

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sumber Daya Manusia (SDM) adalah salah satu komponen yang paling penting dalam perusahaan, baik organisasi maupun individu. SDM memiliki fungsi penting yang dapat membantu perusahaan berkembang. SDM sangat penting karena tanpa tenaga kerja atau karyawan yang profesional dan kompetitif, perusahaan tidak dapat melakukan segalanya dengan baik meskipun memiliki semua peralatan modern yang diperlukan. Melihat betapa pentingnya peran tenaga kerja sebagai SDM dalam proses produksi, di mana diharapkan karyawan dapat bekerja lebih produktif dan profesional dengan didorong oleh rasa aman saat melakukan segala aktivitasnya, perlu diperhatikan bahwa ketentuan-ketentuan yang terkait dengan keberadaan SDM sebagai pekerja perusahaan sedikit banyak memengaruhi tercapainya atau tidaknya tujuan perusahaan. Menurut Syamsuddinnor (2014), SDM adalah salah satu modal utama perusahaan. Mereka memiliki kemampuan yang luar biasa untuk memberikan kontribusi yang signifikan dalam strategi pencapaian tujuan perusahaan. Proses produksi adalah salah satu contoh pentingnya kontribusi SDM dalam sebuah perusahaan. Meskipun sebuah perusahaan memiliki dana yang kuat, bahan baku yang tepat, dan teknologi terbaru, proses produksi tidak akan berjalan dengan lancar jika tidak ada SDM yang baik.

Di era saat ini, persaingan dari segi harga, kualitas, dan promosi semakin ketat, jadi perlu ada manajemen SDM yang baik untuk meningkatkan penjualan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sumber Daya Manusia (SDM) adalah salah satu komponen yang paling penting dalam perusahaan, baik organisasi maupun individu. SDM memiliki fungsi penting yang dapat membantu perusahaan berkembang. SDM sangat penting karena tanpa tenaga kerja atau karyawan yang profesional dan kompetitif, perusahaan tidak dapat melakukan segalanya dengan baik meskipun memiliki semua peralatan modern yang diperlukan. Melihat betapa pentingnya peran tenaga kerja sebagai SDM dalam proses produksi, di mana diharapkan karyawan dapat bekerja lebih produktif dan profesional dengan didorong oleh rasa aman saat melakukan segala aktivitasnya, perlu diperhatikan bahwa ketentuan-ketentuan yang terkait dengan keberadaan SDM sebagai pekerja perusahaan sedikit banyak memengaruhi tercapainya atau tidaknya tujuan perusahaan. Menurut Syamsuddinnor (2014), SDM adalah salah satu modal utama perusahaan. Mereka memiliki kemampuan yang luar biasa untuk memberikan kontribusi yang signifikan dalam strategi pencapaian tujuan perusahaan. Proses produksi adalah salah satu contoh pentingnya kontribusi SDM dalam sebuah perusahaan. Meskipun sebuah perusahaan memiliki dana yang kuat, bahan baku yang tepat, dan teknologi terbaru, proses produksi tidak akan berjalan dengan lancar jika tidak ada SDM yang baik.

Di era saat ini, persaingan dari segi harga, kualitas, dan promosi semakin ketat, jadi perlu ada manajemen SDM yang baik untuk meningkatkan penjualan

produk. Sinambela (2016) menyatakan bahwa manajemen SDM adalah pengelolaan SDM sebagai sumber daya atau aset utama. melalui penerapan fungsi manajemen dan fungsi operasional agar tujuan organisasi dapat dicapai dengan baik. Proses untuk mencapai tujuan organisasi, individu yang terlibat dalam organisasi melakukan peran penentu, pelaku, dan perencana. Akibatnya, individu ini berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan organisasi. Perusahaan pada dasarnya mengharapkan karyawan yang mampu, cakap, dan terampil, tetapi yang lebih penting adalah karyawan harus setia kepada perusahaan tersebut. Sangat sulit untuk mendapatkan karyawan yang setia. Tidak semua karyawan ingin tetap setia pada perusahaan. Bahkan, terkadang perusahaan tersebut hanya dijadikan sebagai batu loncatan karyawan untuk mencari pengalaman bekerja di tempat lain. Karena itu, organisasi harus mempertimbangkan elemen yang dapat menentukan dan memengaruhi loyalitas karyawan.

Salah satu elemen yang digunakan dalam penilaian karyawan adalah loyalitas atau kesetiaan, yang mencakup kesetiaan terhadap pekerjaannya, posisinya, dan organisasi atau perusahaan. Kesetiaan ini ditunjukkan oleh kesediaan karyawan untuk menjaga dan membela organisasi, baik di dalam maupun di luar pekerjaan, dari orang yang tidak bertanggung jawab (Hasibuan, 2013). Sikap karyawan yang mencurahkan kemampuan dan keahlian mereka, melaksanakan tugas dengan tanggung jawab, jujur dalam bekerja, memiliki hubungan kerja yang baik dengan atasan, kerja sama yang baik dengan rekan kerja, disiplin, menjaga citra perusahaan, dan setia pada waktu kerja yang lebih

lama tercermin dari loyalitas karyawan pada pekerjaan mereka (Poerwopoespito, 2000). Tamba, Pio, & Sambul (2018) menerangkan bahwa loyalitas atau kesetiaan karyawan seringkali menjadi masalah besar dalam sebuah perusahaan. Meskipun loyalitas merupakan konsep yang tampak mudah dibicarakan dalam kehidupan sehari-hari, ia masih menjadi rumit untuk dinilai dalam banyak hal. Menurut Kasmir (2016), loyalitas adalah jenis peran dan anggota yang menghabiskan tenaga, pikiran, dan waktu untuk mencapai tujuan organisasi. Loyalitas secara harfiah berarti setia, atau loyalitas bisa berarti kesetiaan. Kesetiaan ini berasal dari kesadaran. Manajemen akan selalu menghadapi masalah loyalitas karyawan, jadi mereka harus tahu apa yang mempengaruhi loyalitas karyawan.

Manajemen instansi atau perusahaan dapat membuat kebijakan yang diperlukan untuk meningkatkan loyalitas karyawan agar sesuai dengan harapan perusahaan tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas karyawan. Loyalitas perusahaan dapat dilihat dari dedikasi karyawan yang telah bekerja untuk membantu perusahaan berkembang dan melampaui pesaingnya di dunia modern. Loyalitas karyawan, menurut Werdati, Darmawan, & Solihah (2020), mencakup keinginan dan komitmen untuk mengikuti, menjalani, dan menerapkan suatu aturan dengan perasaan yang sepenuhnya sadar dan bertanggung jawab atas pekerjaan mereka. Perusahaan yang memiliki karyawan yang berkomitmen tinggi akan lebih mudah untuk mencapai tujuan perusahaan dan membentuk kinerja karyawan (Agusta & Sutanto, 2013). Perusahaan membutuhkan karyawan yang berkomitmen tinggi

untuk bersatu dalam dunia yang sangat bersaing (Pratiwi & Puspitadewi, 2021). Beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam menjaga loyalitas karyawan adalah budaya Perusahaan dan komunikasi interpersonal. Budaya perusahaan didefinisikan sebagai pola asumsi dasar yang diciptakan, ditemukan, atau dikembangkan oleh kelompok tertentu saat belajar menghadapi masalah adaptasi eksternal dan integrasi internal. Asumsi-asumsi ini dianggap valid dan oleh karena itu diajarkan kepada anggota baru sebagai cara yang tepat untuk berpersepsi, berpikir, dan berperasaan tentang masalah yang dihadapinya (Schein, 2017).

Budaya perusahaan sangat berpengaruh pada bagaimana perusahaan maju. Seorang pemimpin juga harus memiliki kemampuan untuk menghindari tindakan pilih kasih dan berusaha bersikap profesional saat membagi tugas. Untuk menghindari situasi yang menyebabkan karyawan merasa tidak nyaman dan tidak ingin pergi ke kantor, para pemimpin harus dapat dengan bijak menyelesaikan perselisihan di tempat kerja. Jika budaya perusahaan berjalan dan diterapkan dengan baik, karyawan akan menunjukkan tingkat loyalitas yang tinggi. Ini disebabkan oleh fakta bahwa karyawan percaya bahwa budaya tersebut dapat berjalan dengan baik. Manajemen juga akan memberikan dukungan sepenuhnya, yang pada gilirannya menciptakan kesan puas terhadap perusahaan dan pekerjaan mereka, yang pada gilirannya dapat mengurangi keinginan karyawan untuk meninggalkan perusahaan (Matkó & Takács, 2017). Selain itu, lebih banyak pemahaman karyawan tentang budaya perusahaan akan membuat mereka lebih suka tinggal di sana (Asriandi, Gani, & Hasbi,

2018). Menurut Amalia (2017) peningkatan keterampilan dan kemampuan pekerja berdampak pada tindakan yang menyentuh emosi mereka, menciptakan budaya perusahaan yang kolaboratif.

Menurut Sutrisno (2010), muatan budaya perusahaan terdiri dari set nilai, keyakinan, asumsi, dan norma yang diterapkan dan diterima oleh setiap anggota organisasi. Nilai-nilai ini digunakan sebagai pedoman untuk perilaku dan pemecahan masalah (Ardiansyah & Andri, 2017). Budaya perusahaan adalah kekuatan sosial yang tidak terlihat yang mendorong orang-orang di sekitarnya untuk bekerja sama dan beraktivitas. Selain itu, budaya perusahaan sangat mempengaruhi loyalitas karyawan. Budaya organisasi terdiri dari standar, norma, keyakinan, dan nilai-nilai yang dianut oleh perusahaan. Standar, norma, dan keyakinan ini dapat mempengaruhi bagaimana sumber daya manusia atau karyawan bertindak atau berperilaku, yang pada gilirannya berdampak pada loyalitas karyawan. Loyalitas kerja karyawan juga dapat dipengaruhi oleh hal lain, salah satunya ada Tingkat komunikasi interpersonal antar karyawan di dalam perusahaan. Peran komunikasi sangat penting dalam hidup ini, demikian halnya dengan pekerjaan. Jika komunikasi lancar, karyawan dapat bekerja dengan baik satu sama lain. Komunikasi dengan orang lain untuk mendapatkan umpan balik dikenal sebagai komunikasi interpersonal. Ini dapat terjadi secara langsung (*face to face*) atau melalui media (Burgon & Huffner, 2022). Pada organisasi komunikasi interpersonal sangat penting, ini termasuk komunikasi antara sesama karyawan, atasan, dan

bawahan, yang membutuhkan informasi tentang kepentingan dan tanggung jawab masing-masing.

Sementara atasan berkomunikasi dengan bawahannya untuk memberikan instruksi dan peraturan, bawahannya juga berkomunikasi untuk menyampaikan ide, usulan, keluhan, dan hasil kerja, serta anggota staf berkomunikasi untuk sama-sama menyelesaikan pekerjaan mereka dengan saling membantu atau mengetahui tentang pekerjaan yang terkait. Tidak ada kerja sama yang optimal dan tidak akan mencapai sasaran jika tidak ada komunikasi tatap muka atau interpersonal. Bisnis dapat meningkatkan dan mempertahankan loyalitas karyawannya dengan berbagai cara, seperti berkomunikasi sesama karyawan atau secara timbal balik antara pimpinan dan karyawan. Komunikasi interpersonal adalah proses di mana orang berbagi makna satu sama lain. Proses ini berarti perubahan dan tindakan (*action*) yang berlangsung terus-menerus. Komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau sekelompok kecil orang, dengan efek dan umpan balik yang cepat, (DeVito, 2016). Kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikan adalah cara terbaik untuk menilai komunikasi interpersonal. Ini disebabkan oleh fakta bahwa komunikasi interpersonal terjadi secara langsung, dengan kontak pribadi antara komunikator dan komunikan.

Komunikasi interpersonal adalah proses penyampaian pesan dan penerimaan pesan baik secara langsung/tatap muka maupun tidak langsung secara verbal maupun nonverbal oleh individu terhadap orang lain. Pada aspek

budaya perusahaan, dapat dibuktikan pada penelitian yang dilakukan oleh Nusantara (2015) bahwa pada penelitiannya ditemukan hasil budaya perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan. Selain itu, pada penelitian Rose (2019) menunjukkan hasil bahwa budaya perusahaan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas karyawan. Disamping itu, Manikotama, Lubis, & Rahmah (2022), Ayunda, Adrian, & Wulansari (2022), dan Sinta (2022) pada penelitiannya terdapat pengaruh antara budaya perusahaan dengan loyalitas karyawan. Aspek komunikasi interpersonal juga dapat dibuktikan pengaruhnya dalam penelitian Hasbiyah, Putri, & Luthfie (2024) pada penelitiannya terbukti bahwa terdapat pengaruh signifikan komunikasi interpersonal terhadap loyalitas karyawan. Selain itu, Putri (2016) pada penelitiannya mengungkapkan adanya pengaruh positif antara komunikasi interpersonal dengan loyalitas karyawan. Hanum (2018) pada penelitiannya menyatakan terdapat pengaruh positif antara komunikasi interpersonal dengan loyalitas karyawan.

Karena pentingnya loyalitas karyawan pada hasil kinerja perusahaan, perusahaan harus lebih memperhatikan untuk mempertahankan dan menjaga loyalitas karyawan atau membuat karyawan puas dan setia kepada perusahaan. Loyalitas karyawan berdampak positif pada pertumbuhan perusahaan (Antoncic & Antoncic, 2011). Karena kehilangan karyawan sama dengan kehilangan pelanggan. Mempunyai karyawan berloyalitas tinggi tidak hanya pada perusahaan besar saja, namun setiap sektor bisnis juga membutuhkan karyawan berloyalitas tinggi untuk menjaga citra perusahaan dan

mempertahankan keuntungannya. Sektor bisnis tersebut dapat mempertahankan loyalitas karyawannya dengan menjaga komunikasi interpersonal dan budaya perusahaannya. Pada saat ini sektor layanan kebutuhan hewan peliharaan menjadi salah satu sektor yang paling menguntungkan bagi pebisnis. Berbagai jenis layanan, jenis hewan peliharaan, dan jalur layanan termasuk dalam industri ekonomi hewan peliharaan Indonesia. Sekitar 72% masyarakat Indonesia memelihara hewan pada tahun 2022, dengan anjing dan kucing sebagai hewan paling populer. Meskipun sebagian besar pemelihara hanya memelihara satu jenis, ada juga yang memelihara lebih dari satu jenis. Makanan hewan peliharaan atau pet food mendominasi pangsa pasar di antara berbagai kategori layanan yang ada dalam industri ekonomi hewan peliharaan.

Pemilik hewan peliharaan rata-rata membeli sekitar 1 juta hewan peliharaan setiap bulan, dengan volume pembelian pet food terus meningkat, mencapai 932,2 juta kilogram pada tahun 2021. Perkembangan *Pet Care Market* di Indonesia ini berkat kecintaan yang meningkat terhadap hewan peliharaan, muncul kebutuhan besar akan tempat yang menyediakan berbagai alat, bahan, dan layanan yang berkaitan dengan perawatan hewan peliharaan. *Pet shop*, perawatan hewan, hotel, dan klinik adalah beberapa tempat ini. Pemilik usaha harus memastikan bahwa karyawan tetap setia dan berkomitmen untuk memberikan pelayanan berkualitas tinggi di tengah persaingan yang semakin ketat (Hidayat, 2018). Patzy Pet Shop, yang didirikan sejak tahun

2017, telah mengalami perkembangan besar. Sejak awal berdirinya, perusahaan ini telah mengubah lokasi, ukuran, dan jumlah karyawannya.

Patzy Pet Shop hingga saat ini mempunyai 9 cabang toko di 3 kota berbeda. Namun, masalah yang dihadapi adalah fluktuasi karyawan yang tinggi, yang menyebabkan banyak karyawan keluar dan masuk. Dari banyaknya cabang toko kebutuhan karyawan Patzy Pet Shop juga semakin banyak meliputi dokter hewan, *veterinary*, kasir, *groomer*, *driver delivery*, admin kantor, admin gudang, dan lain-lain. Budaya perusahaann, hubungan antar karyawan dan komunikasi menjadi penting untuk memastikan keberlanjutan bisnis dan loyalitas karyawan. Perusahaan harus memastikan bahwa setiap karyawannya memiliki loyalitas yang tinggi, yang tercermin dari seberapa besar rasa memiliki seorang karyawan pada perusahaan mereka. Loyalitas yang tinggi pasti akan meningkatkan produktivitas dan kualitas perusahaan.

Permasalahan yang di hadapi Patzy *Pet Shop* adalah rendahnya loyalitas karyawan. Beberapa indikator rendahnya loyalitas karyawan yang ditemukan dilapangan adalah rendahnya kejujuran, kurangnya pengabdian, tanggung jawab dan tingginya *turn over*. Rendahnya kejujuran karyawan Patzy *Pet Shop*. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya kritik konsumen terhadap ketidak jujuran karyawan. Misalnya pelanggan ingin membeli suatu produk yang diinginkan namun tidak menemukannya di etalase toko, lalu pelanggan bertanya pada karyawan akan tetapi respon karyawan kurang aktif. Ketidak jujuran ini dapat dilihat dari rendahnya ulasan yang pelanggan berikan.

Kurangnya pengabdian karyawan Patzy *Pet Shop* dapat dilihat pada kurang aktifnya karyawan dalam memberikan ide-ide untuk perbaikan maupun pengembangan. Misalnya, ketika rapat rutin pada awal bulan, banyak karyawan yang kurang aktif dalam mengemukakan kritik dan saran. Rendahnya tanggung jawab juga menjadi indikator rendahnya loyalitas karyawan. Rendahnya tanggung jawab disini adalah terkait dengan keamanan dalam lingkungan toko.

Rendahnya tanggung jawab juga dibuktikan dengan kurangnya kesediaan untuk melakukan peringatan pada oknum yang meminta uang parkir pada pelanggan, sedangkan pada luar toko terdapat himbauan bebas parkir untuk pelanggan Patzy *Pet Shop*. Namun, karyawan tidak memberikan teguran terhadap oknum tersebut. Tingginya *turn over* pada Patzy *Pet Shop* menandakan bahwa keinginan karyawan untuk tetap bertahan dalam perusahaan cukup rendah. Berikut data yang menunjukkan tingginya *turn over* pada Patzy *Pet Shop*. Saat ini karyawan Patzy *Pet Shop* sebanyak 95 orang yang terdiri dari kepala toko, dokter hewan, *veterinary*, kasir, *groomer*, *driver delivery*, admin kantor, admin gudang, dan lain-lain. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti dengan staff admin dari Patzy *Pet Shop* diberikan data karyawan selama 3 tahun terakhir dan dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Data *Turn Over* Karyawan Patzy *Pet Shop*

No.	Tahun	Jumlah Karyawan Awal	Jumlah Karyawan Keluar	Jumlah Karyawan Masuk	Jumlah
1.	2021	152 Orang	23 Orang	11 Orang	140 Orang

No.	Tahun	Jumlah Karyawan Awal	Jumlah Karyawan Keluar	Jumlah Karyawan Masuk	Jumlah
2.	2022	140 Orang	30 Orang	16 Orang	126 Orang
3.	2023	126 Orang	41 Orang	12 Orang	97 Orang

Sumber: Arsip Manajemen Patzy *Pet Shop*.

Data di atas diambil dari seluruh cabang Patzy *Pet Shop* yang terdiri dari 97 orang karyawan. Terlihat bahwa jumlah karyawan yang keluar dari Patzy *Pet Shop* tersebut pada 3 tahun terakhir cukup tinggi. Beberapa indikator rendahnya loyalitas pada Patzy *Pet Shop* diatas sesuai dengan indikator yang di kemukakan oleh Gouzali (2000). Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis pada bulan Mei 2024, faktor yang menyebabkan rendahnya loyalitas karyawan Patzy *Pet Shop* disebabkan oleh beberapa hal. Budaya perusahaan pada Patzy *Pet Shop* juga menjadi salah satu indikasi rendahnya loyalitas karyawan. Dukungan dari manajemen dan komunikasi yang kurang berjalan baik antara atasan dengan bawahan maupun dengan sesama rekan kerja menjadikan ketidaknyamanan karyawan dalam bekerja dan memilih untuk meninggalkan perusahaan. Hal tersebut menjadi salah satu ketidakloyalan karyawan.

Sistem imbalan dari perusahaan yang kurang melindungi karyawan merupakan salah satu budaya perusahaan yang menjadikan karyawan tidak mempunyai rasa bangga akan dimana karyawan bekerja. Misalnya tidak adanya reward bagi karyawan yang berprestasi, dan juga tidak ada kejelasan mengenai jenjang karir. Rasa bangga menjadi kurang dari karyawan tersebut sehingga karyawan kurang bertanggungjawab dengan pekerjaannya. Contohnya tanggung jawab pada lingkungan sekitar toko. Toleransi terhadap

konflik dari perusahaan juga dirasa masih kurang melindungi karyawan, sehingga menjadikan karyawan kurang berani dalam mengemukakan kritik. Integrasi dalam perusahaan juga kurang baik. Sering terjadi kurang koordinasi sehingga pekerjaan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Kontrol yang kurang dari manajemen dan budaya perusahaan seperti ini juga sering menyebabkan karyawan bertindak sesukanya. Selain itu, komunikasi menjadi penting untuk memastikan keberlanjutan bisnis dan loyalitas karyawan. Komunikasi antar karyawan ini meliputi keterbukaan, empati, dan dukungan antar karyawan. Dalam *Patzy Pet Shop* komunikasi interpersonal kurang diterapkan dalam lingkungan kerja ini. Selanjutnya, kualitas hubungan antara atasan dengan karyawan yang kurang baik. Hubungan yang kurang baik antara atasan dengan bawahan diindikasikan dengan tingkat perhatian yang kurang memadai dari atasan terhadap karyawan. Indikasi ini dibuktikan dengan sering terjadinya miss-komunikasi antara atasan dengan karyawan, hal tersebut diyakini karena petunjuk kerja yang kurang jelas dari atasan. Kemudian tingkat kepercayaan atasan pada karyawan menjadi kurang, sehingga karyawan menjadi sering disalahkan karena kinerja yang kurang sesuai dengan yang diinginkan atasan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan Matzler & Renzl (2006) terhadap beberapa perusahaan jasa di Austria menggaris bawahi bahwa kepercayaan karyawan terhadap atasan tidak hanya mempengaruhi sikap kerja seperti kepuasan karyawan, akan tetapi juga menjadi pendorong loyalitas kerja karyawan. Penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh Antoncic & Antoncic (2011) pada beberapa perusahaan jasa di Slovenia menyatakan bahwa

perusahaan harus memastikan bahwa karyawan mereka dihargai dengan berbagai bonus, promosi, dan pelatihan. Menurut Sunur (2010) budaya organisasi memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan kerja, oleh karena itu perusahaan yang lebih menekankan kepada nilai-nilai kekeluargaan, toleransi yang tinggi antar karyawan, dan juga *teamwork* dalam bekerja, dapat menciptakan kepuasan kerja terhadap karyawan, dan dapat menimbulkan loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

Karyawan akan berpikir dua kali untuk mencari pekerjaan di perusahaan lain, karena mempunyai ikatan yang kuat dengan perusahaan. Unsur-unsur seperti komunikasi dan hubungan interpersonal, iklim organisasi, komunikasi positif dan informasi internal juga perlu diberikan kepada karyawan. Dengan memberikan perhatian yang cukup untuk elemen kepuasan karyawan tersebut, tingkat loyalitas karyawan dalam perusahaan dapat meningkat, dan dapat memiliki dampak positif pada pertumbuhan perusahaan. Perusahaan harus memastikan bahwa karyawan bangga untuk mengatakan kepada orang lain bahwa mereka adalah bagian dari organisasi. Berdasarkan fenomena diatas maka penting dilakukan penelitian mengenai loyalitas karyawan dengan judul; **“Pengaruh Budaya Perusahaan dan Komunikasi Interpersonal terhadap Loyalitas Karyawan Patzy Pet Shop Se-Karesidenan Madiun”**.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang telah dijelaskan diatas, maka permasalahan penelitian ini meliputi:

1. Subjek penelitian adalah karyawan Patzy Pet Shop.
2. Variabel penelitian ini adalah budaya perusahaan, komunikasi interpersonal, dan loyalitas karyawan.

C. Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang telah dijelaskan diatas, maka permasalahan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah budaya perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas karyawan Patzy Pet Shop?
2. Apakah komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap loyalitas karyawan Patzy Pet Shop?

D. Tujuan Penelitian

Bedasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini mempunyai tujuan untuk memberikan bukti empiris terhadap pengaruh budaya perusahaan dan komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap loyalitas karyawan Patzy Pet Shop.

E. Kegunaan Penelitian

Beberapa keuntungan ditawarkan kepada penulis dan pihak-pihak yang terkait dari penelitian yang dilakukan. Beberapa keuntungan yang dapat Anda peroleh adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat digunakan untuk mempelajari proses pembelajaran dan bagaimana budaya Perusahaan dan komunikasi interpersonal memengaruhi loyalitas karyawan. Penelitian ini dapat diterapkan pada *Patzy Pet Shop*.
2. Bagi pemilik bisnis, untuk digunakan sebagai evaluasi dan bahan masuk untuk meningkatkan loyalitas karyawan *Patzy Pet Shop*.
3. Bagi akademisi, praktisi pendidikan, dan pelaku pendidikan, sebagai sumber informasi, memberikan kontribusi pemikiran dalam pengembangan ilmu kependidikan, dan berfungsi sebagai acuan bagi peneliti yang melakukan penelitian tambahan.