

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 PENELITIAN TERDAHULU

Studi sebelumnya berperan sebagai landasan peneliti untuk menyusun *research* sehingga peneliti bisa memperluas kerangka teoritis pada analisis penelitian yang sedang dijalankan. Berikut beberapa penelitian artikel akademis yang relevan sama penelitian yang sedang dilaksanakan.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

| No. | Nama Penelitian | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Metode Penelitian | Hasil Penelitian |
|-----|-----------------|---|--|----------------------------------|--|
| 1 | Andini (2006) | Pengaruh kepuasan gaji, komunikasi terhadap turnover intention pada Rumah Sakit Roemani Muhammadiyah Semarang | Pengaruh kepuasan gaji (X1) komunikasi (X2) terhadap turnover intention (Y) | Strukturan equation modeling SEM | 1. Kepuasan terhadap gaji memiliki efek positif pada tingkat keterikatan individu terhadap organisasi. 2. Komunikasi mempengaruhi tingkat pergantian karyawan dengan cara yang tidak menguntungkan. |
| 2 | Handaru (2012) | Pengaruh kepuasan gaji dan komunikasi terhadap intensi | 1. kepuasan gaji (X1) 2.komunikasi (X2) | Regresi linier berganda | 1. Di PT JAMSOSTEK, tingkat kepuasan terhadap gaji dan komunikasi tergolong |

| | | | | | |
|---|-----------------------------|--|--|-------------------------|---|
| | | turnover Pada divisi PT Jamsostek | 3. intensi turnover (Y) | | rendah karena terdapat peningkatan jumlah karyawan yang berhenti per tahun. 2. Sebagian besar pegawai menyatakan gaji yang diperoleh tidak sebanding dengan pekerjaan serta mengungkapkan bahwa gaji tersebut tidak memberikan dorongan kepada untuk meningkatkan kinerja. |
| 3 | Putra dan Mujianti (2015) | Pengaruh Komunikasi, kepuasan gaji Terhadap turnover intention Karyawan Di PT.BPR Nusamba Mengwi | 1.komunikasi (X2) 2. kepuasan gaji (X1) 3. turnover intention (Y) | Regresi linier berganda | 1. Baik secara bersamaan maupun secara terpisah, baik komunikasi maupun kepuasan gaji berkontribusi secara positif serta signifikan terhadap turnover intention. |
| 4 | Inarti Madia Ningsih (2018) | Pengaruh Komunikasi Dan kepuasan gaji terhadap turnover intention | 1.komunikasi (X2) 2. kepuasan gaji (X2) | Deskriptif kuantitatif | 1. Baik komunikasi maupun kepuasan gaji menunjukkan dampak parsial |

| | | | | | |
|---|--|--|---|------------------|---|
| | | Pada PT. Inti Bumi Perkasa. | 3. turnover intention (Y) | | yang signifikan terhadap niat untuk meninggalkan pekerjaan. 2. Sementara itu, dampak dari komunikasi dan kepuasan gaji yang bersamaan juga terbukti memengaruhi niat untuk meninggalkan pekerjaan. |
| 5 | I Gede Diatmika Paripurna, I Wayan Gede Supartha dan Made Subudi, (2017) | Pengaruh kepuasan gaji dan komunikasi Terhadap Turnover intention Karyawan Pada PT Agung Automall Kuta | Turnover intention (Y) kepuasan gaji (X1) Komunikasi (X2) | SEM | 1. Kepuasan terhadap gaji secara nyata dan berarti memengaruhi niat untuk meninggalkan pekerjaan, sedangkan pengaruh komunikasi terhadap niat tersebut tidak menunjukkan dampak yang signifikan secara positif. |
| 6 | Nurmalita sari Indah Wisantyo dan Harries | Pengaruh kepuasan gaji dan komunikasi Terhadap | Kepuasan gaji ,komunikasi dan | Analisis Regresi | 1. Kepuasan terhadap gaji secara jelas memberikan dampak yang |

| | | | | | |
|---|---------------------------|---|--|--|---|
| | Madiistriyatno, (2015) | Intensi Turnover Mayora Indah Tbk, | Turnover intention | | tidak menguntungkan dan penting terhadap keinginan untuk meninggalkan pekerjaan, sementara komunikasi memberikan dampak yang positif namun tidak secara signifikan pada intensi untuk berhenti bekerja. |
| 7 | Stevani Wongan (2014) | Pengaruh kepuasan gaji dan Komunikasi terhadap Turnover Delta Djakarta Tbk | kepuasan gaji , Komunikasi dan Turnover intention | | Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi dan kepuasan gaji secara bermakna mempengaruhi keterlibatan karyawan namun tidak memberikan dampak yang signifikan pada tingkat pergantian pegawai. |

Sumber : Peneliti Terdahulu

2.2 LANDASAN TEORI

2.2.1 KEPUASAN GAJI

2.2.1.1 pengertian kepuasan gaji

Keinginan untuk meninggalkan pekerjaan dapat secara langsung memicu *turnover* yang nyata, baik dengan individu memilih untuk meninggalkan pekerjaan tanpa alternatif lain yang tersedia, dengan mencari peluang kerja yang lebih diinginkan secara tidak langsung. Salah satu faktor yang mendorong pencarian pekerjaan alternatif adalah tingkat kepuasan terhadap gaji yang diterima. Menurut Handoko (2008), penting bagi perusahaan untuk mempertimbangkan kesetaraan dalam menetapkan kebijakan penggajian gaji (*salary*). Definisi kepuasan gaji menurut Lum et al. seperti yang dikutip oleh Andini (2006:15) adalah ketika persepsi individu terhadap gaji yang diterima sejalan dengan harapan mereka. Konsep kepuasan gaji juga didefinisikan oleh Heneman dan Schwab seperti yang dijelaskan oleh Andini (2006:15) sebagai konstruksi multidimensional yang melibatkan empat aspek: tingkat gaji, struktur dan administrasi gaji, peningkatan gaji, dan tunjangan. Kepuasan terhadap gaji dianalisis dalam kerangka teori ekuitas, menyoroti motivasi personal untuk berpartisipasi di dalam organisasi. Gaji dianggap sebagai elemen dari sistem penghargaan yang diterapkan oleh entitas untuk memacu semangat karyawan, sesuai regulasi yang ada. Pekerja menganggap gaji sebagai penghargaan penting sesuai dengan kontribusi mereka.

2.2.1.2 Faktor-Faktor Kepuasan Gaji

Kepuasan gaji yang dirasakan oleh karyawan dipengaruhi oleh banyaknya faktor, dibawah ini adalah empat faktor yang mempengaruhinya (Andini, 2006) :

- 1) Tingkat gaji (pay level)

Karyawan menerima gaji dari perusahaan sesuai dengan kesepakatan awal, namun seiring berjalannya waktu sering terjadi ketidak sesuaian dalam kesepakatan antara karyawan dan perusahaan. Hal ini menyebabkan karyawan merasa gaji yang mereka terima terlalu kecil jika dibandingkan dengan tanggung jawab dari pekerjaan mereka.

2) Peningkatan gaji (pay raise)

Seorang karyawan selalu mencari peluang atau kesempatan untuk mendapatkan gaji yang lebih besar untuk kedepannya. Apabila peluang ini dirasakan tidak ada, maka hal ini dapat menyebabkan karyawan merasa tidak puas dengan pekerjaannya dan mulai mencari peluang pada perusahaan lain.

3) Tunjangan (benefits)

Gaji biasanya digunakan oleh karyawan untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya atau bahkan memenuhi kebutuhan keluarganya. Sehingga dengan otomatis pendapatan yang diterima bisa menyeimbangkan kehidupan mereka. Saat ini beberapa perusahaan menerapkan adanya tunjangan/pendapatan tambahan untuk karyawan yang kinerjanya baik. Hal ini membuat karyawan merasa puas dengan pekerjaannya.

4) Pengelolaan gaji (pay administration)

Pengelolaan gaji oleh perusahaan dikatakan bagus jika karyawan bisa mendapatkan gajinya dengan baik dan tepat waktu. Karena setiap

karyawan mempunyai kebutuhan yang berbeda, contohnya seperti membayar cicilan rumah, mobil atau motor. Maka pembayaran gaji yang teratur bisa membuat kepuasan gaji karyawan meningkat.

2.2.1.3 Indikator Kepuasan Gaji

Dibawah ini adalah indikator kepuasan gaji menurut Andini (2006) :

1) Imbalan

Dalam melakukan tugas atau pekerjaan seseorang sangat menginginkan imbalan sesuai dengan apa yang di kerjakannya. Imbalan yang di dapatkan oleh pegawai menjadi salah satu faktor yang bisa meningkatkan atau menurunkan kepuasan gaji.

2) Standart hidup

Setiap orang pasti memiliki standar hidup yang berbeda-beda. Standar hidup ini bermaksud apakah seseorang bisa memenuhi hidupnya terus-menerus, atau standar hidupnya tidak terpenuhi.

3) Masa kerja

Pegawai yang bekerja di pekerjaan mempunyai peluang untuk meningkatkan pendapatannya jika dia telah lama berada diperusahaan tersebut. Adanya peluang tersebut itu bisa meningkatkan kepuasan gaji yang ada.

4) Tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan yang dimiliki seseorang menunjukkan nilai yang dimiliki seseorang tersebut. Dengan adanya tingkat pendidikan yang lebih tinggi, dia bisa memiliki gaji yang lebih besar. Namun apakah gaji yang didapatkan seseorang sudah sesuai dengan tingkat pendidikan yang dia miliki.

5) Golongan

Setiap orang memiliki golongan yang berbeda-beda. Golongan yang dimaksud adalah pegawai mendapatkan gaji sesuai dengan tugas yang diberikan. Orang yang memiliki golongan kerja yang baik pasti menginginkan gaji yang lebih tinggi daripada golongan yang di bawah mereka.

2.2.2 KOMUNIKASI

2.2.2.1 Pengertian Komunikasi

Terdapat serangkaian dinamika komunikasi melalui proses penyaluran pesan atau simbol-simbol dikirimkan komunikator kepada pengguna informasi dengan tujuan tertentu. Setiap tahapan dalam proses tersebut mengandung makna yang bervariasi, tergantung pada bagaimana pesan tersebut dipahami dan diinterpretasi oleh penerima pesan. Keberhasilan komunikasi dan pencapaian tujuan komunikasi dapat tercapai Saat setiap orang yang terlibat memiliki pemahaman sama pada simbol yang digunakan.

Agus M. Hardjana (2016:15) berpendapat, komunikasi yakni aktivitas seseorang mentransmisikan informasi via medium tersendiri kepada pihak luar, dan setelah informasi diterima, penerima merespons informasi yang dikirim oleh pengirim. Deddy Mulyana (2015:11) menggambarkan komunikasi sebagai makna dibagi melalui proses komunikasi perilaku verbal dan non-verbal yang melibatkan lebih dari dua orang. Sementara Andrew (2017: 145) mendefinisikan komunikasi sebagai bagian transfer informasi, pemahaman, serta pengertian dari satu entitas ke entitas lainnya. Dari rangkaian definisi tersebut, peneliti menarik kesimpulan, komunikasi melibatkan proses pemberi informasi menyampaikan ide, pesan, atau gagasan ke penerima pesan dengan memanfaatkan media yang efisien, dengan tujuan untuk mencapai pemahaman dan makna yang serupa, sehingga penerima pesan dapat dipengaruhi dan merespons dengan perubahan perilaku yang sesuai dengan niat komunikator.

Komunikasi memegang peran utama dan serius dalam kehidupan sehari-hari. Individu dipengaruhi secara signifikan oleh interaksi komunikasi dengan orang lain secara akrab maupun tidak. Peran komunikasi sangat penting dalam menjalani kehidupan manusia, sehingga penting bagi kita untuk memberikan perhatian yang cermat terhadapnya. Lukas Dwiantara (2015:27-30), komunikasi memiliki berbagai bentuk yang meliputi:

1. Komunikasi Antarpersonal (Interpersonal Communication): Termasuk bagian komunikasi terjadi secara langsung antara lebih dari dua individu dengan tatap muka.

2. Komunikasi Grup (Group Communication): Merujuk pada interaksi komunikatif yang terjadi di antara beberapa orang, sesuai norma dan peran yang ditetapkan oleh tim tersebut.
3. Komunikasi Publik (Public Communication): Bentuk komunikasi dengan pemanfaatan media untuk menyampaikan pesan secara massal kepada khalayak yang berjumlah banyak, tersebar luas, memiliki keberagaman, dan menimbulkan dampak yang signifikan.

Deddy Mulyana (2012 : 75) menyatakan dalam konteks interaksi harian komunikasi dikelompokkan yaitu:

1. Komunikasi Verbal. Melibatkan penggunaan simbol atau pesan yang lebih dari satu kata (lisan). Ini mencakup segala bentuk interaksi yang disengaja dan sadar yang dilakukan secara verbal kepada orang lain. Bahasa digunakan sebagai kode verbal, yang dapat dijelaskan sebagai sistem simbol yang diatur dengan aturan tertentu, yang digunakan untuk memahami dalam suatu komunitas.
2. Komunikasi non verbal. Mencakup segala cara menyampaikan pesan yang tidak melibatkan kata-kata. Mencakup seluruh bentuk stimulus melainkan penggerak lisan dalam suatu sistem komunikasi, yang dapat memiliki makna bagi siapa pun pihak penerima pesan. Pesan-pesan nonverbal dikirimkan tanpa disadari bahwa mereka dapat memiliki makna bagi pihak lain. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti menarik kesimpulan, komunikasi termasuk proses dimana individu, kelompok, entitas, dan warga mewujudkan serta memanfaatkan informasi untuk menjalin hubungan terhadap lingkungan dan pihak lain. Umumnya, komunikasi

dapat terjadi melalui kata-kata atau tanpa kata-kata yang bisa dipahami oleh semua pihak yang terlibat.

2.2.2.2 Tujuan komunikasi

Setiap personal yang terlibat dalam komunikasi mempunyai maksud tertentu. Biasanya, tujuan komunikasi untuk memastikan bahwa lawan bicara memahami dan memahami informasi yang diberikan. Effendy (2015:27), terdapat tujuan komunikasi yang berbeda:

1. Mengubah Sikap (to Change The Attitude), yaitu melibatkan upaya untuk mengubah pandangan atau sikap individu atau kelompok terhadap suatu hal setelah menerima informasi.
2. Mengubah Perspektif (to Change Opinion), yaitu mencakup usaha untuk mengubah pandangan atau opini individu atau kelompok terhadap suatu hal setelah menerima informasi.
3. Mengubah perilaku (to Change The Behavior), yaitu melibatkan upaya untuk mengubah perilaku individu atau kelompok terhadap suatu hal setelah menerima informasi.
4. Mengubah masyarakat (to Change The Society), yaitu mencakup usaha untuk mengubah tatanan sosial individu atau kelompok terhadap suatu hal setelah menerima informasi.

Uraian tersebut dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa tujuan dari komunikasi mempunyai pengaruh penting bagi komunikan.

Dari penjelasan, peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi memiliki kemampuan besar untuk memengaruhi penerima pesan atau informasi. Pesan yang dikomunikasikan oleh seseorang dapat mengubah pandangan, opini, perilaku, dan bahkan struktur sosial masyarakat melalui informasi yang disampaikan.

Proses komunikasi, komunikasi efektif, dan manfaat komunikasi adalah konsep-konsep yang saling terkait dalam konteks bisnis dan organisasi. Mari kita bahas satu per satu:

2.2.2.3 Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah serangkaian langkah atau tahapan yang dilalui informasi dari pengirim ke penerima. Secara umum, proses komunikasi melibatkan:

1. Pengirim : Orang atau entitas yang menginisiasi pesan atau informasi.
2. Pesan : Informasi yang ingin disampaikan oleh pengirim kepada penerima.
3. Media : Saluran atau cara yang digunakan untuk menyampaikan pesan (misalnya lisan, tulisan, elektronik).
4. Penerima : Orang atau entitas yang menerima dan memproses pesan.
5. Feedback : Respon atau tanggapan dari penerima yang dikirim kembali kepada pengirim.
6. Konteks : Konteks atau situasi di mana komunikasi berlangsung, yang dapat mempengaruhi interpretasi dan pemahaman pesan.

Proses komunikasi ini bisa menjadi lebih kompleks atau sederhana tergantung pada faktor-faktor seperti jumlah penerima, jenis media yang digunakan, serta kompleksitas dan pentingnya pesan yang disampaikan.

2.2.2.4 Komunikasi Efektif

Komunikasi efektif adalah kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan dipahami oleh penerima, serta menerima umpan balik yang memastikan pemahaman yang tepat. Beberapa kunci untuk mencapai komunikasi efektif meliputi:

1. Keterbukaan dan Transparansi : Memastikan bahwa informasi disampaikan secara jujur dan terbuka.
- 2 Keterampilan Mendengarkan : Menerima informasi dengan cara yang menunjukkan penghormatan dan pemahaman terhadap pihak lain.
- 3 Keterlibatan : Mengundang penerima untuk berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi.
- 4 Jelas dan Tepat : Menyampaikan pesan dengan cara yang sederhana dan langsung, tanpa membingungkan atau membingungkan.

Komunikasi efektif sangat penting dalam konteks bisnis karena dapat meningkatkan produktivitas, memperkuat hubungan antar karyawan dan manajemen, serta memastikan bahwa tujuan organisasi tercapai dengan baik.

2.2.2.5 Manfaat Komunikasi

Komunikasi yang efektif membawa berbagai manfaat bagi individu dan organisasi, antara lain:

1. Pemahaman yang Lebih Baik : Memastikan bahwa semua pihak memahami tujuan, tugas, dan harapan dengan jelas.
2. Kolaborasi yang Meningkat : Mendorong kerjasama dan kolaborasi yang efektif antara tim dan departemen.
3. Keputusan yang Lebih Baik : Memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih baik karena informasi yang tepat waktu dan akurat tersedia.
4. Motivasi dan Keterlibatan Karyawan : Komunikasi yang terbuka dan jelas dapat meningkatkan motivasi dan keterlibatan karyawan.
5. Manajemen Konflik yang Lebih Baik : Membantu dalam mengelola dan menyelesaikan konflik dengan cara yang konstruktif.

Dengan demikian, proses komunikasi yang baik, berfokus pada komunikasi efektif, dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi organisasi dalam mencapai tujuan mereka dan memelihara lingkungan kerja yang sehat dan produktif .

2.2.2.6 Indikator Komunikasi

Mangkunegara (2000), terdapat beberapa indikator komunikasi atau pesan, yang meliputi:

1. Aksesibilitas Informasi

Kinerja individu dapat ditingkatkan ketika ada kesederhaan dalam mendapatkan informasi. Keberhasilan dalam transfer ide, pemikiran, dan pengertian dari antar personal bergantung pada kelancaran aksesibilitas informasi dalam proses komunikasi.

2. Intensitas komunikasi

Peningkatan jumlah percakapan yang berkualitas memperbaiki aliran komunikasi. Tingkat frekuensi interaksi yang tinggi sangat penting untuk memastikan kelancaran komunikasi di dalam sebuah organisasi.

3. Efektivitas komunikasi

Kehandalan komunikasi mencerminkan adanya aliran pesan secara langsung. Ini berarti proses komunikasi yang melibatkan kontak tatap muka secara langsung membantu penerima pesan untuk memahami dengan jelas terkait yang diungkapkan oleh pihak yang berkomunikasi.

4. Tingkat pemahaman pesan

Kemampuan personal untuk manafsirkan pesan yang diungkapkan oleh pihak yang berkomunikasi juga bergantung pada kemampuan kepeahaman individu tersebut. Penerimaan pesan yang

efisien dan terampil dalam komunikasi mempermudah pemahaman dan pengertian terhadap pesan yang hendak disampaikan.

2.2.3 TURNOVER INTENTION

2.2.3.1 Pengertian turnover intention

Turnover intention adalah niat yang dihasilkan secara pribadi mengerjakan sesuatu. Sedangkan turnover adalah ketika seorang pegawai berhenti dengan sukarela keluar atau dipindahkan dari suatu lokasi kerja Dari tempat pekerjaan sebelumnya ke tempat yang baru. *Turnover intention* didefinisikan sebagai keinginan seorang karyawan untuk meninggalkan pekerjaan (Zeffane, dalam Halimah et al.2016). Pertukaran pegawai dapat disederhanakan sebagai gerakan arus tenaga kerja yang berganti status dari masuk ke keluar dari entitas (Ronodipuro dan Husnan, Maarif dan Kartika 2014: 207). Mathis dan Jackson (2008:84), menjelaskan turnover intention berarti proses di mana seorang pekerja mempunyai keinginan keluar dari organisasi dan perlu digantikan. Mobley 2015 menyatakan bahwa niat untuk beralih pekerjaan adalah tren atau hasrat karyawan secara sukarela meninggalkan perusahaan atau pergi dari satu tempat kerja ke tempat lain berdasarkan keputusannya sendiri. Niat berpindah pekerjaan merujuk pada tingkat atau intensitas keinginan: berbagai alasan yang menyebabkan seseorang ingin keluar dari organisasi atau perusahaan, yang memunculkan niat dan Keinginan untuk mencapai pekerjaan yang lebih bagus. (Harnoto Maarif dan Kartika, 2014:208)

2.2.3.2 Indikator Terjadinya *Turnover Intention*

Menurut Lum et.al (2008). menyatakan bahwa intensi keluar merupakan variabel yang paling berhubungan dan lebih banyak menjelaskan perilaku turnover. Dimana keinginan untuk keluar dapat diukur dengan 3 komponen berikut ini:

- a) Keinginan untuk mencari pekerjaan baru di bidang yang sama di perusahaan lain. Melihat adanya perusahaan lain yang dirasa mampu memberikan keuntungan lebih banyak dibandingkan tempat dia bekerja saat ini, dapat menjadi alasan utama bagi individu untuk memicu keinginannya keluar dari perusahaan. Namun hal itu akan terbatas di saat dia hanya akan menerima jika sesuai dengan keahliannya saat ini.
- b) Keinginan untuk mencari pekerjaan baru di bidang yang berbeda di perusahaan lain. Seorang individu yang merasa selama ini kurang mengalami kemajuan pada pekerjaan akan mencoba untuk beralih pada bidang yang berbeda. Tanpa harus mempelajari keahlian baru, individu tersebut mencari pekerjaan di bidang yang baru dengan keahlian sama dengan yang dia miliki saat ini.
- c) Keinginan untuk mencari profesi baru. Dengan memiliki keahlian yang cukup banyak, maka akan mudah bagi seseorang

untuk timbul keinginan mencari pekerjaan baru yang sebelumnya tidak pernah dia kerjakan

2.2.3.3 faktor yang mempengaruhi turnover intention

Mobley et al,(2004) ada faktor yang berperan pemicu keinginan untuk berpindah kerja (*turnover intention*) yaitu:

1. Karakteristik individu atau personal. Organisasi dianggap sebagai sebuah entitas yang mempunyai tujuan yang ditetapkan bersama oleh anggota-anggotanya. Untuk mencapai sasaran tersebut, hubungan yang terus-menerus antara elemen-elemen organisasi menjadi krusial atau penting. Karakteristik personal mendorong niat untuk berpindah kerja meliputi faktor-faktor seperti usia, edukasi, dan status pernikahan.
2. Lingkungan kerja. Lingkungan kerja terdiri dari dua aspek utama, yaitu lingkungan fisik dan sosial. Lingkungan fisik mencakup faktor-faktor seperti kondisi suhu, cuaca, struktur bangunan, dan lokasi tempat kerja. Di sisi lain, lingkungan sosial mencakup unsur-unsur budaya dan kualitas kehidupan di tempat kerja.
3. Kepuasan kerja. Dalam model niat untuk keluar, variabel psikologis yang sering kali menjadi fokus penelitian pada tingkat individu adalah kepuasan. Berbagai aspek kepuasan ini berkaitan dengan dorongan individu untuk meninggalkan organisasi, termasuk kepuasan terhadap gaji dan kemajuan karier, kepuasan

terhadap atasan, kepuasan dalam hubungan dengan rekan kerja, serta kepuasan terhadap pekerjaan dan tugas yang diemban.

4. Komitmen organisasi. Langkah berikutnya dalam penelitian mengenai niat untuk keluar memasukkan konsep komitmen organisasional sebagai bagian dari pemahaman terhadap proses tersebut. Sebagai sebuah tindakan, komitmen organisasional dibedakan dari kepuasan kerja. Komitmen merujuk pada tanggapan emosional individu terhadap organisasi secara keseluruhan, sementara kepuasan mengacu pada tanggapan emosional terhadap aspek-aspek tertentu dari pekerjaan.
5. Komunikasi mempunyai peranan penting dalam memahami perilaku setiap karyawan, perusahaan memperhatikan seluruh aspek yang dapat mempengaruhi keputusan karyawan untuk berganti pekerjaan (turnover intention). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi organisasi terhadap niat berpindah. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi organisasi menurut Pace dan Faules dengan dimensi komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, komunikasi horizontal, dan komunikasi lintas saluran serta teori turnover intensi Lum dkk yang memiliki dimensi intensi. untuk berhenti, mencari pekerjaan, dan berpikir untuk berhenti. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, metode yang digunakan untuk tujuan pengumpulan data

menggunakan survei, teknik pengambilan sampelnya adalah sampling jenuh.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 pengaruh kepuasan gaji terhadap turnover intention

Pada PT. Olah Kuliner Nusantara Sidoarjo, kepuasan gaji berpengaruh signifikan pada turnover. Ini menandakan ada korelasi negatif antara kepuasan terhadap gaji dan tingkat pergantian karyawan, ketika tingkat kepuasan terhadap gaji tinggi tingkat pergantian karyawan menurun. Hubungan menjadi lebih kuat jika tidak ada faktor lain yang mempengaruhi, seperti kondisi mesin di tempat kerja. Tingkat tanggung jawab dalam pekerjaan juga berperan dalam mempengaruhi kekuatan hubungan tersebut, seperti yang disampaikan oleh Kaswan (2015:105). Kepuasan terhadap gaji yang dirasakan oleh karyawan akan merangsang motivasi kerja dan berdampak pada kinerja yang dihasilkan. Penelitian sebelumnya oleh Ali, Mukti (2013) menyimpulkan bahwa kepuasan gaji memiliki dampak yang signifikan pada turnover pegawai.

2.3.2 pengaruh komunikasi terhadap *turnover intention*

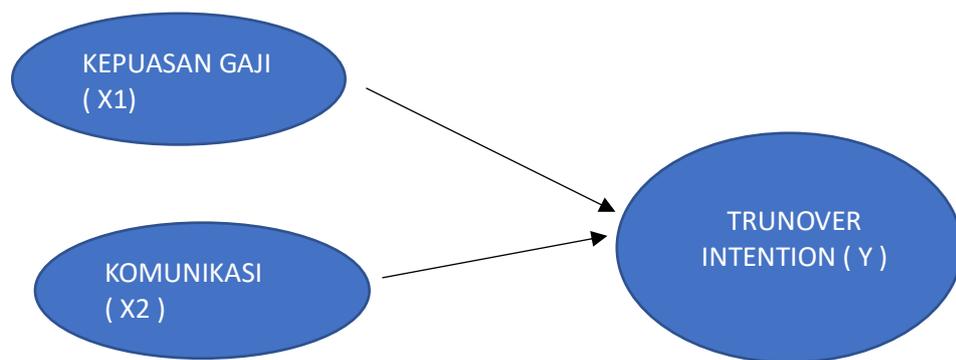
Pada PT. Olah Kuliner Nusantara Sidoarjo komunikasi memiliki pengaruh signifikan pada turnover. Hal ini menunjukkan semakin efektif dan komunikasi diterapkan, terus meningkat laju terbentuknya asosiasi kerja yang bagus, dapat menaikkan performa pegawai. Sebaliknya, komunikasi yang kurang efektif, jika

tidak segera diatasi, dapat berdampak pada niat pegawai untuk *resign* (*turnover intention*). Penelitian Nasution (2014) menunjukkan komunikasi dalam organisasi mempunyai pengaruh signifikan pada *turnover intention*. Apabila komunikasi dalam organisasi buruk, pegawai merasa tidak betah dan ingin *resign* dari entitas. Komunikasi yang efektif mendorong karyawan untuk bekerja dengan lebih baik, sehingga mengurangi keinginan untuk meninggalkan organisasi. Penelitian yang dilakukan oleh Baba Ali (2014), dan Fadli Pangumpia (2013), serta Miranti Luhut (2017), menguatkan bahwa komunikasi memiliki pengaruh signifikan pada *turnover intention*.

2.4 Kerangka konseptual

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas dan landasan teori maka dapat digambarkan bahwa Kepuasan gaji dan Komunikasi berpengaruh terhadap Turnover Intention secara parsial. Kepuasan gaji dapat dipergunakan untuk melihat tingkat absensi dan turnover karyawan. Banyak penelitian yang menyimpulkan bahwa hubungan antara kepuasan gaji dengan intensi keluar. Komunikasi dalam hal apapun sangat penting karena kecenderungan untuk menurunkan Turnover Intention karyawan dalam perusahaan tidak akan dapat tercapai tanpa diikuti dengan komunikasi yang baik antar karyawan. Dimana pihak perusahaan memang harus selalu memperhatikan kepuasan gaji dan komunikasi karyawannya karena kalau karyawannya merasa puas maka Turnover Intention karyawan akan menurun, sehingga sangat berpengaruh pada tujuan dari perusahaan.

Selain itu karyawan yang merasa puas dalam bekerja senantiasa akan selalu bersikap positif. Selain itu Komitmen karyawan rendah cenderung untuk mencari kesempatan kerja yang lebih baik dan keluar dari pekerjaannya karena dalam diri mereka telah tertanam keinginan untuk keluar organisasi Penelitian ini yang akan diteliti adalah pengaruh variabel independen yaitu Kepuasan gaji, Komunikasi terhadap variabel dependen yaitu Turnover Intention. Berikut kerangka yang diajukan dalam penelitian ini:



2.5 Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah pernyataan atau proposisi yang diajukan untuk diuji kebenarannya melalui proses penelitian atau eksperimen ilmiah. Hipotesis berfungsi sebagai dasar atau landasan bagi peneliti untuk melakukan investigasi lebih lanjut terhadap fenomena atau masalah yang ingin dipahami atau dijelaskan.

H1 : di duga kepuasan gaji berpengaruh terhadap turnover intention karyawan PT. Olah Kuliner Nusantara Sidoarjo

H2 : di duga komunikasi berpengaruh terhadap turnover intention
karyawan PT. Olah Kuliner Nusantara Sidoarjo