

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor strategis yang berperan penting dalam menentukan keberhasilan dan keberlanjutan suatu perusahaan. Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan tidak hanya dituntut untuk memiliki teknologi dan modal yang memadai, tetapi juga harus mampu mengelola dan mempertahankan karyawan yang kompeten dan loyal. Loyalitas karyawan menjadi aspek krusial karena berhubungan langsung dengan stabilitas organisasi, produktivitas kerja, kualitas pelayanan, serta rendahnya tingkat absensi dan turnover karyawan.

Menurut Robbins dan Judge (2020), loyalitas karyawan tercermin dari tingkat komitmen individu terhadap organisasi serta keinginannya untuk tetap menjadi bagian dari organisasi tersebut. Karyawan yang loyal cenderung memiliki rasa tanggung jawab tinggi, mematuhi aturan perusahaan, dan bersedia memberikan kontribusi terbaik bagi pencapaian tujuan organisasi. Sebaliknya, rendahnya loyalitas karyawan dapat menimbulkan berbagai permasalahan, seperti menurunnya kinerja, meningkatnya tingkat perpindahan karyawan, dan membengkaknya biaya rekrutmen serta pelatihan ulang.

Salah satu strategi penting yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan loyalitas karyawan adalah melalui pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia, Dessler (2020) menyatakan bahwa pelatihan merupakan

proses pembelajaran yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan agar mampu melaksanakan pekerjaannya secara efektif. Pelatihan yang terencana dan berkelanjutan dapat meningkatkan kompetensi kerja karyawan, mengurangi kesalahan dalam pekerjaan, serta meningkatkan rasa percaya diri.

Selain pelatihan, pengembangan SDM juga memiliki peran yang tidak kalah penting. Hasibuan (2019) menjelaskan bahwa pengembangan SDM merupakan usaha meningkatkan kemampuan teknis, konseptual, dan moral karyawan melalui pendidikan dan pelatihan jangka panjang. Program pengembangan SDM yang baik akan memberikan peluang pengembangan karier, meningkatkan motivasi kerja, serta menumbuhkan rasa memiliki terhadap perusahaan.

Dalam perspektif *Social Exchange Theory*, hubungan antara perusahaan dan karyawan bersifat timbal balik. Ketika perusahaan memberikan perhatian dan investasi dalam bentuk pelatihan serta pengembangan SDM, karyawan akan merespons dengan sikap positif berupa komitmen dan loyalitas yang lebih tinggi terhadap organisasi. Hal ini sejalan dengan pendapat Armstrong (2020) yang menyatakan bahwa organisasi yang secara konsisten mengembangkan karyawannya akan memperoleh tingkat keterikatan dan loyalitas yang lebih baik.

Perusahaan Plaza Cilacap sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan perdagangan sangat bergantung pada kualitas dan loyalitas karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Karakteristik

pekerjaan yang menuntut pelayanan prima, kedisiplinan, dan kemampuan beradaptasi dengan kebutuhan konsumen menjadikan pelatihan dan pengembangan SDM sebagai kebutuhan strategis. Namun demikian, dalam praktiknya masih terdapat tantangan dalam menjaga loyalitas karyawan, terutama terkait dengan kesiapan kompetensi, peluang pengembangan karier, dan keberlanjutan program pelatihan.

Tabel 1. Data Partisipasi Karyawan dalam Program Pelatihan

Tahunn	Jumlah Karyawan	Mengikuti Pelatihan	Persentase (%)
2023	120	48	40,0
2024	125	50	40,0
2025	130	52	40,0

Sumber data : Arsip Plaza Cilacap Tahun 2025

Berdasarkan pada data di atas menunjukkan persentase pelatihan yang stagnan menunjukkan bahwa belum semua karyawan memperoleh kesempatan pelatihan, sehingga berpotensi memengaruhi kepuasan dan loyalitas kerja, Adapun hal yang menyebabkan karyawan belum memenuhi kesempatan dalam mengikuti pelatihan pengembangan SDM, hal ini disebabkan oleh realisasi anggaran yang kecil serta terdapat efisiensi pada kegiatan yang sama dan pak dari menurunnya Tingkat kunjungan masyarakat untuk melakukan transaksi di Plaza Cilacap.

Tabel 2. Data Promosi Jabatan

Tahun	Jumlah Karyawan	Promosi Jabatan	Persentase (%)
2023	120	6	5,0
2024	125	7	5,6
2025	130	6	4,6

Sumber data : Arsip Plaza Cilacap Tahun 2025

Berdasarkan data di atas menunjukkan terdapat rendahnya persentase promosi jabatan menunjukkan terbatasnya peluang pengembangan karir, yang dapat menurunkan loyalitas karyawan. Promosi jabatan memiliki tujuan utama bagi seseorang, namun posisi tersebut bisa dicapai apabila memiliki kompetensi dan masa kerja lebih dari 6 tahun, karyawan yang memiliki kesempatan mendapatkan promosi jabatan, harus mengikuti tahapan-tahapan baik secara tertulis maupun ujian kompetensi.

Berdasarkan kondisi tersebut, untuk mendukung penelitian ini ada beberapa rujukan yang bisa digunakan dalam memperkuat penelitian ini. Penelitian oleh Putri & Nugroho (2023) menyatakan bahwa hasil penelitian pelatihan dan pengembangan SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan. Hasil penelitian tersebut memberikan bukti bahwa program pelatihan dan pengembangan yang sistematis mampu meningkatkan keterikatan dan komitmen karyawan terhadap perusahaan, terutama di sektor ritel yang menuntut pelayanan prima, selain itu penelitian serupa yang dilakukan Penelitian oleh Handayani (2022) Penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2022) menunjukkan bahwa pelatihan kerja dan kepuasan karier berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya berdampak langsung, tetapi juga tidak langsung

melalui kepuasan kerja terhadap loyalitas karyawan, hasil penelitian menunjukkan Pelatihan kerja dan Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan kerja dan kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karyawan, hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya berdampak langsung, melainkan juga tidak langsung melalui variabel kepuasan kerja terhadap loyalitas karyawan.

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian mengenai pengaruh pelatihan dan pengembangan SDM terhadap loyalitas karyawan di Perusahaan Plaza Cilacap menjadi penting untuk dilakukan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai pelatihan dan pengembangan SDM mampu meningkatkan loyalitas karyawan, sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen dalam merumuskan kebijakan pengelolaan SDM yang lebih efektif dan berkelanjutan, sehingga judul yang diambil pada penelitian ini **“PENGARUH PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN SDM TERHADAP LOYALITAS KARYAWAN DI PERUSAHAAN PLAZA CILACAP”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang ada di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Pelatihan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Karyawan Perusahaan Plaza Cilacap ?
2. Apakah Pengembangan SDM Berpengaruh Terhadap Loyalitas Karyawan Perusahaan Plaza Cilacap ?

3. Apakah Pelatihan Dan Pengembangan SDM Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Loyalitas Karyawan Perusahaan Plaza Cilacap ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Pelatihan terhadap Loyalitas Karyawan Perusahaan Plaza Cilacap
2. Untuk mengetahui pengaruh Pengembangan SDM terhadap Loyalitas Karyawan Perusahaan Plaza Cilacap
3. Untuk mengetahui pengaruh Pelatihan, dan Pengembangan SDM secara simultan terhadap Loyalitas Karyawan Perusahaan Plaza Cilacap

D. Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian lebih terarah dan tidak meluas, peneliti membatasi pada beberapa ruang lingkup tertentu. Penelitian hanya difokuskan pada tiga variabel independen, yaitu Pelatihan, dan Pengembangan SDM, serta satu variabel dependen berupa Loyalitas Karyawan. Objek penelitian dibatasi pada Perusahaan Plaza Cilacap. Selain itu, penelitian ini juga dibatasi pada kondisi Karyawan yang berkerja di Perusahaan Plaza Cilacap.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur di bidang manajemen sumber daya manusia, khususnya terkait hubungan antara pelatihan, pengembangan SDM, dan loyalitas karyawan dan memperkuat temuan empiris pada konteks Perusahaan Plaza Cilacap

2. Manfaat Praktis

- b. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan bahan pertimbangan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan upaya meningkatkan loyalitas karyawan pada Perusahaan Plaza Cilacap

- c. Bagi Karyawan Plaza Cilacap

Penelitian ini memberikan informasi mengenai pentingnya upaya pelatihan, pengembangan SDM, dalam rangka untuk meningkatkan loyalitas karyawan.

- d. Bagi Karyawan Plaza Cilacap

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai dasar evaluasi program pelatihan, dan pengembangan karyawan serta upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan untuk pengembangan Perusahaan Plaza Cilacap