

BAB I

PENDAHULUAN

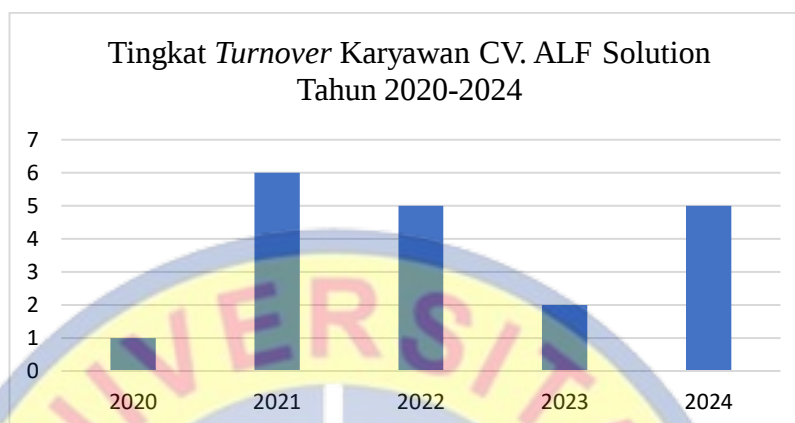
1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam konteks industri kreatif, peran Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki posisi yang sangat strategis dalam menentukan keberhasilan perusahaan. Keunggulan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh sistem kerja dan dukungan teknologi, namun sangat berkaitan juga dengan kemampuan individu dalam menghasilkan ide, inovasi, serta karya yang kreatif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, perusahaan kreatif perlu memastikan keterlibatan dan keberlangsungan tenaga kerja agar kualitas kinerja yang dihasilkan dapat terjaga secara konsisten.

Keberlangsungan perusahaan tersebut tidak terlepas dari tingkat loyalitas karyawan. Loyalitas menggambarkan sikap keterikatan karyawan terhadap perusahaan yang tercermin melalui komitmen, rasa tanggung jawab, serta kesediaan untuk berkontribusi secara optimal dalam pekerjaan. Karyawan dengan tingkat loyalitas yang baik cenderung memiliki orientasi kerja yang lebih stabil dan berkelanjutan. Dengan demikian, perusahaan yang mampu menumbuhkan loyalitas karyawan memiliki peluang lebih besar untuk menjaga stabilitas organisasi, meningkatkan efektivitas kerja, serta mendukung pencapaian tujuan jangka panjang.

Namun demikian, berdasarkan data yang diperoleh penulis di lokasi penelitian, ditemukan adanya fluktuasi tingkat *turnover* karyawan pada CV. ALF Solution Jawa Barat yang bergerak di bidang desain kreatif. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya dinamika dalam keberlangsungan masa kerja karyawan yang berpotensi mencerminkan permasalahan terkait loyalitas karyawan dalam beberapa tahun terakhir. Untuk menggambarkan fenomena tersebut, penulis menyajikan diagram

turnover karyawan CV. ALF Solution Jawa Barat selama periode tahun 2020 hingga 2024.



GAMBAR 1. 1 TINGKAT TURNOVER CV. ALF SOLUTION 2020-2024

Sumber: CV ALF Solutions, diolah oleh penulis (2025)

Informasi mengenai tingkat *turnover* pada Gambar 1.1 memberikan gambaran bahwa dinamika pergantian karyawan di CV. ALF Solution Jawa Barat mengalami fluktuasi dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir. Seperti lonjakan *turnover* dari tahun 2020 ke tahun 2021 yaitu dari satu orang meningkat drastis menjadi 6 orang. Lalu terjadi hal yang sama pada tahun 2023 dan 2024 yaitu dari dua orang meningkat menjadi lima orang. Data dalam diagram tersebut menunjukkan bahwa adanya kondisi yang dinamis dalam keberlangsungan masa kerja karyawan yang perlu menjadi perhatian, terutama dibidang desain kreatif yang sangat dipengaruhi oleh konsistensi dari kualitas dan kreatifitas karyawannya. Tingkat *turnover* yang tidak stabil dapat memberikan dampak pada produktivitas, efisiensi operasional, hingga keberhasilan proyek-proyek kreatif perusahaan.

Di sisi lain, berdasarkan informasi yang diketahui oleh penulis, seluruh karyawan pada divisi desain berstatus karyawan kontrak. Sistem kontrak dalam dunia industri kreatif memang dianggap hal yang umum karena lebih fleksibel dan adaptif

terhadap kebutuhan proyek, namun hal tersebut juga dapat menjadi alasan yang memengaruhi persepsi karyawan terhadap kepastian kerja, rasa memiliki, dan juga komitmen terhadap perusahaan. Oleh karena itu, motivasi mungkin menjadi salah satu faktor yang paling mendalam dalam memberikan pengaruh terhadap tingkat loyalitas karyawan di CV. ALF Solution Jawa Barat. Jika motivasi karyawan tidak terjaga dengan baik, hal tersebut dapat mendorong kecenderungan mereka untuk mencari peluang lain di luar perusahaan yang akan mengakibatkan tingginya potensi keluar-masuk karyawan (*turnover*) serta berkurangnya stabilitas tenaga kerja dalam perusahaan.

Kondisi ini selaras dengan data turnover perusahaan yang menunjukkan adanya fluktuasi dalam beberapa tahun terakhir. Untuk memperkuat temuan tersebut, penulis melakukan survei awal terhadap 20% dari total populasi, yaitu sebanyak enam responden. Hasil survei awal menunjukkan bahwa tingkat loyalitas karyawan di CV. ALF Solution Jawa Barat masih belum berada pada kondisi yang optimal dan masih memerlukan peningkatan. Temuan ini memberikan gambaran awal mengenai kondisi loyalitas karyawan, yang selanjutnya penulis sajikan dalam tabel 1.1 berikut ini.

TABEL 1. 1
SURVEI AWAL LOYALITAS CV. ALF SOLUTION

No	Aspek/Dimensi loyalitas	Setuju (%)
1	Dorongan tetap menjadi anggota	61,11%
2	Keinginan memberikan yang terbaik	75,93%
3	Penerimaan Nilai perusahaan	70,37%
Rata-rata		69,14%

Sumber: CV ALF Solution Jawa Barat, diolah oleh penulis (2025)

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa rata-rata loyalitas karyawan masih perlu perhatian khusus karena masih berada di angka 69,14%. Jika dilihat dari setiap indikator, aspek dorongan untuk tetap menjadi anggota menjadi yang terendah yaitu 61,11%. Angka tersebut menunjukkan bahwa ikatan emosional dan keinginan

karyawan tetap menjadi bagian di perusahaan masih tergolong di level yang standar. Kenyataan di lapangan ini mencerminkan belum optimalnya aspek-aspek loyalitas sebagaimana yang diungkapkan oleh Agustini (2019: 173-174), yang meliputi dorongan untuk tetap menjadi bagian organisasi, keinginan berkontribusi maksimal, serta kepercayaan terhadap nilai-nilai yang dianut oleh perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan perlu memperkuat faktor-faktor yang mampu menumbuhkan rasa keterikatan dan komitmen karyawan terhadap organisasi.

Saat survei awal dilakukan, penulis juga menemukan adanya ekspektasi motivasi yang diharapkan oleh responden. Temuan tersebut menunjukkan bahwa responden bertahan saat ini cenderung hanya untuk memenuhi kebutuhan pribadi, bahkan beberapa di antaranya pernah terpikir untuk bekerja di tempat lain atau tidak ada niat untuk bekerja di perusahaan ini dalam jangka panjang. Kondisi tersebut secara langsung merefleksikan pemikiran dari Luthans (2006: 273) terkait kebutuhan keamanan, di mana motivasi karyawan saat ini nampaknya masih terbatas pada pemenuhan aspek finansial dan fisik jangka pendek, bukan keamanan karier jangka panjang yang stabil. Selain itu, karyawan juga mengharapkan afirmasi berupa pengakuan atau pujian untuk meningkatkan semangat kerja. Harapan ini selaras dengan adanya kebutuhan status, di mana individu termotivasi oleh pengakuan dan reputasi. Karyawan juga menyatakan kebutuhan mereka untuk mempelajari hal baru melalui mentoring, workshop, dan seminar, yang merupakan cerminan dari kebutuhan untuk berprestasi. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan tidak hanya ingin bekerja, tetapi memiliki dorongan untuk terus mengembangkan diri dan memberikan hasil yang lebih baik jika kebutuhan motivasinya terpenuhi.

Berdasarkan pemaparan permasalahan tersebut, penulis memandang perlu untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam terkait pengaruh motivasi terhadap

loyalitas karyawan kontrak di CV. ALF Solution Jawa Barat. Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan manfaat praktis bagi manajemen perusahaan, tetapi juga memperkaya kajian akademis mengenai dinamika karyawan kontrak pada industri kreatif. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul “Pengaruh Motivasi Terhadap Loyalitas Karyawan Kontrak Pada Perusahaan Desain Kreatif CV. ALF Solution Jawa Barat.”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan beberapa identifikasi masalah yang menjadi fokus dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Berapa besar motivasi karyawan kontrak CV. ALF Solution Jawa Barat?
- b. Berapa besar loyalitas karyawan kontrak CV. ALF Solution Jawa Barat?
- c. Berapa besar pengaruh motivasi terhadap loyalitas karyawan kontrak CV. ALF Solution Jawa Barat?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis beberapa hal yang berkaitan dengan motivasi dan loyalitas karyawan kontrak di CV. ALF Solution Jawa Barat, yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui motivasi karyawan kontrak CV. ALF Solution Jawa Barat.
- b. Untuk mengetahui loyalitas karyawan kontrak CV. ALF Solution Jawa Barat.
- c. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh motivasi terhadap loyalitas karyawan kontrak CV. ALF Solution Jawa Barat.

1.4 Kegunaan penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari sisi pengembangan keilmuan maupun penerapan praktis dalam dunia kerja. Manfaat tersebut diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun kegunaan penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Kegunaan secara teoritis: penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperkaya kajian keilmuan di bidang Administrasi Bisnis, khususnya dalam ruang lingkup Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) yang berkaitan dengan motivasi kerja dan loyalitas karyawan kontrak. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji topik serupa, terutama pada sektor industri kreatif.
2. Kegunaan secara praktis: Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran awal bagi perusahaan yang menjadi objek penelitian, yaitu CV. ALF Solution Jawa Barat, sebagai bahan evaluasi mengenai sistem MSDM yang sudah diterapkan. Hasil penelitian ini juga dapat dimanfaatkan sebagai dasar pertimbangan bagi manajemen dalam merancang strategi maupun kebijakan yang berkaitan dengan peningkatan motivasi kerja serta penguatan loyalitas karyawan kontrak guna mendukung perkembangan perusahaan secara berkelanjutan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disusun untuk memberikan gambaran jelas mengenai alur pembahasan setiap bab sesuai fokus penelitian mengenai motivasi dan loyalitas karyawan kontrak. Adapun susunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

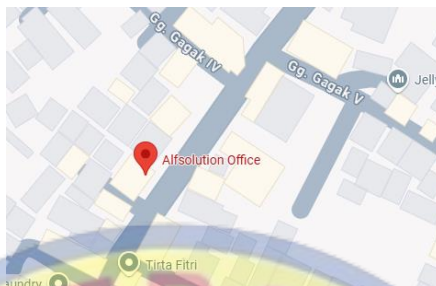
1. BAB I PENDAHULUAN, berisi latar belakang penelitian yang menguraikan fenomena motivasi dan loyalitas karyawan kontrak, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan, serta lokasi dan waktu penelitian.
2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, membahas landasan teori yang berkaitan dengan Administrasi Bisnis, MSDM, motivasi, loyalitas karyawan, dan karyawan kontrak, penelitian terdahulu yang berkaitan dengan motivasi dan loyalitas karyawan, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian.
3. BAB III METODE PENELITIAN, menguraikan jenis dan ruang lingkup penelitian, operasionalisasi variabel motivasi dan loyalitas, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta uji validitas dan reliabilitas instrumen.
4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, menyajikan gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, hasil pengolahan dan analisis data motivasi dan loyalitas karyawan kontrak, serta pembahasan hasil penelitian.
5. BAB V PENUTUP, berisi simpulan penelitian yang menjawab tujuan penelitian serta rekomendasi yang disusun berdasarkan hasil pembahasan.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

A. Lokasi penelitian

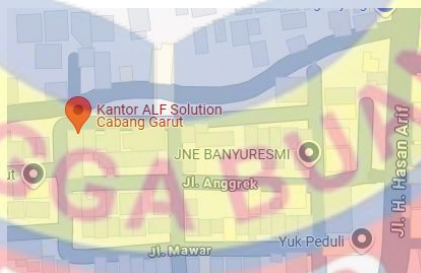
Lokasi penelitian dilakukan pada perusahaan design grafis CV. ALF Solution Jawa Barat, yang berlokasi di Jl. Desa Cipadung, Cipadung Jawa Barat Rt04/15, No. 18 Kota Bandung, Jawa Barat, 40615. Selain itu, penelitian ini juga melibatkan kantor cabang CV. ALF Solution yang berlokasi di Kabupaten Garut.

Informasi terkait letak kantor pusat dan kantor cabang CV. ALF Solution telah penulis sajikan dalam Gambar 1.2 dan 1.3 berikut.



Gambar 1. 2 Lokasi CV. ALF Solution Bandung
Sumber: Google Maps (2025)

Serta kantor cabang di Garut yang berlokasi di Perum Banyuherang, blok E16, Desa Cipicung. Penulis menggunakan kedua lokasi tersebut karena kedua lokasi tersebut memiliki struktur kerja dan manajemen yang sama, khususnya yaitu pada divisi desain grafis.



Gambar 1. 3 Lokasi CV. ALF Solution Cabang Garut
Sumber: Google Maps (2025)

Dengan demikian, penentuan lokasi penelitian pada kantor pusat CV. ALF Solution di Kota Bandung dan kantor cabang di Kabupaten Garut diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kondisi motivasi dan loyalitas karyawan kontrak. Penggunaan kedua lokasi tersebut mendukung keterwakilan data penelitian, mengingat kesamaan sistem

kerja dan manajemen pada divisi desain grafis yang menjadi fokus penelitian ini.

B. Waktu penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dalam rentang waktu enam bulan, dimulai dari April hingga Oktober 2025. Jadwal pelaksanaan setiap tahapan penelitian direncanakan secara sistematis untuk memastikan semua kegiatan dapat diselesaikan tepat waktu. Berikut adalah rincian jadwal kegiatan penelitian

TABEL 1. 2
WAKTU PENELITIAN

No	Jadwal kegiatan	Pelaksanaan Kegiatan Penelitian											
		Apr	Mei	Jun	Jul	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	
		2025									2026		
1	Pengajuan Judul												
2	Pengumpulan Data awal												
3	Penyusunan Laporan UP												
4	Bimbingan Proposal												
5	Pengajuan Seminar UP												
6	Sidang Seminar UP												
7	Revisi Proposal												
8	Pembuatan G.form												
9	Pengumpulan data utama												
10	Pengolahan Data												
11	Penyusunan Skripsi												
12	Sidang Skripsi												

Sumber: Penulis (2026)