

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Usia dan jenis kelamin memiliki dampak kepada perilaku seseorang dalam memiliki niat untuk mengundurkan diri. Berumur 18 tahun sampai dengan umur 25 tahun yang lebih sering memiliki niat untuk mengundurkan diri dibandingkan dengan usia diatas 25 tahun. Hal ini ditandai dengan jarak usia 18 – 25 tahun termasuk pada Generasi Millennial yang memiliki kecenderungan mudah jenuh dengan satu pekerjaan saja. Selain usia, faktor jenis kelamin (*gender*) juga mempengaruhi dalam memiliki niat untuk mengundurkan diri yang mana presentasi laki-laki yang lebih sering memiliki niat untuk mengundurkan diri dibandingkan perempuan. Hal ini disebabkan oleh sikap laki-laki yang lebih memilih pekerjaan yang pasti dari segi penghasilan setiap bulannya. Selain itu penyebab lainnya adalah pendapatan yang diterima juga berpengaruh, ketika karyawan merasa kurang memperoleh benefit yang diterima dari segi gaji itu akan menimbulkan niat untuk mengundurkan diri dan lebih memilih kepada perusahaan yang lebih menjamin dari segi benefitnya.

Penelitian ini memiliki 3 kesimpulan dan semua mempunyai korelasi signifikan positif dan konsisten dengan penelitian sebelumnya (Sahu et al. 2018). Dengan demikian, setiap *variable* yang mempengaruhi dapat menjadi acuan dan evaluasi perusahaan bahwa cara gaya kepemimpinan (*transformational leadership*) itu sangat mempengaruhi karyawan dalam menimbulkan niat untuk mengundurkan diri. Tentunya hal tersebut dapat dihindari dengan cara memberikan nilai-nilai positif terkait dengan tujuan atau goal perusahaan sehingga karyawan memiliki reputasi yang baik (*employee branding*), sering melibatkan karyawan dalam pengembangan perusahaan (*employee engagement*), dan meningkatkan rasa memiliki terhadap perusahaan dengan cara menjadikan karyawan itu sebagai asset perusahaan bukan hanya karyawan atau pekerja saja (*psychological attachment*).

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan diantaranya : pertanyaan kuesioner yang terlalu banyak untuk variable *employee branding* , sehingga membuat responden bingung menjawab kuesioner yang terlalu banyak dan cenderung menjawab secara asal-asalan. Kemudian ada beberapa responden yang kurang fokus dalam mengisi kuesioner yang dibagikan. Dalam penelitian ini juga memiliki nilai R Square yang rendah yaitu dibawah 50,0%.

5.3 Rekomendasi

Hasil penelitian ini memberikan rekomendasi untuk peneliti mendatang yang dapat dilakukan, seperti :

1. Model dalam penelitian ini terdapat ketidak cocokan untuk karyawan (*sales force*) pada Dealer Honda sehingga disarankan lebih pada perusahaan besar dan terbaik serta diminati oleh generasi milenial. Berdasarkan data dari www.wartaekonomi.co.id yang menyebutkan terdapat 34 perusahaan Indonesia menjadi tempat terbaik di Asia dan diantaranya yang terdapat di Batam yaitu PT Bank Central Asia, PT Maybank Indonesia, PT Telkom Indonesia, dan perusahaan lainnya.
2. Kemudian dalam hal pemilihan responden untuk kuesioner lebih menyebarkan ke beberapa jabatan misalnya *counter sales*, *sales supervisor*, *sales advisor*, dan jabatan lainnya yang berkaitan dengan penjualan.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi karyawan (*employee branding*) mempunyai dampak yang signifikan terhadap niat untuk mengundurkan diri (*intention to leave*), hal ini terjadi karena *soft skill* karyawan Honda yang perlu dikembangkan kembali serta *interpersonall skill* yang memumpuni akan menambah reputasi karyawan (*employee branding*) yang baik, sehingga tingkat niat untuk mengundurkan diri (*intention to leave*) akan menurun.
4. *Psychological attachment* dalam penelitian ini mempunyai dampak yang signifikan terhadap niat untuk mengundurkan diri (*intention to leave*), hal ini dapat terjadi ketika nilai inti, visi & misi perusahaan secara jelas diterangkan kepada karyawan ini akan menimbulkan rasa kepemilikan

karyawan terhadap perusahaan sehingga niat untuk mengundurkan diri (*intention to leave*) akan berkurang.

5. *Transformational leadership* dalam penelitian ini mempunyai dampak yang signifikan terhadap reputasi karyawan (*employee branding*), hal ini dapat terjadi karena sikap pemimpin itu sangat berperan penting untuk meningkatkan tingkat percaya diri dan motivasi setiap karyawan yang ada, tentunya hal ini bisa menjadi factor pendukung untuk meminimalisir niat untuk mengundurkan diri (*intention to leave*).
6. *Transformational leadership* dalam penelitian ini mempunyai dampak yang signifikan terhadap keterlibatan karyawan (*employee engagement*), karena karyawan akan sangat dihargai ketika seorang pemimpin selalu melibatkan karyawannya dalam kegiatan atau pengambilan keputusan. Hal ini akan meningkatkan tingkat *trust* karyawan kepada pemimpin dan akan meningkatkan produktivitas kerja serta karyawan tersebut akan menjadi loyal.
7. *Transformational leadership* mempunyai dampak yang signifikan terhadap kelekatan psikologis (*psychological attachment*), gaya kepemimpinan pada setiap pemimpin perusahaan akan sangat mempengaruhi psikologis setiap karyawannya ketika seorang pemimpin memperhatikan karyawannya tidak hanya menganggap sebagai rekan kerja atau bawahan, tetapi bisa dianggap sebagai teman berbagi ide dan inovasi akan membuat rasa memiliki perusahaan akan meningkat dan karyawan tersebut akan cenderung senang dan loyal bekerja di perusahaan tersebut.