

BAB I

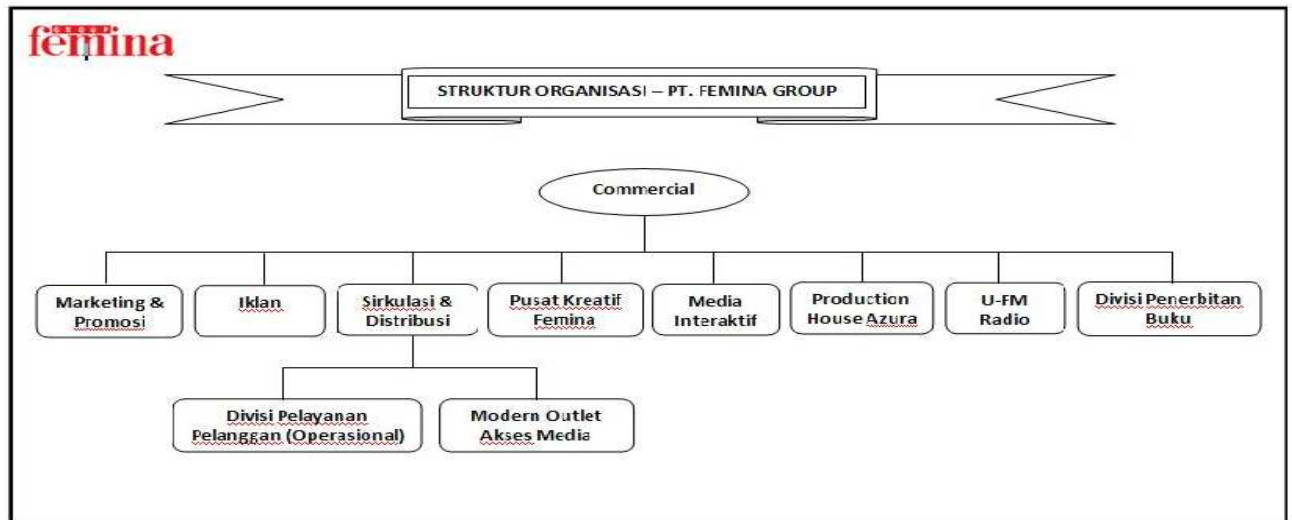
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di Indonesia industri di berbagai bidang telah banyak berkembang, salah satunya adalah di bidang industri media informasi. Dalam media informasi ini terdapat dua jenis media yang ditawarkan yaitu berupa media cetak dan elektronik. Media cetak yang ada, diantaranya yaitu berupa majalah, tabloid, buletin dan koran. Seiring berkembangnya industri media informasi, perusahaan yang bergerak dalam bidang media informasi khususnya media cetak berlomba-lomba dalam menawarkan produk yang dihasilkannya kepada konsumen. Untuk itu tidak dapat dipungkiri bahwa perusahaan harus memiliki sumber daya manusia yang handal.

Dalam mendapatkan sumber daya manusia yang handal itu tidaklah mudah bagi perusahaan karena para calon karyawan tentu memilih perusahaan mana yang akan menjadi tempat kerjanya. Untuk itu kompensasi yang ditawarkan merupakan salah satu daya tarik perusahaan bagi para calon karyawan.

Femina Group adalah perusahaan swasta nasional di bidang media yang telah berkiprah hampir 4 dekade. Femina group adalah sebuah perusahaan media besar yang memberikan informasi yang kebanyakan di seputar dunia wanita. Femina group ini telah menghasilkan 13 majalah yang ditujukan untuk berbagai sektor umur dari remaja hingga dewasa.



Bagan 1.1
Struktur Organisasi Femina Group

Dalam Femina Group terdapat banyak divisi, salah satu divisinya adalah divisi promosi. Divisi promosi ini merupakan bagian promosi baik promosi yang berkaitan dengan majalah juga produk. Promosi dilakukan melalui bermacam cara, dapat melalui majalah, *event* (seminar, lomba, *talkshow*, *workshop*, festival pakar, *jakarta fashion week*, *kids fashion festival* dan *pre school fair*), *website*, *facebook*, *twitter* dan *on air* (radio). Tujuan divisi promosi adalah untuk mendekatkan produk ke konsumen, mengenalkan dan memelihara hubungan kepada konsumen. Divisi promosi ini selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya kepada konsumen. Oleh karena itu dibutuhkan karyawan-karyawan yang mempunyai kreativitas, semangat dan motivasi kerja yang tinggi juga loyalitas untuk dapat memberikan pelayanan yang memadai kepada konsumen. Sehubungan dengan hal tersebut Femina Group berupaya memperhatikan kebutuhan karyawan salah satunya adalah permasalahan kompensasi.

Namun keadaan yang terjadi di lapangan, karyawan di divisi promosi ini memiliki beban kerja yang cukup berat apabila dibandingkan dengan beban kerja divisi lainnya, karena selain mendekati produk, mengenalkan dan memelihara hubungan dengan konsumen, divisi promosi ini juga bertugas untuk menawarkan kerjasama kepada sponsor sehingga pihak sponsor dapat memberikan produk yang mereka miliki bahkan memberikan dana, misalnya bagi suatu acara yang akan diadakan oleh Femina group ini. Dalam hak mendapatkan libur kerja sabtu dan minggu karyawan divisi promosi ini apabila sedang melaksanakan suatu acara maka hak libur mereka pun terpaksa dikorbankan tanpa mendapatkan tambahan kompensasi dari perusahaan.

Maka timbul permasalahan mengenai kompensasi yang diterima oleh karyawan. Hal ini sesuai dengan apa yang ditemukan di lapangan berdasarkan wawancara dengan salah satu karyawan di divisi promosi ini, yang mengungkapkan bahwa tidak adanya kompensasi tambahan ataupun pengganti dari hak libur yang telah mereka korbankan saat sedang mengelola suatu acara. Selain itu, *over time* yang terjadi saat hari kerja pun tidak diberikan kompensasi tambahan oleh perusahaan. Di dalam divisi promosi ini juga terdapat permasalahan *turn over* sebanyak 7 orang karyawan yang terjadi dari bulan Mei hingga sekarang. Berdasarkan hasil wawancara tersebut juga diketahui bahwa *turn over* karyawan yang terjadi ini berkaitan dengan kompensasi, karyawan yang mendapatkan tawaran dan

tertarik dengan kompensasi lebih besar dari perusahaan lain memilih untuk keluar dari Femina Group divisi promosi ini.

Maka dari permasalahan kompensasi yang diberikan tersebut menyebabkan adanya *turn over*. Walaupun terjadi demikian masih ada karyawan yang bertahan di divisi tersebut, sehingga ingin diketahui apakah alasan karyawan-karyawan tersebut masih tetap bertahan hingga sekarang. Sebagaimana dalam penelitian sebelumnya (Noermayanti, 2007) menyebutkan bahwa faktor penting yang mendorong karyawan loyal pada perusahaan adalah kompensasi.

Menurut Handoko (dalam Djati, 2003) bahwa bagi perusahaan, kompensasi sangat penting untuk diperhatikan karena hal tersebut mencerminkan upaya perusahaan untuk mempertahankan sumber daya manusia atau dengan kata lain agar karyawan mempunyai loyalitas dan komitmen yang tinggi pada perusahaan.

Berkaitan dengan loyalitas kepada perusahaan Steers & Porter (dalam Suma, 2009) berpendapat bahwa, loyalitas kepada perusahaan sebagai sikap, yaitu sejauh mana seseorang karyawan mengidentifikasi tempat kerjanya yang ditunjukkan dengan keinginan untuk bekerja dan berusaha sebaik-baiknya dan kedua, loyalitas terhadap perusahaan sebagai perilaku, yaitu proses di mana seseorang karyawan mengambil keputusan pasti untuk tidak keluar dari perusahaan apabila tidak membuat kesalahan yang ekstrim.

Loyalitas kerja akan tercipta apabila karyawan merasa tercukupi dalam memenuhi kebutuhan hidup dari pekerjaannya, sehingga mereka

betah bekerja dalam suatu perusahaan. Yuliandri (dalam Suma, 2009) menegaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas karyawan adalah adanya fasilitas-fasilitas kerja, tinjauan kesejahteraan, suasana kerja serta upah yang diterima dari perusahaan.

Berdasarkan hal-hal yang telah diungkapkan tersebut maka loyalitas kerja karyawan akan tercipta apabila didukung oleh beberapa faktor yang salah satunya berkaitan dengan kompensasi yang diberikan oleh perusahaan.

Maka berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti bermaksud melakukan penelitian mengenai “Hubungan Persepsi Terhadap Kompensasi Dengan Loyalitas Kerja Karyawan Divisi Promosi Femina Group”.

1.2 Rumusan Masalah

Beban kerja cukup tinggi yang dimiliki karyawan divisi promosi ini adalah mendekati produk, mengenalkan dan memelihara hubungan dengan konsumen, serta bertugas untuk menawarkan kerjasama kepada sponsor sehingga kompensasi yang diberikan perlu memadai dengan beban kerja yang demikian. Namun kenyataannya telah terjadi *turn over* karyawan dimana karyawan yang *turn over* tersebut memiliki persepsi bahwa kompensasi yang diberikan oleh Femina Group tidak sesuai dengan beban kerja yang diterima. Walaupun telah terjadi hal demikian tetap masih ada karyawan yang memiliki loyalitas kerja sehingga lebih memilih untuk bertahan di Femina Group divisi promosi ini. Dari latar belakang yang ada, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi terhadap kompensasi yang diberikan Divisi Promosi Femina Group kepada karyawannya ?
2. Bagaimana loyalitas kerja karyawan Divisi Promosi Femina Group ?
3. Adakah hubungan yang signifikan antara persepsi terhadap kompensasi dengan loyalitas kerja karyawan Divisi Promosi Femina Group ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

- a. Gambaran umum persepsi terhadap kompensasi yang diberikan oleh Divisi Promosi Femina Group.
- b. Gambaran umum tingkat loyalitas kerja karyawan Divisi Promosi Femina Group.
- c. Terdapat hubungan yang positif atau tidak antara kompensasi dengan loyalitas kerja karyawan Divisi Promosi Femina Group.

1.4 Asumsi

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, peneliti memiliki asumsi sebagai berikut :

1. Persepsi terhadap kompensasi merupakan penilaian individu sebagai karyawan terhadap kesesuaian semua bentuk balas jasa yang diterima atau didapatkan karyawan dari hasil pekerjaannya.

2. Loyalitas Kerja merupakan aktivitas yang menyangkut fisik, psikis dan sosial yang dimiliki karyawan sehingga memiliki sikap menaati peraturan, melakukan sesuatu yang ditaatinya dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab sebagai upaya untuk mencapai tujuan perusahaan sesuai keahlian yang dimilikinya juga disertai dengan pengabdian yang kuat pada perusahaan.

1.5 Hipotesis

H_0 : Tidak ada hubungan yang positif antara persepsi terhadap kompensasi dengan loyalitas kerja karyawan Divisi Promosi Femina Group.

H_0 : $\rho = 0$

H_a : Ada hubungan yang positif antara persepsi terhadap kompensasi dengan loyalitas kerja karyawan Divisi Promosi Femina Group.

H_a : $\rho \neq 0$

Diuji pada koefisien $\alpha = 0,05$

1.6 Populasi, Sampel dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yaitu Divisi Promosi Femina Group Gedung Mensa 2 Lantai Mezanine Jl. H. R. Rasuna Said Kav B 32-33 Kuningan, Jakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan di Divisi Promosi Femina Group. Sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah 22 orang karyawan divisi promosi yang menjabat sebagai *promotion executive* dan telah bekerja minimal 1 tahun.