

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia usaha saat ini mengalami pertumbuhan yang berangsur-angsur membaik, ini ditandai dengan “pertumbuhan ekonomi naik pertama kali dalam 5 tahun terakhir. PDB 2016 bisa mencapai 5,02% dari 4,9% di 2015, itu kabar baik. Setelah penguatan di 2016, pertumbuhan ekonomi 2017 diharapkan akan membantu bagi kenaikan harga komoditas dan diharapkan bisa mendorong pertumbuhan ekonomi 5,2% dan 5.3% di 2018,” menurut Kepala Perwakilan Bank Dunia di Indonesia, Rodrigo Chaves (finance.detik.com).

Kemajuan teknologi informasi tentu mengambil porsi penting dalam pertumbuhan dunia usaha tersebut, ini disebabkan semakin mudahnya masyarakat maupun perusahaan melakukan transaksi data dan informasi dalam aktivitas bisnisnya. Transaksi data elektronik yang aman dan cepat memberikan kemudahan bagi para pelaku bisnis untuk mengembangkan usahanya, selain itu faktor efektivitas dan efisiensi menjadi faktor penentu para pelaku usaha memilih teknologi informasi sebagai salah satu alat penunjang mereka dalam berbisnis. Telekomunikasi sendiri sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari dunia yang serba modern saat ini, telekomunikasi sudah menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat dunia termasuk Negara berkembang seperti Indonesia. Tingginya apresiasi masyarakat terhadap telekomunikasi ini memfasilitasi

dinamisnya pergerakan industri telekomunikasi berikut keragaman inovasi di dalamnya dan menjadi sarana bagaimana perubahan berbagai sektor difasilitasi.

Tingkat kemudahan berbisnis di Indonesia saat ini menempati posisi 72 dunia, ini berdasarkan laporan Bank Dunia dalam tajuk *“Doing Business 2018: Reforming to Create Jobs”*. Indonesia naik 19 peringkat dan mengalahkan Negara China yang berada di posisi 78. Dalam laporan tersebut, Indonesia ditempatkan di posisi pertama dalam daftar negara-negara yang paling banyak memperbaiki regulasi bisnisnya. Salah satu perbaikan yang disebutkan dalam laporan tersebut yaitu perdagangan lintas negara difasilitasi dengan memperbaiki sistem penagihan elektronik untuk pajak, bea cukai serta pendapatan bukan pajak. Akibat dari perbaikan regulasi tersebut, waktu yang dibutuhkan untuk mendapatkan, menyiapkan, memproses dan mengirimkan dokumen saat mengimpor turun dari 133 jam menjadi 119 jam (aktual.com). Menteri keuangan Sri Mulyani Indrawati mengatakan perbaikan peringkat ini membuktikan komitmen pemerintah untuk memperbaiki iklim usaha dan mendorong Investasi. Peningkatan kepercayaan pihak eksternal, termasuk investor dan lembaga pemeringkat dunia terhadap Indonesia bisa menjadi modal penting untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Bank Dunia menilai setidaknya Indonesia telah melakukan perbaikan pada 7 indikator, salah satu diantaranya yaitu muncul perbaikan atas kredit usaha dan perkembangan perizinan berbasis elektronik untuk perdagangan internasional (Liputan6.com).

Keberadaan perusahaan telekomunikasi yang kuat di Indonesia dalam menyediakan akses terbaik untuk transaksi data elektronik menjadi faktor yang

sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Fenomena lain yang muncul saat ini yang menunjukkan hal tersebut yaitu dengan munculnya berbagai macam perusahaan pemula berbasis digital atau lebih dikenal dengan istilah *startup*. Seperti kita ketahui *startup* merupakan perusahaan pemula yang mengandalkan teknologi informasi dalam melakukan sebagian besar aktivitas usahanya. *Startup* memiliki potensi yang sangat baik dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia, ini diperkuat dengan pernyataan Menkominfo Rudiantara yang mengatakan, pemerintah saat ini tengah fokus untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Salah satunya mendorong investasi di sektor Kominfo. “Investasi salah satu yang menurut kami yang kebetulan sektornya di Kominfo adalah *startup ini*” (kompas.com). Saat ini pilihan untuk berbisnis dengan cara yang lebih efektif dan efisien bagi para pebisnis pemula yaitu dengan membangun *startup*, ide kreatif dan inovatif menjadi kunci dalam bisnis tersebut sehingga untuk membangun *startup* cenderung murah dibandingkan dengan bisnis-bisnis lain. Pada saat ide, kreatif dan inovatif tersebut dapat menyentuh kebutuhan masyarakat dari berbagai sisi, maka bisnis *startup* akan berkembang dengan pesat. Perkembangan tersebut tentu saja disertai dengan investasi dalam jumlah yang tidak sedikit, hal tersebut tentu mempengaruhi pertumbuhan ekonomi akibat aktivitas investasi tersebut.

Peningkatan jumlah *startup* yang signifikan tentu saja akan memengaruhi pertumbuhan ekonomi di Indonesia karena tidak hanya melahirkan banyak *entrepreneur* muda baru, tetapi juga menggerakkan perekonomian secara cepat melalui aktivitas jual-beli secara digital. Indonesia saat ini memiliki jumlah

startup tertinggi di asia tenggara per tanggal 25 Oktober 2017, secara lebih jelas bisa dilihat pada Gambar 1.1.

Gambar 1.1

Peringkat Jumlah Startup Dunia

Flag	Country	Startups
	United States	37,480
	India	3,928
	Indonesia	1,559
	United Kingdom	1,271
	Brazil	718
	Spain	698
	Canada	669
	Germany	546
	Australia	513
	Nigeria	491

Sumber: Grafik startupringking.com

Dunia telekomunikasi di Indonesia bisa dikatakan sudah cukup berkembang, ini ditandai dengan persaingan sengit antara setiap operator telekomunikasi nirkabel untuk merebut pasar yang sudah ada, beberapa perusahaan yang bergerak di dunia telekomunikasi antara lain Hutchison Tri Indonesia, XL Axiata, Indosat Ooredoo, Telkomsel, Smartfren, Ceria, Bolt. Diharapkan dengan banyaknya perusahaan tersebut dapat membantu pemerintah dalam percepatan pembangunan serta perluasan jaringan telekomunikasi, sehingga target pemerintah menjangkau seluruh provinsi yang ada di Indonesia sampai ke

wilayah pelosok dapat tercapai. Staf Ahli Menteri Komunikasi dan Informatika Bidang Hukum Henry Subiakto mengatakan Kemenkominfo tengah mempercepat sejumlah program pembangunan infrastruktur telekomunikasi di antara lain proyek Palapa Ring yang diprediksi akan selesai pada September 2018 serta program lain yang menjadi perhatian adalah penyediaan akses internet peta lebar (*broadband*) di daerah 3T (Terdepan, Terluar, dan Tertinggal). Catatan Kemenkominfo pada 2017, sebanyak 88 dari 186 kecamatan di daerah perbatasan telah ter-*cover* akses internet. Sementara 451 dari 1.5234 kecamatan di daerah 3T telah ter-*cover* akses internet (kompas.com), hal ini bertujuan agar terciptanya percepatan pembangunan sosial dan ekonomi masyarakat secara merata.

Semakin baik kualitas telekomunikasi, semakin baik pula pembangunan di suatu negara, karena industri telekomunikasi memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat dan perekonomian nasional. Kualitas telekomunikasi di Indonesia masih tertinggal, oleh karena itu perkembangan perusahaan penyelenggara jasa telekomunikasi menjadi salah satu faktor yang harus didorong oleh pemerintah agar tidak tertinggal oleh negara-negara tersebut. Dikutip dari survey *Speedtest Global Index*, Kamis 14 Desember 2017, menunjukkan adanya rata-rata kecepatan unduh negara di dunia yaitu 40,11 Mbps bagi unduhan koneksi kabel dan 20,28 Mbps untuk unduhan koneksi *mobile*. Indonesia sendiri menempati urutan ke 93 daftar kecepatan unduhan internet dengan koneksi kabel dari total 133 negara, serta urutan 106 dari 122 negara untuk kecepatan unduhan internet dengan koneksi *mobile*. Hal ini menjadi tugas besar untuk pemerintah

dalam mengeluarkan kebijakan agar terjadi percepatan di bidang telekomunikasi sehingga kecepatan akses data bisa semakin meningkat.

Pembangunan kualitas telekomunikasi yang berkesinambungan tentu saja menjadi hal yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi sebuah negara. Perusahaan-perusahaan telekomunikasi memiliki tantangan tersendiri untuk mengejar ketertinggalan dari negara-negara maju. Pembangunan infrastruktur telekomunikasi tentu saja menjadi hal yang sangat penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pembangunan itu dapat tercapai apabila perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada dengan sebaik-baiknya. Pembangunan infrastruktur telekomunikasi tentu saja membutuhkan investasi yang cukup besar, oleh karena itu kepercayaan investor perlu dibangun dengan sebaik-baiknya untuk mendatangkan investasi, serta sumber daya manusia harus dikembangkan dengan sebaik-baiknya untuk mengoptimalkan aktivitas perusahaan sehingga mendatangkan profit dan benefit yang kemudian dapat ditawarkan kepada investor agar mendatangkan investasi.

Perusahaan telekomunikasi layaknya perusahaan lain yang menjalankan aktivitas usahanya tentu saja memiliki banyak permasalahan, salah satu dari sekian banyak permasalahan yang terjadi yaitu faktor pembenahan dan sumber daya manusia menjadi salah satu hal yang penting untuk diselesaikan. Sumber daya manusia merupakan faktor yang dianggap paling potensial dalam penyediaan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Tercapainya keberhasilan suatu perusahaan tidak terlepas dari peranan sumber daya manusia yang berkualitas yang ada di dalam perusahaan tersebut. Pengelolaan sumberdaya manusia yang

baik tidaklah cukup dengan hanya melakukan perekrutan, pelatihan dan pengembangan. Perlu adanya suatu program untuk menjaga kepuasan setiap individu karyawan terhadap pekerjaan yang menjadi tanggungjawabnya, menjaga dan membangun loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Mempertahankan sumberdaya yang berkualitas untuk tetap berada di dalam perusahaan adalah bagian penting dalam manajemen sumber daya manusia.

Dalam suatu perusahaan maupun organisasi, fenomena keluar masuknya karyawan menjadi suatu tindakan yang wajar, begitu pula dalam perusahaan telekomunikasi yang dihadapkan dengan fenomena keinginan karyawan untuk keluar dari perusahaan (*turnover intention*). Suhanto (2009: 14) mendefinisikan *turnover intention* sebagai keinginan seseorang keluar dari perusahaan, keinginan untuk pindah ini akan mendorong individu untuk meninggalkan organisasi dan mencari alternatif pekerjaan lain. Perilaku tersebut harus mendapatkan perhatian khusus, karena *turnover intention* berkaitan dengan tingkat *turnover* karyawan dari suatu perusahaan.

Salah satu perusahaan yang ada dalam industri telekomunikasi Indonesia adalah Perusahaan Telekomunikasi “X”, dimana Perusahaan Telekomunikasi “X” Regional Bandung memiliki turnover yang dapat dikatakan relatif tinggi. Data yang didapatkan melalui *HR Departement* Perusahaan Telekomunikasi “X” Regional Bandung khususnya data *turnover* yang terjadi pada karyawan divisi *sales*. Tingkat *turnover* dapat dilihat melalui data yang telah diolah oleh peneliti berupa tabel berikut:

Tabel 1.1
Data Turnover Karyawan Sales Perusahaan Telekomunikasi “X” Regional Bandung Tahun 2013

No	Sales Area	Jml Awal	Join	Resign	Jml Akhir	Turnover
1	Bandung 1	30	2	8	24	30%
2	Bandung 2	20	2	6	16	33%
3	Bandung 3	16	0	3	13	21%
	Total	66	4	17	53	29%

Sumber: *HR Departement* Perusahaan Telekomunikasi “X” Reg. Bandung

Tabel 1.2
Data Turnover Karyawan Sales Perusahaan Telekomunikasi “X” Regional Bandung Tahun 2014

No	Sales Area	Jml Awal	Join	Resign	Jml Akhir	Turnover
1	Bandung 1	24	8	6	26	24%
2	Bandung 2	16	6	6	16	38%
3	Bandung 3	13	7	3	17	20%
	Total	53	21	15	59	27%

Sumber: *HR Departement* Perusahaan Telekomunikasi “X” Reg. Bandung

Tabel 1.3
Data Turnover Karyawan Sales Perusahaan Telekomunikasi “X” Regional Bandung Tahun 2015

No	Sales Area	Jml Awal	Join	Resign	Jml Akhir	Turnover
1	Bandung 1	26	6	6	26	23%
2	Bandung 2	16	4	3	17	18%
3	Bandung 3	17	3	3	17	18%
	Total	59	13	12	60	20%

Sumber: *HR Departement* Perusahaan Telekomunikasi “X” Reg. Bandung

Tabel 1.4
Data Turnover Karyawan Sales Perusahaan Telekomunikasi “X” Regional Bandung Tahun 2016

No	Sales Area	Jml Awal	Join	Resign	Jml Akhir	Turnover
1	Bandung 1	26	2	4	24	16%
2	Bandung 2	17	1	4	14	26%
3	Bandung 3	17	4	5	16	30%
4	Bandung 4	12	0	2	10	18%
	Total	72	7	15	64	22%

Sumber: *HR Departement* Perusahaan Telekomunikasi “X” Reg. Bandung

Tabel 1.5
Data Turnover Karyawan Sales Perusahaan Telekomunikasi “X” Regional Bandung Tahun 2017

No	Sales Area	Jml Awal	Join	Resign	Jml Akhir	Turnover
1	Bandung 1	24	8	4	28	15%
2	Bandung 2	14	8	2	20	12%
3	Bandung 3	16	8	6	18	35%
4	Bandung 4	10	8	4	14	33%
	Total	64	32	16	80	22%

Sumber: *HR Departement* Perusahaan Telekomunikasi “X” Reg. Bandung

Tabel diatas menunjukkan data *turnover* karyawan departemen *sales* selama 5 (lima) tahun terakhir, data tersebut menunjukkan tingkat *turnover* yang tinggi bagi perusahaan. Hal tersebut menjadi masalah tersendiri karena mempengaruhi stabilitas perusahaan dan membuat tingkat efektivitas dan efisiensi perusahaan menjadi terganggu. Menurut Gillis dalam Hartono dan Setiawan (2013) *turnover* karyawan dikatakan normal berkisar antara 5-10 % per tahun, *turnover* dikatakan tinggi apabila lebih dari 10%. Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa rata-rata persentase *turnover* dari tahun 2013-2017 di angka 24% hal ini perlu menjadi

perhatian khusus bagi manajemen perusahaan karena *turnover* yang terjadi di Perusahaan Telekomunikasi “X” Reg. Bandung relatif tinggi, hal tersebut dapat mengganggu tercapainya tujuan organisasi. Kajian mengenai pengaruh variabel-variabel yang ada dalam sebuah perusahaan yang mempengaruhi *turnover* karyawan tersebut diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengelolaan sumberdaya manusia di Perusahaan Telekomunikasi “X” Regional Bandung. Tantangan bagi *HR Departement* adalah bagaimana membuat persentase *turnover* dalam perkisaran 5%-10% setiap tahunnya sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan sumberdaya manusia yang ada untuk bisa mencapai tujuan perusahaan melalui sumberdaya manusia yang berkualitas.

Turnover yang tinggi tentu saja mengganggu stabilitas perusahaan dan memberikan dampak yang negatif bagi perusahaan. *Turnover* karyawan dapat menyebabkan biaya *tangible* meningkat seperti rekrutmen, seleksi, wawancara, tes pelamar dan juga biaya upah yang dikeluarkan ketika menjalani masa pelatihan dan orientasi serta biaya *intangible* yang termasuk didalamnya adalah hilangnya produktivitas dari karyawan, munculnya biaya kesalahan dari karyawan baru yang menggantikan karyawan lama, biaya supervisi atas pelatihan dan orientasi yang diberikan (Hillmer et. al 2014: 34). Beberapa program untuk pengembangan dan peningkatan kinerja karyawan akan kurang maksimal dirasakan oleh perusahaan akibat tingginya tingkat *turnover*, hal tersebut memberikan dampak negatif dalam pencapaian tujuan perusahaan yang dalam kondisi saat ini sedang bertahan di tengah persaingan yang semakin lama semakin ketat. Tujuan dari sebuah perusahaan tentu saja bermacam-macam, tidak terbatas

pada profit maupun benefit, namun juga bagaimana perusahaan menjadi bagian dari masyarakat serta memberikan dampak yang baik bagi setiap aspek yang ada di dalam dan disekitarnya. Untuk dapat menjadi perusahaan yang besar dibutuhkan *human capital* yang berkualitas dan solid, hal tersebut dapat terwujud jika perusahaan dapat menerapkan budaya organisasi yang baik dan kuat.

Budaya Organisasi yang dianut Perusahaan Telekomunikasi “X” sebagaimana diketahui melalui prasarvei yang dilakukan pada bulan November 2017 yaitu :

1. *Our Customer are at The Heart of Everything We Do;*
2. *We Think and Care Like an Owner;*
3. *Speed of Innovation and Execution is Key to Our Success;*
4. *Together We Make The Difference.*

Penerapan budaya organisasi Perusahaan Telekomunikasi “X” juga tercermin dari *Corporate Value* yaitu:

- *Integrity*
- *Positive Attitude*
- *Commitment*
- *Continuous Improvement*
- *Innovation*
- *Loyal*

Dimana perusahaan memiliki harapan agar para karyawan dapat menjalankan *Culture* dan *Value* perusahaan yang telah ditetapkan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Menurut hasil wawancara terhadap tenaga *sales* Perusahaan Telekomunikasi “X” Regional Bandung dapat diketahui bahwa budaya organisasi dalam perusahaan ditanggapi sebagai berikut:

1. Pimpinan jarang meluangkan waktu untuk berdiskusi tentang masalah-masalah di lapangan.
2. Terbatasnya ruang untuk pengembangan diri karyawan.

Menurut Fahmi (2014:50), budaya organisasi adalah suatu kebiasaan yang telah berlangsung lama dan dipakai serta diterapkan dalam kehidupan aktivitas kerja sebagai salah satu pendorong untuk meningkatkan kualitas kerja para karyawan dan manajer perusahaan. Dalam kaitannya dengan sumber daya manusia, budaya organisasi memiliki peranan yang penting karena diciptakan atau dibentuk sebagai pedoman setiap karyawan dalam bertindak di dalam maupun diluar lingkungan kerja, serta sebagai instrumen pendukung strategi organisasi, sehingga jika budaya organisasi dapat dijalankan dengan baik maka perusahaan akan lebih mudah untuk mencapai tujuan organisasi. Penelitian Emerson (2013: 73) dalam hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa perspektif akan budaya organisasi akan mempengaruhi *turnover intention* seseorang. Ketika budaya organisasi mempengaruhi persepsi karyawan, pada akhirnya akan mempengaruhi keinginan untuk meninggalkan organisasi, maka dari itu pemahaman mengenai budaya organisasi sangatlah penting bagi karyawan sehingga dapat mengaplikasikan dan menyesuaikan dirinya dengan tempat dimana karyawan tersebut bekerja. Kajian mengenai budaya organisasi harus disusun dengan baik, disesuaikan dengan tujuan perusahaan dan perkembangan karyawannya.

Sudaryono (2014: 50) menyatakan bahwa dengan adanya budaya organisasi akan bermanfaat sebagai salah satu unsur yang dapat menekan *turnover* karyawan, karena budaya organisasi mendorong anggota untuk memutuskan untuk tetap berkembang bersama lembaga.

Disamping faktor budaya organisasi dalam perusahaan, faktor lain yang memiliki pengaruh terhadap tingkat *turnover* dalam suatu organisasi atau perusahaan adalah faktor kompensasi yang diterima oleh para karyawan. Hal ini didukung oleh Penelitian Tantowi (2016: 19) terhadap 250 orang karyawan, menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa kompensasi finansial dan kompensasi nonfinansial berpengaruh negatif signifikan terhadap *turnover intention* pada salah satu perusahaan yang diteliti. Dalam artian, ketika kompensasi yang diterima karyawan dirasa sudah mencukupi, maka *turnover intention* dari karyawan akan menurun signifikan.

Pembahasan mengenai *turnover* karyawan tentu saja tidak lepas dari penghargaan terhadap karyawan dalam bentuk kompensasi. Mondy (2008:4) mengatakan bahwa kompensasi merupakan total seluruh imbalan yang diterima para karyawan sebagai pengganti jasa yang telah diberikan. Kaur et. al (2013: 122) mengatakan bahwa *turnover intention* adalah fenomena kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Banyak penelitian tentang *turnover intention* karyawan menunjukkan bahwa usia, jenis kelamin, masa kerja, pengalaman, kompensasi yang diterima, pendidikan, dan sifat pekerjaan, sebagai prediktor dari *turnover* karyawan didalam organisasi.

Tujuan pemberian kompensasi salah satunya yaitu untuk mempertahankan karyawan dalam perusahaan (Rachmawati, 2008:144). Pernyataan tersebut mendukung bahwa faktor kebijakan kompensasi dalam perusahaan memiliki peran yang besar terhadap *turnover intention* karyawannya. Kompensasi memberikan sebuah dorongan serta tanggung jawab bagi karyawan untuk tetap berada di dalam perusahaan karena berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Kompensasi yang adil dan merata tentu saja menciptakan lingkungan yang kondusif dan produktif dalam perusahaan. Menurut hasil wawancara terhadap tenaga *sales* Perusahaan Telekomunikasi “X” dapat diketahui bahwa kompensasi yang diberikan oleh perusahaan ditanggapi sebagai berikut :

1. Karyawan merasa tunjangan kesehatan yang diberikan perusahaan masih kurang.
2. Karyawan merasa pencapaian target *sales* kurang dihargai dari segi kesempatan mendapatkan promosi jabatan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan mengenai fenomena yang terjadi di Perusahaan Telekomunikasi “X” Regional Bandung, penulis terdorong untuk melakukan penelitian mengenai *turnover intention* yang diduga terjadi karena budaya organisasi yang dianut serta kebijakan kompensasi yang diterima karyawan, sehingga berdampak terhadap *turnover intention* yang menyebabkan terjadinya *turnover* pada perusahaan telekomunikasi “X” ini.

Oleh karenanya penelitian ini berjudul **“PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN KOMPENSASI TERHADAP *TURNOVER INTENTION* (STUDI PADA TENAGA SALES DI PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI “X” REGIONAL BANDUNG)”**.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Fenomena yang terjadi pada perusahaan yaitu tingginya *turnover* karyawan pada tenaga *sales* Perusahaan Telekomunikasi “X” Regional Bandung. Dampak dari fenomena tersebut yaitu terhambatnya pencapaian target dan terganggunya proses operasional perusahaan. Jika *turnover* terjadi, pihak perusahaan akan kehilangan karyawannya dan akan menanggung biaya yang dikeluarkan kembali untuk kepentingan merekrut, menyeleksi dan melatih karyawan baru.

Berdasarkan hasil prasarvei melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap tenaga *sales* Perusahaan Telekomunikasi “X” Reg. Bandung, *turnover* yang terjadi pada tenaga *sales* Perusahaan Telekomunikasi “X” Regional Bandung disebabkan karena budaya organisasi perusahaan, hal ini terindikasi karena karyawan *sales* Perusahaan Telekomunikasi “X” Reg. Bandung mengeluhkan tentang terbatasnya ruang untuk mengembangkan diri bagi karyawan serta kurangnya perhatian pimpinan dalam mendengarkan keluhan dan kebutuhan dari karyawan.

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan *sales* Perusahaan Telekomunikasi “X” Reg Bandung, karyawan kerap kali mengeluh tentang kompensasi yang diberikan perusahaan, khususnya tunjangan kesehatan serta tidak tentunya promosi jabatan sehingga karyawan merasa tidak memiliki jenjang karir yang cukup jelas.

Berdasarkan paparan masalah-masalah tersebut maka dalam kesempatan ini peneliti mengambil dua variable yang diindikasikan memiliki pengaruh terhadap *turnover intention* yaitu budaya organisasi dan kompensasi.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang dikemukakan, maka masalah pada penelitian yang muncul dapat dirumuskan:

1. Bagaimana Budaya Organisasi di Perusahaan Telekomunikasi “X” Reg. Bandung?
2. Bagaimana Kompensasi di Perusahaan Telekomunikasi “X” Reg. Bandung?
3. Bagaimana *Turnover Intention* di Perusahaan Telekomunikasi “X” Reg. Bandung
4. Bagaimana pengaruh Budaya Organisasi dan Kompensasi terhadap *Turnover Intention* pada tenaga *sales* di Perusahaan

Telekomunikasi “X” Reg. Bandung, baik secara simultan maupun parsial?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian tersebut di atas, maka penelitian ini ditujukan untuk mengaji dan menganalisa variabel-variabel, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Budaya Organisasi Perusahaan Telekomunikasi “X” Reg. Bandung.
2. Untuk mengetahui Kompensasi di Perusahaan Telekomunikasi “X” Reg. Bandung.
3. Untuk mengetahui *Turnover Intention* di Perusahaan Telekomunikasi “X” Reg. Bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh Budaya Organisasi dan Kompensasi terhadap *Turnover Intention* pada tenaga *sales* di Perusahaan Telekomunikasi “X” Reg. Bandung, baik secara simultan maupun parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti berharap dapat menambah pandangan baru mengenai pengaruh budaya organisasi dan kompensasi terhadap *turnover intention* di dalam suatu organisasi atau perusahaan, serta dapat menjadi dasar dan masukan bagi penelitian selanjutnya.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan data bagi pihak perusahaan terutama tentang pengaruh budaya organisasi dan kompensasi terhadap *turnover intention* pada tenaga *sales* di Perusahaan Telekomunikasi “X” Regional Bandung.
3. Peneliti berharap dapat memberikan bantuan bagi manajemen perusahaan dalam penyusunan kebijakan yang berkaitan dengan manajemen SDM terkait budaya organisasi yang dianut serta kebijakan pemberian kompensasi untuk meminimalisir *turnover intention* karyawan.

