



Job Insecurity, Turnover Intention Karyawan di Era Digital Marketing Masa Pandemi Covid-19

Nurmiyati¹, Kamsih Astuti²

^{1,2}Program Studi Psikologi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta
nurykadir123@gmail.com¹, kamsih@mercubuana-yogya.ac.id²

Article History:

Received

2021-10-05

Review

2021-12-07

Revised

2021-12-13

Accepted

2021-12-14

Published

2021-12-28

Abstract. The role of employees who have special abilities in the digital marketing skill during COVID-19 pandemic is very much needed in order to maintain the continuity of the company. This changing in marketing strategy by the company allows employees to feel job insecurity which can lead to turnover intention. The research method uses direct interviews with employees and Systematic Literature Review (SLR) from fifteen journals that have characteristics with Job Insecurity, Turnover Intention and three journals related to digital marketing with article data sources conducted through the National Library of Indonesia resources database, Research Gate, Google scholar (2010-2020), as well as eBook to retrieve relevant articles published in English and Indonesian with key terms and phrases related to Job Insecurity, Turnover Intention, Digital Marketing in search of related subjects. The purpose of this research is to find out the role of digital marketing that causes job insecurity and causes turnover intention in employees in the company. The conclusion in this study is changing work system in adjusting marketing strategies through digital marketing can be one of the causes insecurity at work or Job Insecurity which results in Turnover Intention conditions in the company.

Keywords: *Digital Marketing; Job Insecurity; Turnover Intention*

Abstrak. Peran karyawan yang memiliki kemampuan khusus di dunia *digital marketing* dalam menghadapi masa pandemi covid 19 sangat dibutuhkan guna mempertahankan kelangsungan perusahaan. Perubahan strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan ini memungkinkan karyawan merasakan *job insecurity* yang bisa mengakibatkan *turnover intention*. Metode penelitian menggunakan metode wawancara langsung dengan karyawan dan *Systematic Literature Review* (SLR) dari lima belas jurnal yang memiliki karakteristik dengan *Job Insecurity, Turnover Intention* serta tiga jurnal berhubungan dengan *digital marketing* dengan sumber data artikel dilakukan melalui *database eresources* Perpustakaan, ResearchGate, Google scholar (2010-2020),serta ebook untuk mengambil artikel yang relevan yang diterbitkan dalam Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia dengan istilah dan frasa kunci yang terkait dengan *Job Insecurity, Turnover Intention, Digital Marketing* dalam pencarian subjek terkait. Tujuan penelitian untuk mengetahui peran *digital marketing* yang menimbulkan terjadinya *Job Insecurity* dan mengakibatkan *turnover intention* pada karyawan dalam perusahaan. Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa perubahan sistem kerja dalam penyesuaian strategi pemasaran melalui *digital*



marketing dapat menjadi salah satu sebab yang menimbulkan ketidakamanan dalam bekerja atau *Job Insecurity* yang mengakibatkan kondisi *Turnover Intention* dalam perusahaan.

Kata kunci: *Digital Marketing; Job Insecurity; Turnover Intention*

Pendahuluan

Krisis COVID-19 memiliki dampak unik pada aktivitas ekonomi yang ditandai dengan pembatasan pergerakan massal dan interaksi manusia. Tetapi sisi positif dari pandemi bagi perusahaan yang produktif dalam inovasi dengan digitalisasi dalam lingkungan bisnis lebih bertahan terlepas situasi pandemi atau tidak. Pengenalan produk baru di pasar harus beradaptasi dengan kondisi pasar yang berubah dengan cepat sebagai cara untuk mengimbangi keterpencilan fisik agar inovasi dan digitalisasi bisa mengganti system lama yaitu dengan fisik sample dan tatap muka berubah menjadi penyajian presentasi dalam *3D Virtual simulation* yang lebih menarik efektif lebih modern, cepat dan efisien serta menghemat biaya dan waktu.

Realita yang terjadi dilapangan sesuai dengan data dari BPS pada Mei 2021 menyatakan bahwa diperkirakan pada tahun 2030 angka usia produktif mencapai lebih 191,1 juta jiwa atau 70,72% dari total populasi 270,2 juta jiwa. Yang artinya Indonesia dalam kondisi *Demographic dividend* atau bonus demografi adalah kondisi dimana populasi masyarakat akan didominasi oleh individu-individu dengan usia produktif dengan rentang usia 15 hingga 64 tahun. Momentum bagi Indonesia untuk menjadi negara maju karena berbagai keuntungan yang bisa didapat. Sebaliknya bila tidak dikelola dengan baik dalam mempersiapkan tenaga kerja yang memiliki produktivitas tinggi, kemampuan khusus dalam teknologi dan mampu mengerjakan beberapa tugas sekaligus (*multitasking*) sesuai permintaan lapangan kerja maka tingkat pengangguran menjadi ancaman karena tidak bisa bersaing di dunia kerja(www.jakartaglobe.id).

Menurut Wardhana(2015) menyatakan bahwa pemasaran produk di era digital sebagai salah satu teknologi baru adalah suatu usaha untuk mempromosikan atau memperkenalkan produk baru melalui media digital agar menjangkau keinginan konsumen secara cepat, pendekatan personal serta relevan. *Digital marketing* adalah salah satu strategi memasarkan produk baru tanpa memperlihatkan fisik sampel, tetapi menawarkan produk baru dengan menggunakan *prototipe virtual* atau biasa dikenal dengan 3D. 3D teknologi merupakan solusi rasional agar pembeli dapat membuat keputusan desain dengan memvisualisasikan garmen secara digital terlihat realistik sehingga tidak perlu menunggu sampel. 3D teknologi juga menawarkan potensi besar dalam mengurangi waktu pengembangan produk dalam rantai pasokan pakaian jadi



dengan meminimalkan atau menghilangkan proses yang mahal serta penerimaan oleh produsen lebih lambat dari yang diharapkan (apparelresources.com).

Tujuan pembuatan *prototipe virtual* simulasi adalah untuk membuat model produk terbaru yang disesuaikan untuk permintaan dan keinginan pelanggan dengan cepat dan biaya yang murah. Selain itu teknologi ini mampu memberikan pengalaman baru bagi kedua belah pihak baik produsen maupun pembeli melakukan transaksi pembelian dalam waktu cepat walaupun tidak bertemu langsung. Perubahan dalam suatu organisasi baik penggabungan perusahaan, pengurangan ukuran, reorganisasi, serta penerapan teknologi baru memungkinkan memberikan ancaman secara fisik dan menjadi sebagai sumber ancaman bagi seorang pekerja sesuai dengan Asford, Lee, dan Bobko (dalam Arnes & Wardani, 2020). Tenaga terampil yang menguasai teknologi *digital marketing* dalam mendukung perubahan strategi perusahaan memungkinkan terjadinya *turnover* di perusahaan baik bagi karyawan yang punya kemampuan teknologi maupun karyawan yang tidak mempunyai kemampuan teknologi dalam mendukung *digital marketing*.

Menurut Mobley (dalam Nugraha & Garin, 2019) *turnover intention* adalah suatu sikap karyawan yang cenderung atau berkeinginan berhenti bekerja pada suatu pekerjaan tanpa paksaan atau pindah tempat kerja sesuai dengan pilihannya sendiri. *Turnover* mengarahkan organisasi atas jumlah total karyawan yang meninggalkan perusahaan dalam periode tertentu. *Turnover Intention* bisa diartikan sebagai keinginan karyawan untuk pindah pekerjaan yang timbul karena alasan tertentu dan mengacu pada evaluasi seseorang. Sedangkan *job insecurity* adalah ketidakberdayaan seorang karyawan dalam pekerjaan, menimbulkan kecemasan, gelisah, ketidakamanan atas status kepegawaiannya. *Job insecurity* adalah karyawan kehilangan potensi atas status kepegawaiannya atau kehilangan pekerjaan secara permanen maupun sesuatu yang berhubungan dengan pekerjaannya (Greenhalgh & Rosenblatt, 1984). *Job insecurity* menggambarkan tingkat ketidakamanan karyawan yang merasakan pekerjaannya terancam, tidak berdaya sehingga melakukan sesuatu untuk mempertahankannya.

Berdasar pemaparan di atas dirasa perlu untuk melakukan penelitian dalam rangka mengungkap berbagai perubahan dalam dunia industri sebagai upaya adaptif terhadap perubahan dunia teknologi masa pandemi ini. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam ilmu psikologi khususnya dalam pengembangan teori *turnover intention* oleh Mobley. Selain itu diharapkan bisa menjadi kajian lebih lanjut tentang peran *digital marketing* yang diharapkan mampu mempertahankan kelangsungan usaha dalam situasi apapun serta mempertahankan karyawan yang berkemampuan



khusus *digital marketing* dalam perusahaan agar masalah *turnover* tersebut bisa teratasi. Selain itu pembahasan ini diharapkan dapat dijadikan referensi dan pendekatan bagi perusahaan terhadap karyawan dalam menentukan kebijakan baru dalam menghadapi perubahan masa pandemi yang terjadi saat ini.

Metode

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode wawancara dengan karyawan langsung dan *Literature review* yaitu sebuah metode yang sistematis dengan melakukan identifikasi, evaluasi, menilai seluruh temuan-temuan pada suatu topik penelitian untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti yang telah ditetapkan sebelumnya (Kitchenham & Brereton, 2013). Sedangkan Literatur yang dipilih dan sintesis terhadap hasil karya penelitian sebelumnya dan pemikiran para peneliti serta praktisi dengan tujuan sesuai kriteria inklusi dan eksklusi. Kriteria inklusi yang digunakan memenuhi syarat: 1) artikel yang memaparkan tentang *turnover intention* dan *job insecurity*; 2) artikel ditulis dalam bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris; 3) artikel yang diterbitkan memiliki bagian yang lengkap; 4) diterbitkan paling tidak sepuluh tahun terakhir. Sedangkan kriteria eksklusi meliputi: 1) susunan artikel tidak lengkap atau tidak sesuai topik penelitian dan 2) Terbitan diatas sepuluh tahun terakhir. Sedangkan alur pencarian referensi sesuai topik terkait dilakukan dengan menggunakan database Google Scholar dengan menggunakan kata kunci: "*Turnover Intention* dan *Job Insecurity*" beberapa penelitian yang dilakukan dari beberapa jenis organisasi yang berbeda-beda. Hasil pencarian dengan menggunakan Google Scholar dengan artikel yang berhubungan dengan tema yaitu *turnover intention* kemudian dilakukan ekstraksi artikel berdasarkan penulis artikel, tahun terbit, kesesuaian tema serta hasil penelitian yang dilakukan.

Wawancara pribadi dilakukan terhadap 4 karyawan yang bekerja menggunakan digital daalam membantu bagian pemasaran seperti bagian design. Karyawan yang diwawancara dengan jenis kelamin, umur, status serta pengalaman kerja yang berbeda-beda. Dalam melakukan wawancara penulis menanyakan seputar dunia pekerjaan terkait dengan perubahan strategi kerja yang terjadi di perusahaan yang memungkinkan karyawan merasakan ketidakberdayaan dalam pekerjaan, menimbulkan kecemasan, gelisah, ketidakamanan atas status kepegawaiannya sehingga memutuskan atau berkeinginan berhenti bekerja pada suatu pekerjaan tanpa paksaan atau pindah tempat kerja sesuai pilihannya sendiri karena beberapa alasan.

Peneliti menggunakan teori *turnover intention* dari Mobley (dalam Nugraha & Garin, 2019) yang menyatakan bahwa *turnover intention* adalah suatu sikap karyawan



yang cenderung atau berkeinginan berhenti bekerja pada suatu pekerjaan tanpa paksaan atau pindah tempat kerja sesuai dengan pilihannya sendiri. Mobley (dalam Nugraha & Garin, 2019) juga merumuskan 3 aspek *turnover intention* sebagai berikut: 1. Berpikir keluar yaitu seberapa sering karyawan berpikir berhenti bekerja dan mengundurkan diri dari perusahaan. 2. Niat mencari pekerjaan alternatif yaitu besarnya kemungkinan seseorang mencari kesempatan pekerjaan ditempat lain. 3. Niat berhenti bekerja yaitu seberapa kuat keinginan dan niat individu memutuskannya atas ketersediaan alternatif pekerjaan lain terlebih dulu.

Greenhalgh & Rosenblatt, (1984) menyatakan *Job insecurity* adalah ketidakberdayaan seorang karyawan dalam pekerjaan, menimbulkan kecemasan, gelisah, ketidakamanan atas status kepegawaiannya. Atau *Job insecurity* adalah karyawan kehilangan potensi atas status kepegawaiannya atau kehilangan pekerjaan secara permanen maupun sesuatu yang berhubungan dengan pekerjaannya. Menurut Smithson & Lewis (dalam Nurfauzan & Halilah, 2017) *Job insecurity* menggambarkan tingkat ketidakamanan karyawan yang merasakan pekerjaannya terancam, tidak berdaya sehingga melakukan sesuatu untuk mempertahankannya. Kemudian Asford, Lee, dan Bobko (dalam Arnes & Wardani, 2020) menyatakan penyebab *job insecurity* dalam tiga faktor antara lain (1). Kondisi lingkungan dan organisasi seperti budaya komunikasi, situasi organisasi. (2). Karakteristik individual serta jabatan pekerjaannya seperti senioritas,usia, gender, pendidikan, jabatan dalam organisasi,pengalaman kerja, latar belakang budaya serta status sosial ekonomi,(3). Karakteristik dari individu atau pekerja serta *locus of control* serta bagaimana tingkat optimis bahkan tingkat pesimis pada karyawan.

Berdasar pemaparan di atas dirasa perlu untuk melakukan penelitian dalam rangka mengungkap berbagai perubahan dalam dunia industri sebagai upaya adaptif terhadap perubahan dunia teknologi masa pandemi ini. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam ilmu psikologi khususnya dalam pengembangan teori *turnover intention* oleh Mobley. Selain itu diharapkan bisa menjadi kajian lebih lanjut tentang peran *digital marketing* yang diharapkan mampu mempertahankan kelangsungan usaha dalam situasi apapun serta mempertahankan karyawan yang berkemampuan khusus *digital marketing* dalam perusahaan agar masalah *turnover* tersebut bisa teratasi. Selain itu pembahasan ini diharapkan dapat dijadikan referensi dan pendekatan bagi perusahaan terhadap karyawan dalam menentukan kebijakan baru dalam menghadapi perubahan masa pandemi yang terjadi saat ini.

Hasil

Digital *Marketing* merupakan suatu kegiatan pemasaran yang dijadikan pilihan utama oleh perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan usahanya di era global dan masa pandemi saat ini. Pergeseran pola kerja yang serba digital dalam industri menjadi perhatian seluruh karyawan dimana karyawan dituntut untuk meningkatkan kemampuan dibidang teknologi. Disisi lain pergeseran pola kerja membuat dan membentuk pola perilaku karyawan. Bagi sebagian tenaga kerja yang telah membekali diri dengan kemampuan teknologi serta terbuka terhadap perubahan akan siap menyambut positif dan mendukung adanya perubahan. Akan tetapi bagi karyawan yang belum siap akan berpandangan bahwa perubahan sebagai sebuah tekanan yang mengancam dirinya sehingga merasa terancam (*Job insecurity*) dan menjadi potensi karyawan berkeinginan keluar dari pekerjaan (*turnover intention*). Bila kondisi ini tidak dicarikan solusi maka akan berujung pada keluarnya karyawan (*turnover*) baik atas keinginan sendiri maupun keinginan perusahaan yang tinggi dapat menyebabkan kerugian dan ketidakstabilan karyawan bagi perusahaan.

Berdasar data dari sebuah perusahaan yang telah mengadaptasi *digital marketing*, jumlah angka *turnover* karyawan di salah satu perusahaan PT. B dalam beberapa tahun terakhir antara lain sesuai dengan tabel dibawah ini:

Tabel 1.
Data *turnover* karyawan PT. B

Tahun	Karyawan awal	Karyawan Tambahan	Karyawan Keluar	Total Karyawan	Persentasi Karyawan Keluar
2017	57	13	6	64	9,37%
2018	64	13	5	72	6,94%
2019	72	14	10	76	13,15%
2020	76	9	8	74	10,81%

Sumber: HRD PT. B

Menurut Gillies (dalam Solehah dan Ratnasari, 2019), menyatakan bahwa tingkat *turnover* secara normal berkisar antara 5-10% pertahun, dan dikatakan tinggi bila tingkat *turnover* lebih dari 10% pertahun.

Peneliti mengungkap data lain dengan melakukan wawancara karyawan yang pekerjaannya dengan digital untuk menemukan alasan karyawan yang diduga berkeinginan untuk berpindah pekerjaan. Berikut kutipan wawancaranya;

"..jadi designer itu keren bu. Banyak temen-temen di perusahaan lain bilang saya beruntung bisa belajar 3D, kalau pindah kerja di jogja sama saja bu, karena budaya dan sistem kerjanya tidak sama dengan tempat kerja dulu di Tangerang, tetapi saya merasa



masih belajar, 3D itu susah makanya sampai sekarang saya ga bisa pindah, takut saya tidak betah, ga nyaman juga apalagi lagi covid gini mending tunggu dulu 1-2 tahun lagi. Kalau sudah pinter 3D pasti nanti banyak lowongan juga...sekarang mah semua sudah pakai program ini sih. Jadi pasti gampang cari kerjaaaan lain yang lebih bagus dan syukur-syukur gajinya 2 kali lipat dari sini. Amin.” (A, 27 tahun, karyawan, menikah, pendidikan terakhir S1, masa kerja 5 tahun).

Hasil kutipan wawancara pribadi dengan karyawan lain adalah sebagai berikut: *“..Alhamdulillah sudah belajar 3D, komputer saja saya masih lemah apalagi 3D,susah lho bu. Saya mau bener-bener belajar tapi ya maklum lelet sudah tua saya. Kalau sudah mau ganti system kerja pakai digital marketing, pasti kita harus belajar, kalo sudah berusaha belum bisa ya gimana, mungkin saya akan mengundurkan diri atau minta pindah bagian. Tapi bingung habis itu kerja apa lagi, katanya kerja di tempat lain belum pengalaman jadi sama-sama belajar lagi, kalau keluar kerja belum tentu diterima banyak pabrik mengurangi karyawan bahkan tutup. jadi saya ga tahu dan lihat gimana nanti saja deh”. (K, 33 tahun, karyawan, menikah, pendidikan terakhir D3, masa kerja 11 tahun).*

“..saya seneng akhirnya ilmu 3D kepakai, dulu boro-boro kita masih bikin sample banyak belum tentu buyer suka sekarang semua pakai 3D jadi ga capek-capek atur, bolak-balik, kerjaan lebih enak sekarang dan cept jadi banyak waktu kerjain yang lain. Intinya sekarang lebih focus. Saya juga belum mahir 3D bu, tapi seneng saja kalau lihat hasil karya saya di comment buyer suka..luar biasa dah senengnya. Saya juga bisa chat dan ngomong langsung ke buyer dengan bahasa inggris jadi keduanya belajar komputer dan bahasa inggris, karena banyak boss luar negeri disini biar bisa menyesuaikan. Makanya tugas 3D atau apapun yang dikasih saya terima saja, walaupun ga bisa banget. Ga usah dipikirin toh nanti bisa tanya-tanya. Ya usaha lah, biar kerjaan beres, tepat waktu, lagian disini bisa diharapkan gaji dan bonusnya”. (E, 28 tahun, karyawan, menikah, pendidikan terakhir S1, masa kerja 6 tahun)

“saya asli orang sini, Jogjakarta sepertinya kota itu lebih baik ..banyak orang pinter berasal dari sana ya.Tapi kita kadang kita perlu pembuktian juga diluar perusahaan dari bekal yang kita sudah dapat ya, apalagi kita sebagai laki-laki yang akan ladi kepala keluarga. Keluarga mendukung kalau memang harus keluar kerja. Minggu lalu saya ditawarkan kerjaan di bekasi jadi 3D designer juga gajinya jauh dibanding disini. Kaget juga saya ga tahunya baru belajar dan kerja baru bentar sudah dapat kesempatan lain”. (L, 26 tahun, karyawan, belum menikah, pendidikan terakhir D3, masa kerja 2 tahun)



Berdasarkan hasil kutipan wawancara yang dilakukan dengan 2 karyawan dan 2 karyawan diatas dapat disimpulkan bahwa semua subjek diduga memiliki keinginan untuk keluar kerja (*turnover intention*) dengan alasan yang berbeda-beda seperti karena karakteristik karyawan sendiri, kepuasan terhadap kemampuannya serta lingkungan kerjanya. Sebagian karyawan menyambut positif adanya perubahan strategi pemasaran dengan *Digital Marketing* sebagai kebutuhan yang ditandai dengan perasaan mampu menyesuaikan, senang belajar hal baru serta kesadaran pentingnya 3D di era digital bagi kelangsungan perusahaan tetapi sebagian karyawan merasakan perubahan tersebut menjadi sesuatu mengancam dirinya sehingga merasa ketidakamanan (*Job insecurity*) bila tidak punya kemampuan teknologi, menimbulkan rasa takut jika dikeluarkan atau bahkan dipindah bagian. Karena kondisi pandemi telah memberikan contoh banyaknya perusahaan yang potong gaji karyawan, dirumahkan atau bahkan di PHK dari perusahaan.

Hal ini sejalan dengan berbagai hasil penelitian melalui penelusuran artikel terhadap *job insecurity* dalam membentuk perilaku *turnover intention*. Hasil beberapa penelitian sebelumnya dibuatkan tabel untuk memudahkan pemahaman akan topik yang dibahas dalam tulisan ini.

Tabel 2.

Daftar Artikel Hasil Pencarian

No	Judul dan Author	Hasil Penelitian
1	<i>How is the Effect of Job Insecurity, Work Stress, and the Work Environment on Turnover Intention: A Case Study at the Company of Supplier Security System in Indonesia</i> (Arijanto et al., 2020)	Hasil penelitian menunjukkan <i>Job Insecurity, Job Stress</i> dan <i>work environment</i> berpengaruh significant terhadap <i>Turnover Intention</i> .
2	<i>The Effect of Job Insecurity to Turnover Intention of Outsource Employees at PT. X</i> (Arnes & Wardani, 2020)	Hasil penelitian menunjukkan <i>Job Insecurity</i> berpengaruh sangat signifikan terhadap <i>turnover intention</i> pada karyawan <i>outsource</i> di PT. X.
3	Pengaruh <i>Job Insecurity, Job Stress</i> , dan Iklim Organisasi Terhadap <i>Turnover Intention</i> Karyawan pada PT. Golden Mitra Inti Perkasa Manado (Lompoliu et al., 2020)	Hasil menunjukkan <i>job insecurity, job stress</i> dan iklim organisasi berpengaruh terhadap <i>turnover intention</i> .
4	Peran <i>Job Insecurity</i> dan <i>Organizational Commitment to Turnover Intention</i> di Startup Karyawan (Fitta et al., 2020)	Hasil penelitian menunjukkan <i>Job Insecurity</i> berpengaruh positif terhadap <i>Turnover Intention, Organizational Commitment</i> berpengaruh negatif terhadap <i>Turnover Intention</i> .
5	Pengaruh <i>Job Insecurity</i> dan Kepuasan Kerja Terhadap <i>Turnover Intention</i> pada Karyawan Hotel (Januartha & Adnyani, 2018)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>job insecurity</i> berpengaruh positif terhadap <i>turnover intention</i> , dan kepuasan kerja berpengaruh negatif terhadap <i>turnover intention</i> .



<p>6 Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Beban Kerja, <i>Job Insecurity</i> Terhadap <i>Turnover Intention</i> Karyawan PT. Federal Internasional Finance Cab Batam (Solehah & Ratnasari, 2019)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan Gaya Kepemimpinan berpengaruh tidak signifikan terhadap <i>Turnover Intention</i>, Beban Kerja, <i>Job Insecurity</i> berpengaruh secara signifikan terhadap <i>Turnover Intention</i>.</p>
<p>7 <i>The Influence of Career Growth and Job Insecurity on Turnover Intention of Outsourcing Workers in Port Service Field Companies</i> (Nugraha & Garin, 2019)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan <i>The Effect of Career Growth on Turnover Intentions is stronger than Job Insecurity</i>.</p>
<p>8 <i>The Effect of Job Insecurity on Turnover Intention Through Work Satisfaction in Employees of Pt Telkom Access</i> Singaraja (Heryanda, 2019)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan (1) <i>Job satisfaction was able to mediate partially the effect of job insecurity on turnover intention</i>, (2) <i>job insecurity had a negative effect on job satisfaction</i>, (3) <i>job insecurity had a positive effect on turnover intention</i>, (4) <i>satisfaction work had a negative effect on turnover intention</i>.</p>
<p>9 Pengaruh Komitmen Organisasional dan <i>Job Insecurity</i> terhadap <i>Turnover Intention</i> Karyawan (Dwi Cahya Mulia & Supartha, 2018)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan komitmen organisasional berpengaruh negatif terhadap <i>turnover intention</i> sedangkan <i>job insecurity</i> berpengaruh positif terhadap <i>turnover intention</i>.</p>
<p>10 Pengaruh <i>Job Insecurity</i> Terhadap Kepuasan Kerja Dan <i>Turnover Intention</i> Pada Karyawan Legian Village Hotel (Setiawan & Putra, 2016)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan <i>Job Insecurity</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Turnover Intention</i>, dan <i>Job insecurity</i> berpengaruh positif terhadap Kepuasan Kerja.</p>
<p>11 Pengaruh <i>Job Insecurity</i> Terhadap <i>Turnover Intention</i> (Nurfauzan & Halilah, 2017)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>job insecurity</i> dan <i>turnover intention</i> mempunyai hubungan positif.</p>
<p>12 Pengaruh Ketidakamanan Kerja, Kepuasan Kerja dan Motivasi Kerja terhadap <i>Turnover Intention</i> Pada PT. Ratu Pola Bumi (RPB) Bandar Lampung (Aulia Putri;Stefanus Rumangkit, 2017)</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menemukan ketidakamanan kerja berpengaruh terhadap <i>turnover intention</i>, kepuasan kerja serta motivasi kerja tidak berpengaruh terhadap <i>turnover intention</i>.</p>
<p>13 Pengaruh <i>Job Insecurity</i>, Kepuasan Kerja dan Lingkungan Kerja terhadap <i>Turnover Intention</i> Pramuniaga di Gelael Supermarket (Studi Kasus Pada Gelael Superindo Kota Semarang)(Halimah et al., 2016)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan ketidakamanan kerja, kepuasan kerja dan lingkungan kerja berpengaruh negatif terhadap <i>turnover intention</i>.</p>
<p>14 Pengaruh <i>career growth</i> dan <i>job</i></p>	<p>Hasil Penelitian menunjukkan pengaruh</p>



<i>insecurity</i> terhadap intensi <i>turnover</i> pada pegawai kontrak di instansi X (Septiari & Unud, 2016)	<i>career growth</i> terhadap intensi <i>turnover</i> lebih kuat daripada pengaruh <i>job insecurity</i> terhadap intensi <i>Turnover</i> .
15 Pengaruh Kepuasan Kerja dan Ketidakamanan Kerja dengan Intensitas Pindah Kerja pada Karyawan PT. Buma Desa Suaran Kecamatan Sambaliung Kabupaten Berau (Hanafiah, 2013)	Hasil penelitian menunjukkan pengaruh negatif antara kepuasan kerja dengan intensitas pindah kerja serta pengaruh positif antara ketidakamanan kerja dan intensitas pindah kerja.

Dari hasil mereview penelitian yang telah dilakukan sebelumnya diketahui hasil penelitian cenderung menunjukkan bahwa *turnover intention* menyebabkan karyawan memutuskan mengundurkan diri atau keluar dari pekerjaan karena beberapa faktor dan salah satunya adalah *Job insecurity* yaitu adanya rasa ketidakamanan dialami. Tetapi terdapat 2 dari 15 hasil penelitian yang dilakukan oleh Nugraha & Garin, (2019) yang berjudul "*The Influence of Career Growth and Job Insecurity on Turnover Intention of Outsourcing Workers in Port Service Field Companies*" menunjukkan hasil yang berbeda dari 13 penelitian lain.

Yaitu *Job Insecurity* tidak berpengaruh atau berpengaruh lemah terhadap keinginan pindah atau *Turnover Intention*. Sedangkan penelitian yang dilakukan Septiari & Unud (2016) yang berjudul "*Pengaruh career growth dan job insecurity terhadap intensi turnover pada pegawai kontrak di instansi X*" menunjukkan bahwa pengaruh *job insecurity* lebih rendah terhadap intensitas keluar kerja. Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa *Job Insecurity* tidak menjadi satu-satunya penyebab terjadinya *Turnover Intention*.

Banyak penelitian yang membahas tentang *Turnover Intention* dikaitkan dengan *Job Insecurity* tetapi pembahasan tentang topik *turnover intention, job insecurity* yang dikaitkan dengan peran atau konteks *digital marketing* dalam industri garmen dimasa pandemi belum ada yang melakukan. Jadi topik ini sangat urgen untuk dikaji secara mendalam karena sejalan dengan kondisi saat ini bagaimana perkembangan teknologi dalam era digital serta pandemi sangat mempengaruhi tingkat *turnover intention* karyawan yang mana situasi lapangan kerja saat susah dan banyak pengangguran di masyarakat.

Kehadiran *digital marketing* menjadi perubahan baru bagi perusahaan dengan harapan menjawab tantangan industri saat ini yang menuntut perubahan sebagai akibat situasi ekonomi, teknologi baru, restrukturisasi industri, dan persaingan global yang semuanya mempengaruhi organisasi dan pekerjaan sehingga diperlukan kemampuan penguasaan teknologi menjadi harapan dan semangat baru bahwa *digital marketing*



mampu menjadi salah satu solusi dalam menjawab tantangan perubahan yang terjadi saat pandemi saat ini.

Selain itu, penelitian memungkinkan menghasilkan penemuan yang berbeda dari beberapa penemuan yang telah dilakukan sebelumnya yaitu (Arnes & Wardani, 2020), (Fitta et al., 2020), (Arijanto et al., 2020), (Heryanda, 2019), (Nugraha & Garin, 2019), (Januartha & Adnyani, 2018), (Septiari & Unud, 2016) yang menunjukkan bahwa *Job Insecurity* berpengaruh terhadap keinginan berpindah atau *Turnover Intention*. Karena *turnover Intention* yang merupakan keinginan karyawan untuk berhenti bekerja pada suatu pekerjaan yang mengarah pada indikator *turnover* karyawan dari jumlah total karyawan yang meninggalkan organisasi untuk periode tertentu. Dari ketiga aspek *turnover intention* dari Mobley (2000) akan diketahui perilaku karyawan seperti intensitas karyawan berpikir keluar atau berhenti dari pekerjaannya dengan tindakan selanjutnya berupa memberikan surat pengunduran diri. Karyawan sebelum melakukannya pasti telah melakukan seperti mencari alternative pekerjaan lain sebelum niat tersebut menjadi keputusan akhir. Akan tetapi, penyebab *turnover* diawali dengan perasaan ketidakberdayaan dalam pekerjaan kemudian menimbulkan kecemasan, gelisah, ketidakamanan. Kondisi ini dinamakan *Job insecurity* yaitu situasi dimana karyawan kehilangan potensi status kepegawaiannya serta terancam kehilangan pekerjaan secara tetap maupun kehilangan sesuatu yang ada didalam pekerjaannya (Greenhalgh & Rosenblatt, 1984). Ashford dkk menyatakan faktor *Job insecurity* bisa disebabkan karena kondisi lingkungan dan organisasi yang biasanya karena faktor komunikasi dan perubahan organisasi seperti yang terjadi karena tuntutan atas perubahan di era digital. Kemudian karakteristik individual atau karyawan seperti jabatan pekerja termasuk faktor demografis seperti usia, *gender*, pendidikan, pengalaman kerja, senioritas, posisi jabatan, budaya, status sosial ekonomi, serta tingkat perasaan optimis atau pesimis pada karyawan tersebut.

Sehingga boleh dikatakan bahwa *turnover intention* dalam era digital memungkinkan karyawan terjadi karena merasakan perasaan ketidakberdayaan dalam pekerjaan yang menimbulkan kecemasan, gelisah dan ketidakamanan atau *job insecurity* karena tuntutan kemampuan teknologi dalam menghadapi perubahan. Tetapi disisi lain *turnover intention* bisa teratasi jika faktor-faktor penyebabnya bisa di atasi yaitu salah satunya *Job Insecurity* yaitu dengan pemenuhan kebutuhan karyawan dalam meningkatkan kemampuan teknologi guna mendukung *digital marketing* menjadi



tuntutan bagi tenaga kerja untuk melakukan penyesuaian diri terhadap tuntutan era digital.

Diskusi

Di era digital dan masa pandemic covid 19, para pelaku usaha bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya dalam memasarkan produk dalam dan luar negeri sehingga konsumen atau pembeli lebih mengenal produk baru tersebut secara cepat dengan biaya murah. Pembatasan pertemuan tatap muka diharapkan tidak memberikan batasan bagi produsen untuk menjalin hubungan baik dengan konsumen melalui virtual sehingga transaksi pembelian tetap tetap berkelanjutan dan memungkinkan kelangsungan usaha tetap berjalan sehingga semua karyawan tetap bisa bekerja tanpa merasakan kecemasan dan ketidakamanan dalam bekerja. Perusahaan garment yang dikenal dengan industri padat karya dengan jumlah karyawan yang banyak merupakan salah satu sektor usaha di Indonesia yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi. Tetapi, masih banyak perusahaan yang belum menerapkan media digital dan peranan penggunaan media digital karena keterbatasan fasilitas juga karyawan yang mempunyai keahlian di bidang ini, sehingga perlu dilakukan upaya lain untuk memenuhi kebutuhan karyawan tersebut dengan melakukan training, atau merekrut karyawan atau ahli dari beberapa sumber tersebut. Beberapa penelitian telah membuktikan penerapan *digital marketing* dalam perusahaan telah mampu membuktikan adanya Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran digital berimplikasi pada keunggulan bersaing dalam memasarkan produknya sebesar 78% dan sisanya 22% disebabkan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kemampuan modal, kesiapan sumber daya serta profesionalitas manajerial.

Hasil kutipan wawancara pribadi yang dilakukan terhadap beberapa karyawan yang harus menyesuaikan diri untuk belajar pengalaman baru *digital marketing* dalam mendukung perubahan sistem kerja saat ini. Disisi lain beberapa karyawan yang diduga memiliki keinginan untuk keluar kerja (*turnover intention*) dengan alasan yang berbeda-beda sesuai karakteristik karyawan sendiri dan kepuasan terhadap kemampuannya serta lingkungan kerjanya dalam menyesuaikan kebutuhan perusahaan. Sebagian karyawan menyambut positif dengan *Digital Marketing* sebagai kebutuhan yang ditandai keinginan menyesuaikan diri, senang belajar hal baru serta kesadaran pentingnya 3D di era digital bagi kelangsungan perusahaan, tetapi sebagian karyawan juga merasakan perubahan tersebut menjadi sesuatu mengancam dirinya sehingga merasa ketidakamanan (*Job insecurity*) bila tidak punya kemampuan teknologi, menimbulkan rasa takut,



ketidakamanan jika dikeluarkan atau bahkan dipindah bagian. Karena kondisi pandemi telah memberikan contoh banyaknya perusahaan yang potong gaji karyawan, dirumahkan atau bahkan di PHK dari perusahaan.

Hasil penelusuran artikel terhadap *job insecurity* dalam membentuk perilaku *turnover intention* cenderung menunjukkan bahwa *turnover intention* menyebabkan karyawan memutuskan mengundurkan diri atau keluar dari pekerjaan karena beberapa faktor dan salah satunya adalah *Job insecurity* yaitu adanya rasa *job insecurity* atau ketidakamanan dialami selama bekerja di perusahaan karena perubahan strategi *digital marketing* yang dilakukan perusahaan, jadi bisa disimpulkan bahwa *job insecurity* tidak menjadi satu-satunya penyebab terjadinya *Turnover Intention* dan memungkinkan ketidakmampuan teknologi berperan sebagai salah satu penyebabnya. Jadi, penelitian yang membahas tentang *turnover intention*, *job insecurity* yang dikaitkan dengan peran atau konteks *digital marketing* dalam industri garmen dimasa pandemi dalam perkembangan teknologi era digital saat ini berperan dalam tingkat *turnover intention* karyawan suatu perusahaan meskipun situasi lapangan kerja saat ini susah dan banyak pengangguran di masyarakat.

Kehadiran *digital marketing* sebagai teknologi baru bagi perusahaan sebagai sebuah harapan yang menjawab tantangan industri saat ini yang menuntut perubahan sebagai akibat situasi ekonomi, dan persaingan global yang semuanya mempengaruhi organisasi dan karyawan sehingga diperlukan kemampuan penguasaan teknologi sebagai harapan dan semangat baru bahwa *digital marketing* mampu menjadi salah satu solusi dalam menjawab tantangan perubahan yang terjadi saat pandemi saat ini. Peningkatan kemampuan teknologi dalam mendukung *digital marketing* di era pandemi tidak terlepas dari tujuan utama perusahaan dalam mempertahankan usahanya. Proses perubahan dalam organisasi dengan sistem pemasaran *digital marketing* mampu menjadi kekuatan perusahaan dalam membangun pola kerja baru. Dengan kontribusi nyata karyawan dalam mempertahankan karyawan agar tidak terjadi *turnover* di tengah berbagai tekanan era digital dan globalisasi. Keberhasilan *digital marketing* adalah wujud kesiapan terhadap perubahan perusahaan bersama karyawan yang tidak bisa dipisahkan.

Simpulan

Turnover intention dalam perubahan strategi pemasaran era digital memungkinkan karyawan terjadi karena merasakan perasaan ketidakberdayaan dalam pekerjaan yang menimbulkan kecemasan, gelisah dan ketidakamanan atau *job insecurity* karena tuntutan kemampuan teknologi dalam menghadapi perubahan. Tetapi disisi lain *turnover*



intention bisa teratasi jika faktor-faktor penyebabnya bisa di atasi yaitu salah satunya *Job Insecurity* yaitu dengan pemenuhan kebutuhan karyawan dalam meningkatkan kemampuan teknologi guna mendukung *digital marketing* menjadi tuntutan bagi tenaga kerja untuk melakukan penyesuaian diri terhadap tuntutan era digital. Peningkatan kemampuan teknologi dalam mendukung *digital marketing* di era pandemi tidak terlepas dari tujuan utama perusahaan dalam mempertahankan usahanya. Proses perubahan dalam organisasi dengan sistem pemasaran *digital marketing* mampu menjadi kekuatan perusahaan dalam membangun pola kerja baru. Dengan kontribusi nyata karyawan dalam mempertahankan karyawan agar tidak terjadi *turnover* di tengah berbagai tekanan era digital dan globalisasi. Keberhasilan *digital marketing* adalah wujud kesiapan terhadap perubahan perusahaan bersama karyawan yang tidak bisa dipisahkan.

Saran

Dengan pola kerja baru dan kompetensi karyawan yang handal di bidang teknologi dapat menunjang terwujudnya digitalisasi pemasaran dalam dunia industri. Kesadaran akan kebutuhan teknologi diharapkan mampu diaplikasikan dalam perilaku dan budaya kerja sehari-hari demi mewujudkan tujuan perusahaan. Perubahan yang terjadi di dunia industri perlu didesain dengan keamanan pekerjaan agar dapat meminimalisir terjadinya *turnover* karyawan agar tidak mengakibatkan kerugian bagi perusahaan karena ketidakstabilan karyawan.

Kepustakaan

- Arijanto, A., Marlita, D., Suroso, A., & Purnomo, R. (2020). *How is the Effect of Job Insecurity, Work Stress, and the Work Environment on Turnover Intention: A Case Study at the Company of Supplier Security System in Indonesia*. 120(Icmeb 2019), 114–119. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200205.022>
- Arnes, M., & Wardani, L. (2020). The Effect Of Job Insecurity To Turnover Intention Of Outsource Employees At PT . X. *Southeast Asia Psychology*, 10(January), 30–51.
- Ascharisa Mettasatya Afrilia. 2018. Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurkom, Riset Komunikasi* 1 (1). Hal 147–157.
- Aulia Putri;Stefanus Rumangkit. (2017). Pengaruh Ketidakamanan Kerja, Kepuasan Kerja Dan *Motivasi* Kerja Terhadap Turnover Intention Pada Pt.Ratu Pola Bumi (Rpb) Bandar Lampung. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 229–244. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/view/852>
- Dwi Cahya Mulia, R. A. B., & Supartha, W. G. (2018). Pengaruh Komitmen Organisasional Dan *Job Insecurity* Terhadap Turnover Intention Karyawan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(12), 6622. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i12.p09>
- Fitta, R., Dewi, F. I. R., & Idulfilastri, R. M. (2020). Peran Ketidaknyamanan Kerja Terhadap



- Intensi Pindah Kerja. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 4(2), 468.
<https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v4i2.8845.2020>
- Greenhalgh, L., & Rosenblatt, Z. (1984). Job Insecurity: Toward Conceptual Clarity. *Academy of Management Review*, 9(3), 438-448.
<https://doi.org/10.5465/amr.1984.4279673>
- Halimah, T. N., Fathoni, A., & Maria M Minarsih. (2016). LINGKUNGAN KERJA TERHADAP *TURNOVER INTENTION PRAMUNIAGA Di GELAEEL SUPERMARKET (Studi Kasus Pada Gelael Superindo Kota Semarang)*. *Journal of Management*, 2(2).
- Hanafiah, M. (2013). PT. Buma Desa Suaran kecamatan Sambaliung kabupaten Berau. *Jurnal Psikoborneo*, 1(3), 178-184. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/view/3329>
- Heryanda, K. K. (2019). The Effect of Job Insecurity on Turnover Intention Through Work *Satisfaction* in Employees of Pt Telkom Access Singaraja. *International Journal of Social Science and Business*, 3(3), 198. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v3i3.20997>
- Januartha, A. A. G. A., & Adnyani, I. G. . D. (2018). Pengaruh Job Insecurity Dan Kepuasan Kerja Terhadap Turnover Intention Pada Karyawan Hotel. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(2), 588.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i02.p01>
- Kitchenham, Barbara, Stuart Charters , Budgen David, Mark Turner, dan Pearl Brereton. 2007. "Systematic Literature Review of the technology Acceptance Model and its." *Keele University and University of Durham Joint*.
- Lompoliu, W. T., Nelwan, O. S., Lengkong, V. P. K., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2020). Pengaruh Job Insecurity, Job Stress, Dan Iklim Organisasi Terhadap Turnover Intention Karyawan Pada Pt. Golden Mitra Inti Perkasa Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 554-564.
<https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.27903>
- Nugraha, E., & Garin, H. M. (2019). the Influence of Career Growth and Job Insecurity on Turnover Intention of Outsourcing Workers in Port Services Field Companies. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 90(6), 270-275.
<https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-06.33>
- Nurfauzan, M. I., & Halilah, I. (2017). Pengaruh Job Insecurity Terhadap Turnover Intention. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 3(1), 98.
<https://doi.org/10.35697/jrbi.v3i1.550>
- Ridwan, Iwan Muhammad. Dkk. 2019. Penerapan Digital marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan "WAGE" Bandung. *JURNAL ABDIMAS BSI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)* Vol. 2 No. 1 Februari 2019, Hal. 137-142. E-ISSN : 2614- 6711
- Septiari, N. K., & Unud, B. (2016). *TURNOVER INTENTION KARYAWAN PADA HOTEL ASANA AGUNG Sumber daya manusia merupakan faktor penting dalam perusahaan yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dalam mencapai tujuan . Ardana dkk ., (2012 : 3) menyatakan bahwa sumber daya manusi*. 5(10), 6429-6456.
- Setiawan, I., & Putra, M. (2016). Pengaruh Job Insecurity Terhadap Kepuasan Kerja Dan Turnover Intention Pada Karyawan Legian Village Hotel. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(8), 252971.
- Solehah, S., & Ratnasari, S. L. (2019). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Beban Kerja, Job



Insecurity Terhadap Turnover Intention Karyawan PT. Federal Internasional Finance Cab Batam. *Jurnal Dimensi*, 8(2), 210-239.
<https://doi.org/10.33373/dms.v8i2.2153>

Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. *In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV, April 2015*, 327-337.