

**PENGARUH *PERSON JOB FIT* DAN *EMPLOYEE ENGAGEMENT* TERHADAP *INTENTION TO LEAVE* PEGAWAI DI BANGET MEDIA NETWORK**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh  
gelar  
Sarjana Ekonomi

Oleh :  
**Dicky Fatony Ibrahim**  
**2013120051**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
Terakreditasi oleh BAN-PT No. 227/SK/BAN/PT/Ak-XVI/S/XI/2013  
**BANDUNG**  
**2018**

**THE EFFECTS OF PERSON JOB FIT AND EMPLOYEE  
ENGAGEMENT TOWARDS EMPLOYEE INTENTION  
TO LEAVE AT BANGET MEDIA NETWORK**



**UNDERGRADUATE THESIS**

Submitted to complete parts of requirements for  
Bachelor's Degree in Economics

**By :**

**Dicky Fatony Ibrahim**

**2013120051**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS  
PROGRAM IN MANAGEMENT**

**Accredited by BAN-PT No. 227/SK/BAN/PT/Ak-XVI/S/XI/2013**

**BANDUNG**

**2018**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**PERSETUJUAN SKRIPSI**  
**PENGARUH *PERSON JOB FIT* DAN *EMPLOYEE***  
***ENGAGEMENT* TERHADAP *INTENTION TO LEAVE***  
**PEGAWAI DI BANGET MEDIA NETWORK**

Oleh :  
Dicky Fatony Ibrahim  
2013120051

Bandung, Januari 2018  
Ketua Program Sarjana Manajemen,

(Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.)  
Pembimbing Skripsi,

(Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.)



## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Dicky Fatony Ibrahim  
Tempat, tanggal lahir : Denpasar, 21 Januari 1995  
Nomor Pokok Mahasiswa (NPM) : 2013120051  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan skripsi dengan judul :

***Pengaruh Person Job Fit dan Employee Engagment terhadap Intention to Leave Pegawai di Banget Media Network***

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan: Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.

Adalah benar – benar karya tulis saya sendiri.

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dengan jelas telah saya untkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta atau disebut plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU.No.20 Tahun 2003 : Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70 : Lulusan yang karya ilmiah yang digunakan untuk mendapat gelar akademik profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 17 Januari 2018

Pembuat Pernyataan :



(Dicky Fatony Ibrahim)

## ABSTRAK

Dalam industri kreatif, media dan *online advertisement* Banget Media Network (BMN) merupakan perusahaan pendatang baru yang didirikan di Kota Bandung pada 13 Februari 2015, perusahaan ini pada mulanya berbasis komunitas dan hingga saat ini sudah beralih menjadi *online media commercial*. BMN berkantor pusat di Bandung yang kemudian dipilih menjadi objek penelitian dan memiliki karyawan sebanyak 35 orang.

Dalam penelitian ini yang ingin diketahui adalah pengaruh antara variabel *person job fit* dan *employee engagement* terhadap *intention to leave*. Topik tersebut dianggap cocok dengan fenomena dan masalah yang terjadi di Banget Media Network. Namun dalam penelitian ini diketahui pula tingkat dan kondisi dari ketiga variabel tersebut di Banget Media Network.

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian kuantitatif sedangkan dilihat dari tujuannya, penelitian ini adalah *explanatory research* yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel – variabel yang memengaruhi hipotesis. Data primer yang menunjang penelitian ini didapatkan melalui hasil wawancara dengan pimpinan BMN serta dengan menyebarkan kuisioner kepada pegawai BMN. Hasil yang diketahui dalam penelitian ini adalah tingkat *person job fit* dan *employee engagement* yang tinggi. Sedangkan tingkat pada variabel *intention to leave* yang sedang dan masih pada kondisi wajar dalam suatu perusahaan.

Hasil lain yang didapatkan dalam penelitian ini melalui uji regresi, diketahui bahwa ada pengaruh negatif dan signifikan antara variabel *person job fit* terhadap variabel *intention to leave*. Lalu diketahui bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel *employee engagement* dengan variabel *intention to leave* di Banget Media Network. Maka dapat diartikan bahwa tidak ada pengaruh langsung antara *employee engagement* terhadap *intention to leave* namun ada pengaruh langsung antara *person job fit* terhadap *intention to leave* di Banget Media Network.

*Keyword : Person Job Fit, Employee Engagement, Intention to Leave*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT karena atas berkah, rahmat dan izinnya lah penulis dapat menyelesaikan penelitian ini untuk mendapatkan gelar Sarjana dengan baik. Penelitian dengan judul “Pengaruh *Person Job Fit* dan *Employee Engagament* terhadap *Intention to Leave* di Banget Media Network” ini penulis sadari tidak lepas dari kekurangan, baik dari segi data hingga analisis yang disajikan karena keterbatasan penulis. Untuk itu, dalam penyelesaian penelitian ini telah banyak pihak yang berkontribusi, memberikan semangat dan dukungannya kepada penulis hingga penelitian ini dapat diselesaikan. Proses pembelajaran di Universitas Katolik Parahyangan juga turut menjadi faktor penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orangtua penulis, Hadis Furqon dan Vera Rusifa yang senantiasa memberikan dukungannya baik dalam bentuk materil dan non materil hingga dapat menyaksikan penulis memperoleh gelar S1. Serta bimbingan maupun kasih sayang dalam bentuk doa dan juga nasihat selama penulis hidup.
2. Keluarga besar penulis khususnya adik kandung penulis Lucky Ramadhan Furqon dan telah menemani penulis dan menjadi motivasi dalam menyelesaikan jenjang perguruan tinggi ini.
3. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si. sebagai pembimbing penelitian ini sekaligus Ketua Program Studi Manajemen yang senantiasa membantu, meluangkan waktu hingga memberikan buah pemikirannya kepada penulis sejak penulis memasuki Universitas Katolik Parahyangan hingga saat ini.
4. Ibu Angela Teressia, S.IP., M.M. yang selalu mendengarkan keluh kesah hingga memberikan berbagai solusi kepada penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh dosen, staf tata usaha, staf biro – biro dan pekarya di Universitas Katolik Parahyangan atas segala jasa nya sehingga penulis dapat menjalankan pembelajaran di Universitas Katolik Parahyangan dengan nyaman dan lancar.
6. Pihak Banget Media Network (BMN), Kang Bagja, Mas Irfan dan Mas Kamal atas segala bantuan dan informasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

7. Nadhine Syarifah Aishah yang sepanjang hari siang dan malam memberikan dukungan, semangat juga perhatiannya kepada penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Penelitian dan gelar sarjana ini pula penulis dedikasikan selain untuk kedua orangtua juga untuk dirinya.
8. Kedua orangtua dari Nadhine Syarifah Aishah, kedua adik Nadhine yaitu Nabila dan Nazeela yang selalu membuat penulis tertawa.
9. Teman – teman seperjuangan di organisasi kemahasiswaan khususnya HMPSM Unpar Ican, Dara, Ashifa, Evelyne, Fitria, Tsaqif, Dio, Degita, Ryoji, Riansyah, Novel, Dika, Richard, Bernie, Thea, Adizar, Akbar, Sulis yang telah menghidupkan dunia kemahasiswaan penulis dan mengajarkan penulis banyak hal sampai hari ini penulis dapat menjadi seperti sekarang.
10. Teman – teman di Lembaga Kepresidenan Mahasiswa (LKM), kabinet Inspirasi Ira, Sarah, Tania, Nana, Nathaniel, Kevin, Nino, Sari, Anly, Faza, Haris, Archie, Adianto, Getha, Bayu, Dania, Fadhil, Oji dan Ilham. Terimakasih pula sudah menjadikan penulis menjadi salah satu bagian dari kebersamaan organisasi eksekutif tertinggi di Unpar.
11. Teman – teman yang tergabung dalam Kementerian Dalam Negeri khususnya Direktorat Jenderal HMPS Fahri, Nadhine, Wilson, Marina, Tata, Matthew, Gilang, Direktorat Jenderal UKM Brenda, Abel, Tegar, CB, Stephanie, Bianda, Dodo, Nabila dan Direktorat Jenderal Kesejahteraan Mahasiswa Aulia, Felicia, Jerry, Chalista, Glenn, Joice, Kiagoos, Oci yang telah bersama – sama berjuang menyelesaikan tugas kemahasiswaan.
12. Teman – teman Persatuan Mahasiswa Unpar (PM Unpar), 17 ketua Himpunan Mahasiswa Program Studi (HMPS), 36 ketua Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) yang telah menjadi teman, sahabat dan juga rekan kerja dalam Persatuan Mahasiswa Unpar. Terimakasih atas pengalaman dan ceritanya.
13. Bernie Natanagara, Rendy Nugraha, Hanif Fahrezy, Rifa Kamila dan Bella Nisa Rachmawati yang telah mengingatkan penulis akan selalu menghormati dan menghargai jasa orang tua.
14. Annisa Luthfilah dan Faisal Angga yang telah senantiasa menemani penulis pada saat – saat sulit maupun senang ketika menghadapi dunia perkuliahan baik akademik maupun non akademik.

15. Teman - teman HMPSM khususnya divisi HRD angkatan 2013 Kasandy Andiona, Tsaqif Fauzan, Evelyne Elisabeth terima kasih atas segala pembelajaran, pendewasaan dan pengorbanannya dalam menjalani dua periode bersama.
16. Teman – teman divisi HRD angkatan 2010 – 2016 Rafi, Fadhil, Rendih, Baron, Cilla, Emon, Calvin, Jenzo, Nandira, Indra, Sheila, Fadhi, Hariz, Marizka, Dede, Kevinata, Christo, Adel, Dinda, Ila, Dicky, Savira, Andre yang telah menjadikan penulis paham tentang dunia kemahasiswaan, memberikan pembelajaran dari latar belakang dan pola pemikiran yang berbeda – beda.
17. Teman – teman seperjuangan skripsi Riansyah Aulia, Mega Tria, Annastashia Putri dan Silmina yang selalu bersama hingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan tepat waktu.
18. Seluruh teman – teman Manajemen dari angkatan 2009 hingga 2016 yang tidak dapat disebutkan satu – satu. Terimakasih pula telah menjadi keluarga besar bagi penulis selama berkuliah di Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan inspirasi bagi semua orang yang membacanya dan kepada berbagai pihak yang melakukan penelitian lebih lanjut dengan topik serupa sehingga dapat memperdalam ilmu pengetahuan yang membahas topik serupa.

Bandung, 17 Januari 2018

Dicky Fatony Ibrahim

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Kerangka Pemikiran.....	5
1.5. Hipotesis Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1. Manajemen Sumber Daya Manusia.....	9
2.1.1 Tujuan dan Kegunaan Manajemen Sumber Daya Manusia ...	10
2.2. <i>Person Job Fit</i> .....	11
2.2.1. Dimensi <i>Person Job Fit</i> .....	11
2.2.3. Manfaat <i>Person Job Fit</i> .....	12
2.3. <i>Employee Engagement</i> .....	13
2.3.1. Faktor Penyebab <i>Employee Engagement</i> .....	14
2.3.2. Dimensi <i>Employee Engagement</i> .....	15
2.4. <i>Intention to Leave</i> .....	15
2.3.1 Dimensi <i>Intention to Leave</i> .....	16
2.4.2. Indikasi <i>Intention to Leave</i> Pegawai.....	16
2.5. Pengaruh <i>Person Job Fit</i> dan <i>Employee Engagement</i> .....	17
2.6. Pengaruh <i>Person Job Fit</i> dan <i>Intention to Leave</i> .....	18

2.7.	Pengaruh <i>Employee Engagement</i> dan <i>Intention to Leave</i> .....	18
BAB III METODE DAN OBJEK PENELITIAN .....		19
3.1.	Metode Penelitian .....	19
3.1.1.	Jenis dan Sumber Data.....	19
3.1.2.	Teknik Pengumpulan Data .....	19
3.1.3.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	20
3.2.	Operasional Variabel .....	20
3.2.1.	Operasional Variabel <i>Person Job Fit</i> .....	21
3.2.2.	Operasional Variabel <i>Employee Engagement</i> .....	22
3.2.3.	Operasional Variabel <i>Intention to Leave</i> .....	24
3.3.	Uji Pengolahan Data .....	25
3.3.1.	Uji Validitas.....	25
3.3.2.	Uji Reliabilitas .....	26
3.3.3.	Uji Normalitas .....	26
3.3.4.	Uji Multikolinieritas .....	26
3.3.5.	Uji Heteroskedastisitas .....	27
3.4.	Teknik Analisis Data.....	27
3.5.	Objek Penelitian.....	31
3.6.	Analisis Data Kuisisioner .....	32
3.6.1.	Data Responden Karyawan Banget Media Network .....	32
3.6.2.	Hasil Uji Validitas Kuisisioner.....	33
3.6.3.	Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner.....	36
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		38
4.1.	Analisis <i>Person Job Fit</i> Pegawai di Banget Media Network ....	38
4.2.	Analisis <i>Employee Engagement</i> di Banget Media Network .....	41
4.3.	Analisis <i>Intention to Leave</i> Pegawai di Banget Media Network	45
4.4.	Analisis Pengaruh <i>Person Job Fit</i> terhadap <i>Employee Engagement</i> .....	49
4.4.1.	Uji Normalitas .....	49

4.4.2. Uji Asumsi Regresi Linier Sederhana .....	51
4.5. Analisis Pengaruh <i>Person Job Fit</i> dan <i>Employee Engagement</i> terhadap <i>Intention to Leave</i> .....	53
4.5.1. Uji Normalitas .....	53
4.5.2. Uji Multikolinearitas.....	55
4.5.3. Uji Heteroskedastisitas .....	56
4.5.4. Uji Asumsi Linier Berganda.....	56
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	 61
5.1. Kesimpulan .....	61
5.2. Saran .....	66
 DAFTAR PUSTAKA.....	 69
LAMPIRAN .....	73
Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian.....	74
Lampiran 2 : Hasil Uji Reliabilitas <i>Person Job Fit</i> .....	80
Lampiran 3 : Hasil Uji Reliabilitas <i>Employee Engagement</i> .....	80
Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas <i>Intention to Leave</i> .....	81
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Theoretical Framework.....	7
Gambar 4. 1 P-Plot Uji Normalitas Data Regresi Sederhana .....	49
Gambar 4. 2 P-Plot Uji Normalitas Data Regresi Berganda.....	53
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	56

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Operasional Variabel <i>Person Job Fit</i> .....	21
Tabel 3. 2 Operasional Variabel <i>Employee Engagement</i> .....	22
Tabel 3. 3 Operasional Variabel <i>Intention to Leave</i> .....	24
Tabel 3. 4 Kategori Nilai Rata - Rata Hitung Analisis Deskriptif (1) .....	28
Tabel 3. 6 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
Tabel 3. 7 Data Responden Berdasarkan Usia (tahun) .....	32
Tabel 3. 8 Data Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	33
Tabel 3. 9 Data Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	33
Tabel 3. 10 Hasil Analisis Item <i>Person Job Fit</i> .....	34
Tabel 3. 11 Hasil Analisis Item <i>Employee Engagement</i> .....	35
Tabel 3. 12 Hasil Analisis Item <i>Intention to Leave</i> .....	36
Tabel 3. 13. Hasil Perhitungan Cronbach's Alpha Variabel <i>Person Job Fit</i> .....	37
Tabel 3. 14 Hasil Perhitungan Cronbach's Alpha Variabel <i>Employee Engagement</i> .....	37
Tabel 3. 15 Hasil Perhitungan Cronbach's Alpha Variabel <i>Intention to Leave</i> .....	37
Tabel 4. 1 Analisis <i>Person Job Fit</i> .....	38
Tabel 4. 2 Analisis Dimensi <i>Supply Value Fit</i> .....	39
Tabel 4. 3 Analisis Dimensi <i>Demand Ability Fit</i> .....	40
Tabel 4. 4 Analisis <i>Employee Engagement</i> .....	41
Tabel 4. 5 Analisis Dimensi Semangat Kerja ( <i>Vigor</i> ) .....	42
Tabel 4. 6 Analisis Dimensi Dedikasi Kerja ( <i>Dedication</i> ) .....	43
Tabel 4. 7 Analisis Dimensi Perasaan dalam Bekerja ( <i>Absorption</i> ).....	44
Tabel 4. 8 Analisis <i>Intention to Leave</i> .....	45
Tabel 4. 9 Analisis Dimensi Keinginan Untuk Keluar ( <i>Intention to Quit</i> ).....	47
Tabel 4. 10 Analisis Dimesi Mencari Pekerjaan Baru ( <i>Job Search</i> ) .....	48
Tabel 4. 11 Analisis Dimensi Memikirkan Untuk Keluar ( <i>Thinking of Quit</i> ).....	48
Tabel 4. 12 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov.....	50
Tabel 4. 13 Pengujian Regresi <i>Person Job Fit</i> terhadap <i>Employee Engagement</i> (1) .....	51
Tabel 4. 14 Pengujian Regresi <i>Person Job Fit</i> terhadap <i>Employee Engagement</i> (2) .....	51
Tabel 4. 15 Hasil Regresi Linier Sederhana .....	53

Tabel 4. 16 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov.....	54
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas .....	55
Tabel 4. 18 Pengujian Regresi <i>Person Job Fit</i> dan <i>Employee Engagement</i> terhadap <i>Intention to Leave</i> (1).....	57
Tabel 4. 19 Pengujian Regresi <i>Person Job Fit</i> dan <i>Employee Engagement</i> terhadap <i>Intention to Leave</i> (2).....	57
Tabel 4. 20 Hasil Pengujian Regresi <i>Person Job Fit</i> dan <i>Employee Engagement</i> terhadap <i>Intention to Leave</i> (3).....	58
Tabel 4. 21 Hasil Regresi Linier Berganda.....	60

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Sumber daya manusia (SDM) dalam sebuah organisasi atau perusahaan merupakan sesuatu yang harus diperhatikan dan dipelihara sebagai aset, bukan sebagai biaya. Peran manusia di dalam sebuah organisasi ialah sebagai pemegang kendali keberhasilan dan penentu arah organisasi tersebut. Melihat perkembangan manajemen sumber daya manusia dalam dunia korporat, hal yang menjadi pusat perhatian adalah bagaimana individu – individu yang berperan dalam proses bisnis tersebut dapat memberikan kontribusi, kinerja dan talenta terbaiknya agar organisasi dapat mencapai tujuan yang telah dirancang. Pada masa ini, seseorang bekerja bukan hanya sekedar untuk mencari penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, namun juga berusaha untuk memenuhi seluruh kebutuhan dalam dirinya (*human needs*) dan pada akhirnya mencapai tingkat tertinggi dalam teori kebutuhan, yaitu berusaha memenuhi kebutuhan *self actualization* dalam teori yang dijelaskan oleh Abraham Maslow. Maka dari itu, sering dijumpai beberapa pekerja keluar masuk pekerjaan, mencari pekerjaan baru hingga berhenti bekerja.

Fenomena yang terjadi di Indonesia saat ini adalah tingkat angkatan kerja yang menganggur masih relatif tinggi meskipun terjadi penurunan di bandingkan periode yang sama sebelumnya tahun 2016. (Badan Pusat Statistik, 2017) memberikan data yang menunjukkan jumlah angkatan kerja tercatat pada Februari 2017 mencapai 131 juta jiwa. Penduduk yang bekerja di Indonesia mencapai 124 juta jiwa, hal ini menunjukkan adanya *gap* sebesar 7 juta jiwa yang tercatat sebagai pengangguran. Di sisi lain, dalam berita harian Kompas (2013) diberitakan bahwa Indonesia menempati posisi pertama tingkat kepuasan kerja se- Asia Tenggara. Hasil ini merupakan survei yang dilakukan oleh konsultan manajemen internasional, Accenture. Dalam survei yang sejenis dilakukan oleh *Jobplanet*, platform komunitas untuk berbagi informasi seputar dunia kerja dan perusahaan di lansir dari *website* berita harian Tribun (2016) disebutkan 10 profesi di Indonesia dengan tingkat kepuasan kerja tertinggi. Profesi yang bergerak dalam bidang media dan *public relation* (PR) menempati posisi kedua tertinggi. Profesi

ini antara lain sebagai wartawan, praktisi PR, pembawa acara, *editor*, *copywriter*, *photographer* serta *cameraman*.

Berangkat dari fenomena global yang telah dijelaskan di atas, terdapat tiga aspek yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu *person job fit*, *employee engagement* dan *intention to leave*. Variabel ini dipilih karena melihat fenomena yang terjadi di perusahaan objek penelitian. Jenis pekerjaan pada objek penelitian pun tergolong baru, dan target pekerja adalah anak muda generasi *milenial*. Dimana faktor tersebut juga menjadi salah satu yang harus diperhatikan dan dikelola saat perusahaan ingin mengembangkan proses bisnisnya. Hal buruk akan terjadi jika karyawan yang berada dalam suatu organisasi ternyata tidak memiliki kemampuan, niat dan ketertarikan terhadap pekerjaannya. Sehingga tidak adanya keterikatan terhadap pekerjaannya, dan pada akhirnya karyawan tersebut memiliki persepsi individual untuk berencana meninggalkan perusahaan yang ia tempati saat ini.

Dalam penelitian ini, penulis berkesempatan meneliti pengelolaan sumber daya manusia pada industri media dan kreatif Banget Media Network (BMN). Seperti yang telah dijelaskan di atas, bahwa industri media memiliki tingkat kepuasan pekerja yang cukup tinggi di kalangan masyarakat Indonesia. Maka dari itu, peneliti ingin lebih dalam mengetahui tingkat kepuasan dan kecocokan pegawai dengan pekerjaan yang ia lakukan di Banget Media Network. Banget Media adalah perusahaan *online advertising* pada khususnya dan portal informasi *online* pada umumnya yang berpusat di Kota Bandung. Banget Media Network memiliki jaringan konektivitas akun – akun media sosial yang tersebar di hampir seluruh wilayah di Indonesia.

Banget Media Network merupakan *start up business* yang pada mulanya berbentuk komunitas. Rencana strategis yang akan dilakukan BMN kedepannya adalah menjadi perusahaan terbuka dan berbadan hukum. Oleh karena itu, nantinya dibutuhkan lebih banyak pegawai untuk mengisi posisi manajerial. Posisi tersebut nantinya akan dipersiapkan untuk pegawai – pegawai yang saat ini bertugas sebagai pengelola akun – akun yang dimiliki BMN. Namun sebelum berangkat lebih jauh untuk pengimplementasian rencana BMN, penulis melalui penelitian ini membantu untuk meneliti ketertarikan, kesesuaian dan keterikatan pegawai di BMN akan pekerjaan yang ia lakukan. Agar nantinya tujuan perusahaan selaras dengan kebutuhan dan tujuan masing–masing individu yang bekerja di BMN.

Perusahaan dengan rencana strategis ke depan yang akan melibatkan sumber daya manusianya harus mempertimbangkan aspek kepuasan, kecocokan dan ketertarikan pegawai, *person job fit*. Hal ini akan menjadi kendala bagi perusahaan jika ternyata dalam praktik bisnisnya seorang pegawai tidak tertarik dan tidak mendalami pekerjaannya. Terlebih pegawai tidak memiliki keterikatan dengan apa yang ia kerjakan. Untuk memitigasi niat keluar (*intention to leave*) pegawai di Banget Media Network, melalui penelitian ini akan diketahui tingkat kecocokan kerja (*person job fit*), tingkat *employee engagement* dan pengaruhnya terhadap *intention to leave* pegawai. Sikap seseorang dalam menjalankan perannya di suatu organisasi akan mencerminkan seberapa tertariknya individu tersebut terhadap pekerjaannya. (Robbins & Judge, 2007) menyebutkan komponen perilaku dari sebuah sikap merujuk pada suatu maksud untuk berperilaku dalam cara tertentu terhadap seseorang atau sesuatu kejadian. Ketertarikan dan kepuasan pegawai menjadi fokus yang harus dibangun perusahaan untuk mencapai performa terbaik dan loyalitas pegawainya. Karena hal – hal tersebut akan muncul ketika individu mulai ditahap cinta dan tertarik akan pekerjaannya.

Terlebih dari hal itu, setelah penulis melakukan wawancara dengan pimpinan BMN diketahui bahwa adanya pegawai yang *vacum* dalam bertugas dan performa output masing – masing pengelola akun di nilai berbeda – beda. Kontrak kerja yang diberikan manajemen kepada pegawainya pun sangat fleksibel, cara tersebut di analisis akan mampu mengurangi profesionalitas seseorang dalam bekerja. Sehingga pegawai bebas memiliki pekerjaan lain selain yang ia lakukan di BMN. Hal ini menjadi menarik diteliti karena yang terlihat di BMN pula tingkat prioritas pekerjaannya sangat rendah dibuktikan dengan kinerja *account manager* yang jarang aktif mencari informasi untuk dijadikan konten di akun BMN. Berangkat dari fenomena tersebut penulis mengangkat topik “**Pengaruh *Person-Job Fit* dan *Employee Engagement* terhadap *Intention to Leave* pegawai di Banget Media Network**” sebagai masalah yang akan dibahas pada penelitian ini.

## **1.2.Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tingkat ketertarikan, minat dan kepuasan pegawai akan pekerjaan yang ia lakukan (*person job fit*) di Banget Media Network?

2. Bagaimana tingkat *employee engagement* di Banget Media Network?
3. Bagaimana tingkat *intention to leave* pegawai di Banget Media Network?
4. Apakah *person job fit* berpengaruh dan signifikan terhadap *intention to leave* pegawai di Banget Media Network?
5. Apakah *employee engagement* berpengaruh dan signifikan terhadap *intention to leave* pegawai di Banget Media Network?
6. Apakah *person job fit* dan *employee engagement* berpengaruh dan signifikan terhadap *intention to leave* pegawai di Banget Media Network?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Setelah mengetahui latar belakang penelitian, penulis melakukan penelitian dengan tujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui tingkat ketertarikan, minat dan kepuasan pegawai (*person job fit*), *employee engagement* dan *intention to leave* pegawai di Banget Media Network.
2. Mampu menganalisis dan mencocokkan hasil *person job fit* dengan rencana strategis Banget Media Network.
3. Mengetahui pengaruh *person job fit* terhadap *employee engagement* di Banget Media Network.
4. Mengetahui pengaruh *person job fit* dan *employee engagement* terhadap *intention to leave* pegawai di Banget Media Network.

Di sisi lain tujuan penelitian ini di harapkan juga dapat memberikan manfaat bagi :

#### **A. Bagi Penulis**

1. Penelitian ini sangat berguna untuk menambah pengalaman dan juga wawasan bagi penulis. Sehingga mengetahui lebih mendalam tentang teori SDM khususnya dalam hal *person job fit*, *employee engagement* dan *intention to leave*.
2. Dapat menganalisis dengan tepat tentang *person job fit* pada industri kreatif khususnya Banget Media Network.
3. Dapat mengimplementasikan hasil penemuan dalam penelitian ini dan teori yang di dapat di bangku kuliah kedalam kehidupan berorganisasi.

#### **B. Bagi Perusahaan**

1. Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan informasi dan saran guna melancarkan proses mengelola sumber daya manusia di Banget Media Network.

2. Penelitian ini dapat membantu perusahaan memformulasikan rencana strategis dan perencanaan sumber daya manusia yang tepat untuk Anggaran Media Network yang sesuai dengan hasil *person job fit*, *employee engagement* dan *intention to leave* pegawai.

### C. Bagi Pihak – Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi pihak lain yang berkepentingan akan teori *person job fit*, *employee engagement* dan *intention to leave*.

### 1.4. Kerangka Pemikiran

(Cable & DeRue, 2002) mendefinisikan *person job fit* sebagai kompatibilitas antara individu dan pekerjaan atau tugas yang mereka lakukan di tempat kerja. Definisi ini mencakup kompatibilitas (kemampuan) berdasarkan kebutuhan karyawan dan perlengkapan pekerjaan yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan tersebut, serta tuntutan pekerjaan dan kemampuan karyawan untuk memenuhi permintaan tersebut. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan yang telah dikemukakan oleh Cable dan DeRue sebagai teori pendukung dalam melakukan penelitian ini.

(Meyer & Allen, 1997) menjelaskan dalam hal ini karyawan merasakan rasa puas dan cinta terhadap pekerjaan yang ia miliki dan ia kerjakan sekarang tanpa merasa terbebani secara berlebihan atas pekerjaan yang ia kerjakan kesehariannya. Menurut teori *person-job fit*, adanya kesesuaian antara karakteristik tugas pekerjaan dengan kebutuhan individu akan memperkuat keterikatan pegawai pada pekerjaannya, yaitu pegawai akan lebih komitmen terhadap pekerjaan tersebut. (Newton, 2009) menyatakan *person-job fit* melibatkan kesesuaian orang dan persyaratan yang secara langsung terkait dengan pekerjaan itu. Kesesuaian pekerjaan yang di dapatkan akan menjadikan individu bekerja dengan segenap kemampuan yang dimiliki, karyawan juga akan merasakan senang dan puas karena mereka menjalani pekerjaan yang sesuai dengan bidang yang ditekuni.

Tujuan dari perusahaan harus memelihara sumber daya manusia yang di milikinya adalah untuk menjaga performa terbaik karyawan dan pada akhirnya mencapai *employee engagement*. *Employee engagement* menurut Kahn (1990) dalam Huang (2014) sebagai keterikatan anggota organisasi dengan organisasi tersebut, bukan hanya

sekedar fisik, kognitif, tetapi juga melibatkan emosional dalam hal kinerja. Penulis buku "*Employee Engagement 2.0*" (Kruse, 2012) mendefinisikan *employee engagement* adalah komitmen emosional karyawan akan tujuan organisasi, karyawan tidak hanya bekerja untuk gaji yang didapat, atau untuk promosi kerja, namun bekerja atas nama tujuan organisasi.

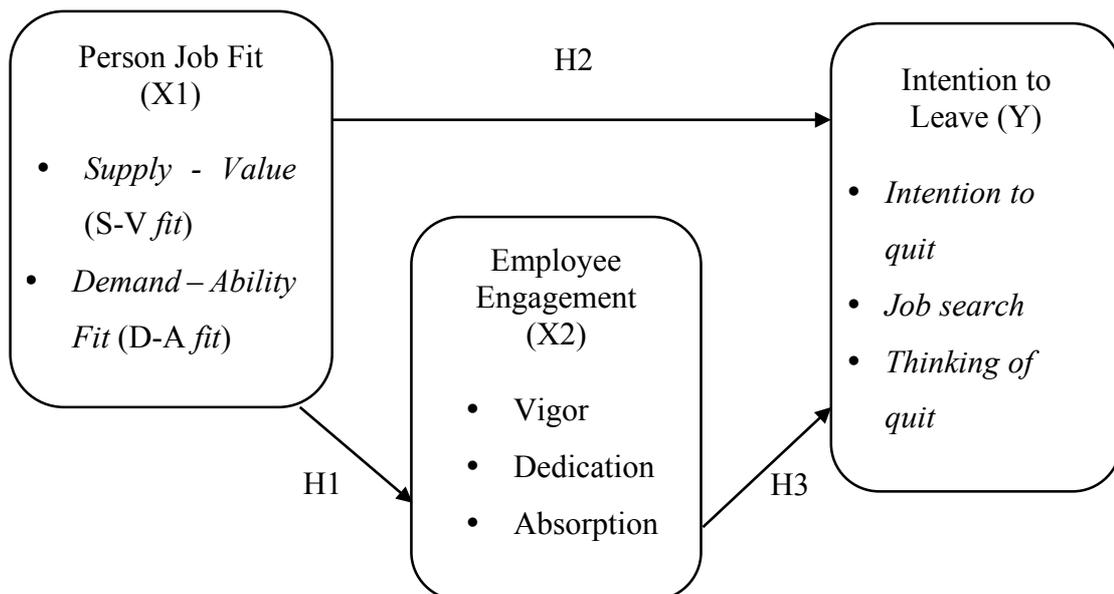
Scott dalam bukunya *Manager's Guide to Employee Engagement* (2013, p. 8) menyebutkan bahwa *engagement* mengacu pada tingkat dedikasi, komitmen, keinginan atau kegembiraan, inovasi dan emosional seseorang yang rela di keluarkan untuk tujuan organisasi. Penulis buku *HR Fundamental Employee Engagement* (Bridger, 2015, pp. 4-5) menyebutkan *employee engagement* adalah sesuatu hal lebih yang dapat karyawan berikan dan bukan termasuk kewajibannya yang tertera dalam kontrak kerja atau proses dalam mencapai tujuan.

Menurut (Schaufeli, Salanova, Roma, & Bakker, 2002) *engagement* didefinisikan sebagai hal yang positif, penuh makna dan motivasi yang dikarakteristikan oleh *vigor*, *dedication*, dan *absorption*. *Vigor* dikarakteristikan oleh tingkat energi yang tinggi, resiliensi, keinginan untuk berusaha dan tidak menyerah dalam menghadapi tantangan. *Dedication* ditandai dengan merasa bernilai, antusias, inspirasi, berharga dan menantang. Kemudian *absorption* ditandai dengan konsentrasi penuh terhadap suatu tugas. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dimensi / karakteristik *employee engagement* menurut teori Schaufeli, Salanova, Roma & Bakker.

Ketika minimnya keterikatan pegawai dengan organisasi, hal buruk pertama kali yang akan dirasakan organisasi adalah niat pegawai untuk pergi dan mencari pekerjaan baru (*intention to leave*). (Tett & Meyer, 1993) menyatakan bahwa *intention to leave* merupakan pendahulu atau langkah awal terkuat dari permasalahan *turnover*. Terkait dengan pernyataan Tett & Meyer, (Nafita Sari, Armanu, & Afnan, 2016) memberikan kesimpulan, dalam hal tersebut membuktikan bahwa sebelum karyawan meninggalkan organisasi didahului oleh adanya niat meninggalkan perusahaan (*intention to leave*). Maka dari itu, memahami indikator yang dapat mempengaruhi niat pegawai menjadi sesuatu mitigasi yang harus dilakukan perusahaan untuk menekan jumlah *turnover*.

Bigliardi (2005), Chiu and Francesco (2003), Salleh (2012) dalam (Nafita Sari, Armanu, & Afnan, 2016) mengatakan bahwa *intention to leave* merupakan variabel yang paling penting dalam memprediksi *turnover*, oleh karena itu mengidentifikasi pendahulu *intention to leave* dapat memberikan titik terang untuk memahami turnover yang sebenarnya karena *intention to leave* menggambarkan pikiran individu untuk keluar, mencari pekerjaan di tempat lain, serta keinginan meninggalkan organisasi. (Lum, Kervin, Clark, Reid, & Sirola, 1998) memprediksi bahwa keinginan seseorang untuk keluar dari organisasi dan mencari pekerjaan lain, yaitu evaluasi mengenai posisinya saat ini dan berkaitan dengan ketidakpuasan. *Intention to Leave* yang dibahas dalam penelitian ini adalah dalam konteks ketidakpuasan pegawai dan ketidakcocokan pegawai dengan pekerjaan yang ia lakukan dan sifatnya *voluntary*. Intensi keluar (*intention to leave*) menurut (Mobley, Griffeth, Hand, & Meglino, 1979) adalah sebagai keinginan pemberhentian keterikatan dalam suatu organisasi oleh individu yang menerima kompensasi dari organisasi di mana ia bekerja. Dalam penelitian kali ini, penulis menggunakan teori yang dikemukakan oleh Mobley untuk dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian ini.

Atas dasar latar belakang dan beberapa teori penunjang terhadap tiga variabel tersebut. Maka kerangka pemikiran yang terbentuk untuk penelitian ini adalah seperti gambar dibawah :



Gambar 1.1 Theoretical Framework

### **1.5. Hipotesis Penelitian**

H1: Adanya pengaruh positif antara variabel *person job fit* dengan variabel *employee engagement* di Banget Media Network.

H2: Adanya pengaruh negatif antara variabel *person job fit* dengan variabel *intention to leave* di Banget Media Network.

H3: Adanya pengaruh negatif antara variabel *employee engagement* dengan variabel *intention to leave* di Banget Media Network.