

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Gambaan Umum dan Objek Penelitian**

##### **1.1.1 Profil PT XYZ**

PT XYZ adalah perusahaan *multinational company* yang telah berdiri di Indonesia sejak tahun 1985. PT XYZ merupakan perusahaan asing asal Jepang atau PMA (Pemegang Modal Asing) yang berkantor pusat di Jepang. Di Jepang sendiri, XYZ sudah lama sekali berdiri, sudah lebih dari 1 abad (sejak tahun 1887). Semenjak awal berdiri PT XYZ mempunyai misi “Mensejahterakan Hidup Masyarakat”, dimana dengan misi tersebut pendiri XYZ ingin mensejahterakan kehidupan Masyarakat dengan membuat masyarakat Jepang saat itu hidup lebih sehat, sehingga produk yang saat itu dikeluarkan adalah “Sekken” atau dalam bahasa Indonesia yaitu “sekken = sabun”, sabun ini pun selain untuk tubuh dapat pula diaplikasikan untuk wajah. Pendiri PT XYZ mempunyai semangat dan nilai untuk selalu menciptakan produk yang berkualitas demi kepuasan pelanggan.

Di Indonesia sendiri PT XYZ bergerak dalam industri manufactur yang memproduksi produk-produk kebutuhan sehari-hari “FMCG” diantaranya yaitu produk perawatan kulit, produk rumah tangga “*household*”, kesehatan kewanitaan dan lainnya. PT XYZ di Indonesia beroperasi di dua lokasi di provinsi Jawa Barat yaitu di Kabupaten Bekasi dan Kabupaten Karawang.

*Sumber : Bagian Sumber Daya Manusia PT XYZ*

##### **1.1.2 Visi dan Misi PT XYZ**

Adapun visi dan misi PT XYZ adalah sebagai berikut :

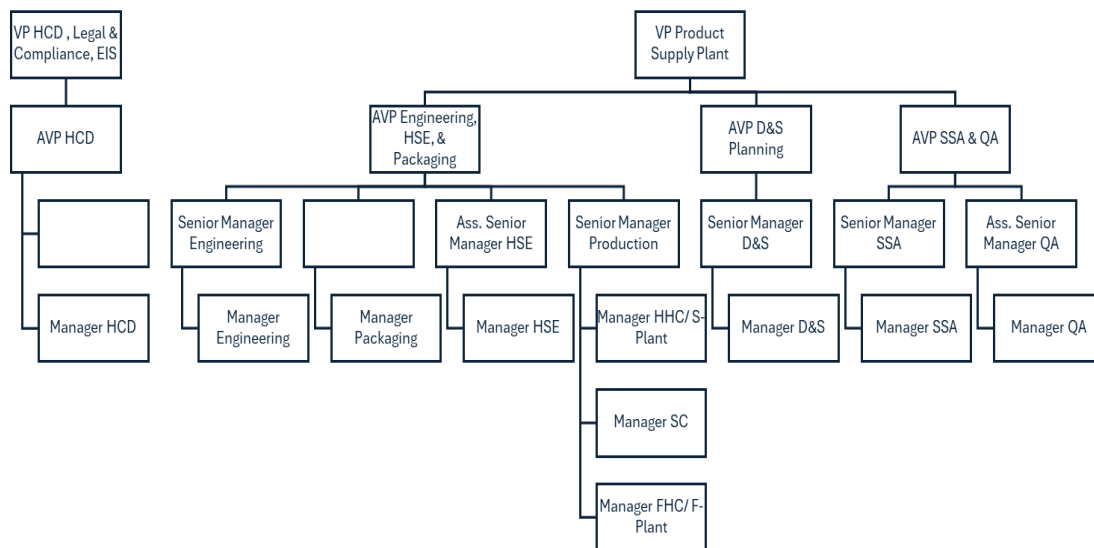
Visi : Menjadi yang terdekat dengan individu dan melampaui harapan mereka

Misi : Bersama kami menciptakan Kirei untuk semua – memberikan kepedulian dan peningkatan kualitas hidup bagi semua orang dan bumi.

*Sumber : Bagian Sumber Daya Manusia PT XYZ*

### 1.1.3 Struktur Organisasi

Berikut adalah sturktur organisasi PT XYZ :



**Gambar 1. 1 Struktur Organisasi**

*Sumber : Bagian Sumber Daya Manusia PT XYZ*

## 1.2. Latar Belakang Penelitian

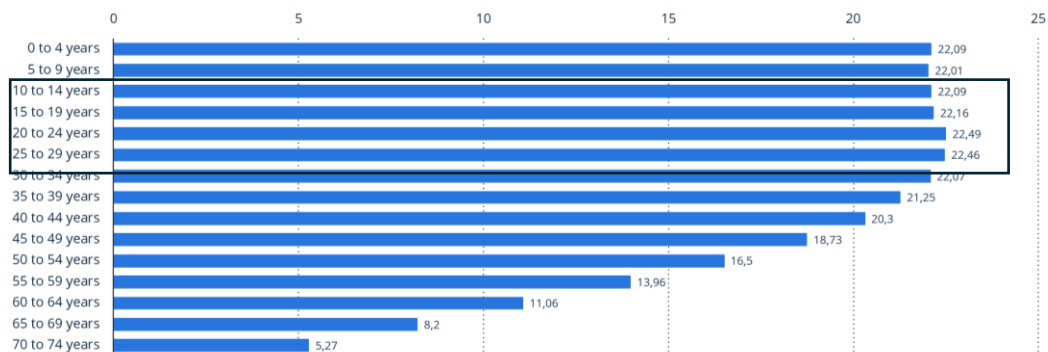
Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) memiliki peran strategis yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan. Dalam konteks ini, MSDM tidak hanya berfokus pada pengelolaan karyawan, tetapi juga menciptakan budaya kerja yang sehat dan produktif. Selain itu, penelitian oleh Ekananta et al. (2018) menunjukkan bahwa kontribusi praktisi MSDM sangat signifikan terhadap kinerja organisasi, yang tercermin dalam pengelolaan kompetensi dan situasi yang tepat. Dengan demikian, MSDM berfungsi sebagai alat strategis yang

tidak hanya mengelola sumber daya manusia, tetapi juga berkontribusi pada pencapaian tujuan jangka panjang organisasi.

Lebih lanjut, pengukuran kinerja dan produktivitas karyawan menjadi elemen penting dalam manajemen SDM yang efektif. Maharani (2023) menggarisbawahi pentingnya penggunaan metrik manajemen SDM untuk mengidentifikasi dan mengelola kinerja karyawan secara objektif, yang pada gilirannya berdampak positif terhadap kinerja organisasi. (Puspitasari (2023) juga menambahkan bahwa implementasi sistem manajemen yang berkelanjutan dapat meningkatkan kinerja SDM dan mendukung keberlanjutan organisasi. Dalam konteks ini, strategi manajemen SDM yang baik dapat menciptakan keunggulan bersaing, seperti yang diungkapkan oleh Farchan, yang menekankan pentingnya strategi SDM dalam mencapai kinerja organisasi yang optimal (Farchan, 2018). Dengan demikian, peran strategis MSDM dalam mempengaruhi kinerja organisasi tidak dapat dipandang sebelah mata, karena ia berkontribusi pada pengembangan kompetensi, motivasi, dan produktivitas karyawan yang pada akhirnya meningkatkan daya saing organisasi di pasar serta juga sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan organisasi di era yang semakin kompetitif ini.

Generasi Z, yang terdiri dari individu yang lahir di pertengahan tahun 1997 sampai 2012, kini mulai memasuki dunia kerja di Indonesia.

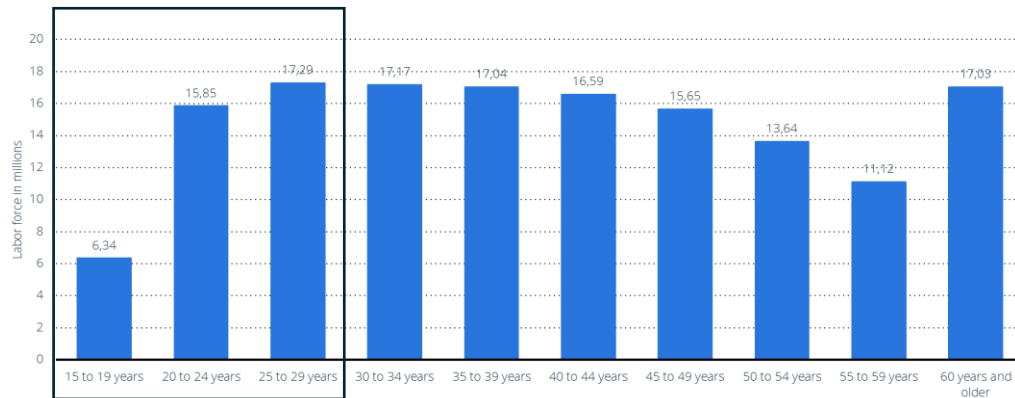
#### *Population in millions*



**Gambar 1. 2 Total Populasi in Indonesia in 2022, by Age Group**

## Total labor force in Indonesia as of August 2023, by age group

Labor force Indonesia 2023, by age group



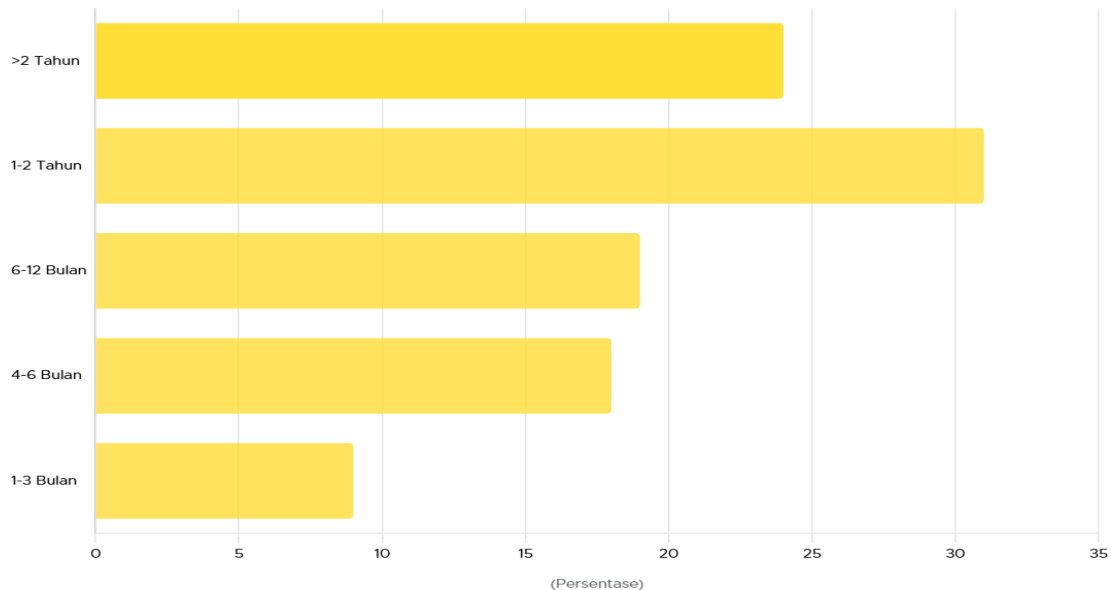
**Gambar 1. 3 Total Tenaga Kerja di Indonesia 2023, Berdasarkan Usia**

*Sumber : Statista.com*

Data gambar 1.2 menunjukkan bahwa per tahun 2022 jumlah populasi Generasi Z di Indonesia cukup banyak, dan bahkan terlihat dimana usai angkatan kerja (range usia 15 – 29) tahun cukup tinggi. Hal ini pun didukung oleh total tenaga kerja di Indonesia per Agustus 2023 sesuai gambar 1.3, dan akan terus bertambah seiring tahun dan sampai nanti sesuai dengan target Indonesia emas tahun 2045 akan didominasi oleh Generasi Z.

Disisi lain, Generasi Z memiliki kecenderungan untuk mudah berpindah pekerjaan, dimana generasi ini memiliki harapan yang tinggi terhadap perusahaan tempat mereka bekerja, termasuk dalam hal penghargaan dan iklim organisasi yang positif, yang jika tidak terpenuhi dapat mendorong mereka untuk mencari pekerjaan lain (Santosa & Adiputra, 2023). Hal ini didukung dengan hasil survei yang dilakukan Jakpat oleh Salsabilla (2024) dalam GoodStats bahwa dari sebanyak 295 responden (Generasi Z) sebanyak 69% mempunyai rencana untuk mengundurkan diri dari pekerjaan mereka saat ini baik dalam jangka waktu dekat atau dalam waktu yang belum ditentukan. Fakta menarik lainnya pun terlihat dari hasil survei lainnya yang dilakukan Jakpat oleh Rizti (2024) dalam GoodStats bahwa dari sebanyak 295 responden (Generasi Z) hanya sekitar 24% saja yang bertahan di tempat kerja mereka selama lebih

dari 2 tahun, sisanya tidak bertahan dari tempat kerja mereka. Berikut gambaran grafiknya.



**Gambar 1. 4 Durasi Gen Z Bertahan di Tempat Kerja**

*Sumber : goodstats.id*

Dari data tersebut diatas, tergambar bahwa generasi z cenderung lebih mudah untuk keluar dari pekerjaan saat ini dalam jangka waktu yang tidak terlalu lama. *Turnover* terjadi diawali dengan adanya kondisi yang disebut dengan *turnover intention*. *Turnover intention* merupakan langkah awal dalam proses pengunduran diri, dimana individu mulai mempertimbangkan untuk mencari pekerjaan baru dan meninggalkan organisasi saat ini (Azeem et al., 2020).

Dalam hal besaran presentase tingkat optimal *turnover* karyawan dalam perusahaan, idealnya tidak melebihi angka 10%, dan jika sudah melebihi angka 10% maka dianggap tinggi (Mathis et al., 2017). Pada PT XYZ, tingkat rata-rata *turnover* dari tahun 2021 – 2023 sekitar 7%. Hal ini jika mengacu pada teori dimana tingkat *turnover* dibawah 10% masih dianggap wajar. Tetapi berdasarkan data yang diperoleh dari bagian SDM PT XYZ, bahwa kebijakan manajemen PT XYZ terakit target

*turnover* maksimal 5%. Sehingga pada PT XYZ dengan rata-rata tingkat *turnover* sekitar 7% merupakan angka yang tinggi (melebihi target perusahaan).

Fenomena *turnover* yang terjadi pada generasi z seperti yang telah dipaparkan sebelumnya pun terjadi pada PT XYZ, dimana Generasi Z cenderung mendominasi persentase dari total karyawan yang keluar dari perusahaan. Berikut gambaran yang terjadi di PT XYZ.

**Tabel 1. 1 Turnover PT XYZ Tahun 2021 - 2023**

| Tahun | Turnover | Generasi  |       | % Gen Z |
|-------|----------|-----------|-------|---------|
|       |          | Gen Non Z | Gen Z |         |
| 2021  | 43       | 20        | 23    | 53%     |
| 2022  | 48       | 16        | 32    | 67%     |
| 2023  | 33       | 11        | 22    | 67%     |
| Total | 124      | 47        | 77    | 62%     |

Sumber : Bagian Sumber Daya Manusia PT XYZ

Dari tabel 1.1 tergambar bahwa dari total karyawan yang keluar setiap tahunnya di PT XYZ, bahwa rata-rata diatas 60% merupakan Generasi Z.

Fenomena terkait *turnover* pada Generasi Z terjadi karena beberapa faktor diantaranya karena faktor kepemimpinan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Chillakuri dan Mahanandia (2018) bahwa bahwa strategi yang berkelanjutan dalam memaksimalkan bakat Generasi Z sangat penting untuk menarik dan mempertahankan mereka di tempat kerja, dimana generasi ini juga mengharapkan pemimpin yang dapat memberikan umpan balik konstruktif dan menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan individu. Penelitian lainnya menunjukkan bahwa hubungan Generasi Z dengan teknologi dan media sosial membentuk nilai-nilai mereka, yang pada gilirannya mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan atasannya (Turner, 2015).

Karyawan Generasi Z menurut Afandi et al. (2022) cenderung lebih memilih pemimpin yang dapat terhubung dengan mereka secara emosional dan menginspirasi mereka untuk mencapai tujuan bersama, sehingga jika mereka merasa kurang terhubung, mereka lebih mungkin untuk keluar dari pekerjaan mereka. Selain itu, kepemimpinan yang kurang efektif juga dapat berkontribusi pada keputusan Generasi Z untuk meninggalkan pekerjaan mereka. Generasi ini mengharapkan pemimpin yang mendengarkan dan mengimplementasikan ide-ide mereka, serta memberikan kesempatan untuk pertumbuhan karir. Ketika pemimpin tidak mampu memenuhi harapan ini, karyawan Generasi Z mungkin merasa tidak dihargai dan kehilangan motivasi untuk tetap bertahan (Afandi et al., 2022).

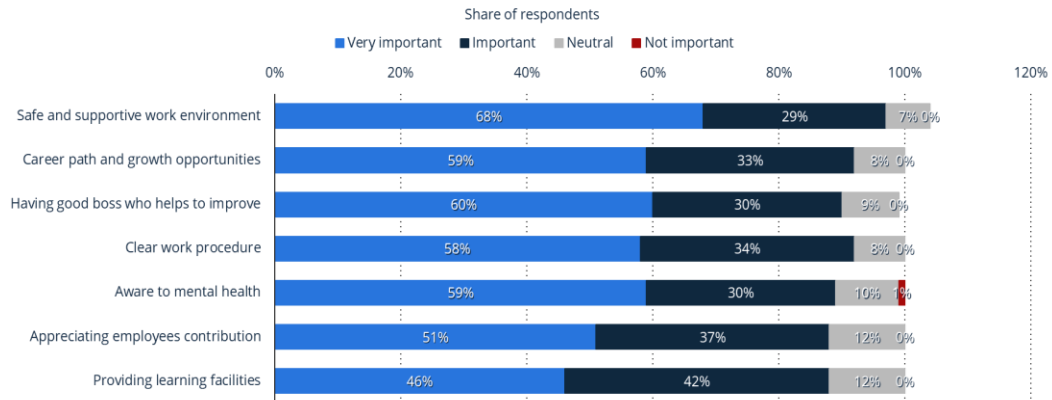
Dari beberapa hal yang telah disampaikan sebelumnya bahwa harapan dari Generasi Z sejalan dengan ciri dari kepemimpinan transformasional. Kepemimpinan transformasional mencakup kemampuan pemimpin untuk menginspirasi dan memotivasi karyawan, menciptakan lingkungan kerja yang positif, serta mendorong inovasi dan kreativitas di antara anggota tim (Hafiz & Sary, 2020). Kepemimpinan transformasional dapat meningkatkan kepuasan kerja karyawan, yang pada gilirannya dapat mengurangi niat untuk berpindah kerja (*turnover intention*) (Ciptawati, 2023). Selain itu kepemimpinan transformasional pun berfungsi sebagai mediator yang positif antara komitmen afektif dan niat untuk berpindah kerja. Artinya, ketika karyawan merasa terinspirasi dan termotivasi oleh pemimpin mereka, mereka cenderung mengembangkan komitmen yang lebih tinggi terhadap organisasi, yang pada gilirannya mengurangi keinginan mereka untuk meninggalkan perusahaan (Mañas-Rodríguez et al., 2020).

Hal ini sejalan dengan data dan informasi berikut (*ideal company* menurut Gen Z), diketahui bahwa beberapa faktor yang menjadi pertimbangan menjadi perusahaan yang ideal menurut Generasi Z salah satunya adalah “*having good boss who helps to improve*” dimana Generasi Z menginginkan pemimpin yang dapat memicu keberhasilan implementasi inovasi di tempat kerja (Putnik et al., 2019), yang mana hal

tersebut merupakan salah satu indikator dari gaya kepemimpinan transformasional (Silitonga et al., 2020).

### Most important factors in considering an ideal company among Generation Z in Indonesia as of February 2024

Factors in considering an ideal workplace among Gen Z Indonesia 2024



**Gambar 1. 5 Ideal Company Menurut Gen Z**

Sumber : Statista.com

Dari gambar 1.5 diatas terlihat bahwa Generasi Z menginginkan bahwa salah satu kriteria perusahaan ideal adalah dengan memiliki pemimpin yang dapat memberikan ruang inovasi bagi mereka. Meskipun “*having good boss who help to improve*” menempati urutan ke-3, tetapi peneliti menemukan fenomena yang sebaliknya terjadi pada PT XYZ terkait gaya kepemimpinan pemimpin saat ini dari pimpinan karyawan Generasi Z, dimana hasil wawancara dengan beberapa karyawan Generasi Z dari setiap perwakilan bagian yang ada dalam kurun waktu mulai tanggal 15 – 18 Oktober 2024, menyampaikan beberapa hal terkait kepemimpinan saat ini :

**Tabel 1. 2 Hasil Wawancara Gen Z**

| No | Harapan Gen Z (Indikator kepemimpinan Transformasional) | Hasil wawancara Generasi Z terkait kepemimpinan pada PT XYZ             |
|----|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Generasi Z cenderung mencari pemimpin yang dapat        | Visi telah disampaikan kepada tim, tetapi ada beberapa aspek yang belum |



|   |                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                     |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   | mengkomunikasikan tujuan dan misi organisasi dengan cara yang jelas dan menarik, sehingga mereka merasa terlibat dan memiliki peran dalam mencapai visi tersebut. (Armiyanti et al., 2023)                    | jelas, menyebabkan tim harus menebak-nebak harapan organisasi di masa depan.                                                                                                                                                        |
| 2 | Generasi Z mengharapkan pemimpin yang mampu menginspirasi dan memberikan dukungan emosional maupun profesional akan lebih berhasil dalam membangun hubungan yang kuat dengan anggota tim. (Ayuningtyas, 2024) | Pemimpin memberikan inspirasi secara tidak langsung, namun kurang dalam menyediakan dukungan langsung ( <i>coaching</i> dan <i>mentoring</i> jarang dilakukan).                                                                     |
| 3 | Generasi Z menginginkan pemimpin yang dapat memicu keberhasilan implementasi inovasi di tempat kerja. (Putnik et al., 2019)                                                                                   | Upaya untuk mendorong kreativitas dan pemikiran di luar kebiasaan ada, tetapi sangat terbatas, dimana ruang gerak tim sering dibatasi oleh pemikiran-pemikiran lama yang sangat terkesan kaku dan kurang sesuai lagi saat ini.      |
| 4 | Generasi Z mengharapkan pemimpin yang dapat memberikan umpan balik konstruktif dan menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan individu. (Turner, 2015)                                                 | Komunikasi dirasakan bersifat satu arah; meskipun feedback didengarkan, tetapi pada akhirnya keputusan akhir tetap bergantung pada pandangan awal pemimpin, membuat tim merasa aspirasi mereka kurang diperhatikan dan didengarkan. |

|   |                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                 |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5 | Generasi Z mengharapkan pemimpin yang mendengarkan dan mengimplementasikan ide-ide mereka, serta memberikan kesempatan untuk pertumbuhan karir. (Afandi et al., 2022) | Diperlukan pendekatan yang lebih terbuka dan adaptif untuk mendengarkan ide-ide dari tim agar organisasi dapat berkembang secara berkelanjutan. |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Dari tabel 1.2 tersebut diatas terlihat bahwa berdasarkan hasil wawancara ada 5 hal yang dimana kelima hal tersebut tidak sesuai dengan harapan dari Generasi Z terhadap gaya kepemimpinan pimpinan mereka di PT XYZ, dimana dari kelima hal tersebut merupakan indikator dari gaya kepemimpinan transformasional. Hal tersebut yang mendasari penulis untuk mengambil gaya kepemimpinan transformasional menjadi salah satu variabel dalam penelitian ini.

Selain faktor gaya kepemimpinan transformasional, kompensasi pun memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *turnover intention* di kalangan Generasi Z, yang sering kali mencari imbalan yang sepadan dengan kontribusi mereka di tempat kerja. Kompensasi yang adil dan kompetitif dapat meningkatkan keterlibatan karyawan dan mengurangi niat untuk berpindah kerja (Rahi, 2021). Selain itu ketika karyawan merasa bahwa kompensasi yang mereka terima tidak sesuai dengan harapan atau standar industri, hal ini dapat meningkatkan niat mereka untuk keluar dari perusahaan (Periyadi et al., 2024).

Kompensasi selain dalam bentuk finansial, terdapat juga kompensasi dalam bentuk *non-finansial*, yang mencakup aspek-aspek seperti lingkungan kerja yang nyaman, kesempatan untuk pengembangan karir, pelatihan, dan pengakuan atas prestasi (Puspitasari & Anggaria, 2022). Untuk kompensasi finansial dapat berupa kompensasi *direct financial* dan *non direct financial*. Adapun pembayaran dalam bentuk gaji, insentif dan bonus merupakan bentuk dari pembayaran finansial langsung. Sedangkan pembayaran dalam bentuk manfaat finansial seperti asuransi, tunjangan

pension dan cuti merupakan bentuk pembayaran finansial tidak langsung (Dessler, 2020).

Data berikut menunjukkan bahwa menurut survei Jakpat dengan menggunakan toleransi kesalahan atau *margin of error* di bawah 5% ini juga ditemukan bahwa dari 168 responden, alasan utama Generasi Z mengundurkan diri adalah karena gaji (kompensasi finansial) yang tidak memuaskan (41%).



**Gambar 1. 6 Alasan *Resign* Gen Z**

*Sumber : goodstats.id*

Dari data diatas dapat dilihat bahwa kompensasi khususnya gaji menjadi salah satu alasan Generasi Z *resign* dari pekerjaannya. Penelitian lain yang dilakukan oleh Irawan dan Komara (2022) menunjukkan bahwa kompensasi finansial yang memadai dapat mengurangi niat karyawan untuk berpindah kerja.

Generasi Z, yang dikenal dengan harapan tinggi terhadap kesejahteraan finansial dan pengembangan karir, cenderung merasa tidak puas jika kompensasi yang mereka terima tidak mencerminkan nilai dan kontribusi mereka. Selain itu, sistem kompensasi yang baik dapat mengurangi *turnover intention* (Zayed et al., 2022).

Dengan demikian, perusahaan yang ingin mempertahankan karyawan Generasi Z perlu memberikan kompensasi finansial yang kompetitif dan adil untuk meminimalkan risiko *turnover* yang tinggi di kalangan generasi ini.

Terkait dengan hal tersebut, fenomena/ hal menarik lainnya muncul terkait kompensasi yang didapatkan oleh karyawan. Menurut data dan informasi yang didapat dari bagian HR PT XYZ, khususnya terkait kompensasi untuk karyawan yang berhubungan dengan insentif, gaji, dan bonus karyawan, berikut data yang didapat :

1. Insentif kehadiran mulai tahun 2016 - 2024 belum terkoreksi, tetap di angka/ nominal yang sama (belum ada kenaikan/ penyesuaian).
2. Kenaikan gaji, bonus yang didapat pada periode 3 tahun kebelakang (2021 - 2023). Berikut tabel nya :

**Tabel 1. 3 Realisasi Rata - Rata Kenaikan Gaji dan Bonus**

| Indikator     | Satuan      | 2021 | 2022 | 2023 |
|---------------|-------------|------|------|------|
| Kenaikan Gaji | Rp. (Ribu)  | 483  | 410  | 657  |
| Bonus         | (Kali) Gaji | 1,17 | 1,01 | 1,16 |

Sumber : Bagian Sumber Daya Manusia PT XYZ

Untuk skema kenaikan gaji di PT XYZ berlaku untuk seluruh karyawan tetap yang didasari dari *performace* karyawan dengan mengacu pada sturuktur skala upah yang ada dan faktor internal lainnya. Sedangkan untuk karyawan PKWT (kontrak) mengaju pada aturan UMR yang berlaku.

Dari tabel 1.3 terkait realisasi rata-rata kenaikan gaji dan bonus untul level operator sampai level junior supervisor (grup leader) dengan range nilai *performace* di cukup & baik dari tahun 2021 - 2023. Terlihat bahwa pada tahun 2021 ke 2022 kenaikan gaji mengalami penurunan, begitu pula bonus. Hal ini berkontribusi pada peningkatan turnover dari 43 ke 48 orang seperti tergambar pada tabel 1.1. Penurunan insentif finansial dapat menyebabkan ketidakpuasan karyawan, meningkatkan niat untuk keluar. Hal lain terlihat pada tahun 2022 ke 2023 kenaikan gaji dan bonus

keduanya meningkat. Kenaikan gaji yang signifikan dari Rp. 410 ribu ke Rp. 657 ribu berkontribusi pada penurunan turnover menjadi 33 orang. Peningkatan kompensasi bisa menjadi faktor bagi karyawan untuk tetap bertahan di perusahaan.

Dari pemaparan tersebut diatas, terlihat bahwa karyawan khususnya Generasi Z sangat *concern* terhadap gaya kepemimpinan dan kompensasi finansial yang mereka dapatkan dari sebuah perusahaan untuk mendorong kinerja individu mereka dan pertimbangan mereka dalam bertahan di sebuah organisasi. Dengan demikian, penting bagi organisasi untuk memahami karakteristik dan harapan Generasi Z agar dapat mempertahankan mereka dalam jangka panjang.

Dari data dan informasi yang terjadi di organisasi di PT XYZ, serta fenomena dan karakteristik karyawan khususnya terkait Generasi Z, maka peneliti akan mengangkat tema terkait faktor-faktor yang dapat menyebabkan *turnover intention* pada Generasi Z sehingga organisasi/ perusahaan dapat mempertahankan talenta-talenta terbaiknya. Adapun topik yang akan diteliti mengambil judul **“Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Kompensasi Terhadap *Turnover intention* Pada Generasi Z di PT XYZ”**.

### **1.3. Perumusan Masalah**

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan pada latar belakang diatas serta dari beberapa penelitian terdahulu terkait kepemimpinan transformasional dan kompensasi mempengaruhi *turnover intention*, maka dengan ini peneliti akan membahas apakah kepemimpinan transformasional dan kompensasi mempengaruhi niat berpindah kerja (*turnover intention*) pada Generasi Z dengan **“Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Kompensasi Terhadap *Turnover intention* Pada Generasi Z di PT XYZ”** dengan rumusan pertanyaan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran tentang kepemimpinan transformasional, kompensasi finansial dan *turnover intention* Generasi Z di PT XYZ.

2. Bagaimana pengaruh transformasional leadership terhadap *turnover intention* pada Generasi Z di PT XYZ ?
3. Bagaimana pengaruh kompensasi finansial terhadap *turnover intention* Generasi Z di PT XYZ?
4. Bagaimana pengaruh kepemimpinan transformasional dan kompensasi finansial terhadap *turnover intention* Generasi Z di PT XYZ.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui gambaran tentang kepemimpinan transformasional, kompensasi finansial dan *turnover intention* Generasi Z di PT XYZ.
2. Untuk mengetahui bagaimana kepemimpinan transformasional mempengaruhi *turnover intention* di kalangan karyawan Generasi Z pada PT XYZ ?
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kompensasi finansial terhadap *turnover intention* pada Generasi Z pada PT XYZ ?
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepemimpinan transformasional dan kompensasi finansial terhadap *turnover intention* Generasi Z di PT XYZ.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat didapat dari penelitian ini adalah :

##### **Manfaat Teoritis:**

1. Pengayaan teori: Memperluas literatur tentang kepemimpinan transformasional dan peran kompensasi dalam mengurangi *turnover intention*, khususnya di kalangan Generasi Z.
2. Pemahaman yang lebih dalam: Menambah wawasan akademik tentang faktor-faktor yang memengaruhi *turnover intention* Generasi Z.

### **Manfaat Praktis:**

1. Panduan bagi perusahaan: Memberikan strategi kepemimpinan dan kompensasi yang lebih efektif untuk menekan turnover di kalangan Generasi Z.
2. Peningkatan retensi karyawan: Membantu perusahaan meningkatkan kepuasan dan loyalitas karyawan melalui kebijakan yang sesuai.
3. Pengurangan biaya turnover: Membantu perusahaan mengurangi biaya yang timbul akibat tingginya angka pergantian karyawan.

### **1.6. Sistematika Penulisan**

Dalam penelitian ini yang berjudul **“Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Kompensasi Terhadap *Turnover intention* Pada Generasi Z di PT XYZ ”** terdiri dari lima bab. Sistematika penyajian penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan uraian tentang gambaran objektif penelitian, latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

#### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tinjauan pustaka dan teori yang melandasi penelitian ini. Dalam bab ini dibahas terkait teori umum sampai ke khusus yang menjadi variable yang akan diteliti. Dalam bab 2 ini pun disertai oleh penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis penelitian.

#### **c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan metode dan alat analisa yang digunakan sesuai dengan topik dan objek penelitian yang diteliti seperti pendekatan, metode, teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisa temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang jenis penelitian,

operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data, pengujian dari data yang ada, serta teknik analisa data.

**d. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas tentang hasil dari penelitian di bab 3, dimana hasil dari penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian.

Bab ini berisi dua bagian, dimana bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Dalam hal pembahasan hasil penelitian akan dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti dengan penarikan kesimpulan.

**e. BAB V PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan yang didapat dari hasil analisa data yang telah dilakukan yang selanjutnya saran diberikan dari temuan hasil penelitian baik untuk perusahaan terkait maupun untuk penelitian selanjutnya.