

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Untuk mencapai tujuan perusahaan, diperlukan kinerja karyawan yang maksimal. Sebagaimana diungkapkan Faustino Cardoso Gomes (2000:177, dalam Stephani 2011:1) bahwa “Performansi kerja akan berkaitan dengan dua faktor utama, yaitu (1) kesediaan atau motivasi dari karyawan untuk bekerja, yang menimbulkan usaha karyawan, dan (2) kemampuan kemampuan untuk melaksanakannya...”.

Berdasarkan pendapat tersebut, maka motivasi dan kemampuan merupakan dua faktor yang paling dominan dalam meningkatkan kinerja. Motivasi dapat berhubungan dengan sejauhmana dorongan karyawan dalam melakukan pekerjaan, meliputi motivasi yang muncul dari dalam diri pegawai (internal) dan motivasi yang muncul dari luar diri pegawai (eksternal), sedangkan kemampuan akan berhubungan dengan (1) pengetahuan yang didukung oleh tingkat pendidikan, pengalaman, latihan dan minat; serta (2) keterampilan yang didukung oleh kecakapan dan kepribadian.

Dewasa ini terdapat fenomena umum dalam organisasi yaitu adanya karyawan yang merasa tidak bergairah dalam bekerja. Hal ini terjadi karena mereka tidak mendapatkan motivasi dalam bekerja dan mereka tidak dianggap sebagai elemen penting bagi kemajuan perusahaan.

Timbulnya motivasi dalam bekerja dapat mendorong semangat kerja, kuat lemahnya motivasi kerja seseorang ikut menentukan besar kecilnya prestasi. Seseorang memiliki kebutuhan akan prestasi, kebutuhan tersebut dapat terpenuhi apabila seseorang memiliki keinginan untuk melakukan suatu tugas/ tindakan itu lebih baik atau lebih cepat bila dibandingkan dengan yang lain dengan harapan mendapatkan penghargaan atas tugas yang telah dilakukannya. Berprestasi adalah keberhasilan (kesuksesan) dalam berkompetisi dengan standar terbaik akan tetapi masih banyak karyawan yang tidak memahami bagaimana cara untuk memiliki motivasi berprestasi tinggi. Karyawan yang tidak memiliki motivasi berprestasi yang tinggi tidak dapat mengarahkan potensi-potensi yang dimiliki sehingga karyawan bisa menjadi pusat persoalan, maka dari itu mengapa motivasi berprestasi karyawan merupakan hal yang penting bagi kesuksesan perusahaan.

Perusahaan harus memberikan motivasi agar karyawan lebih bersemangat menjalankan tugas-tugasnya di perusahaan. Dengan semangat tinggi, pekerjaan akan lebih cepat diselesaikan dan karyawan menyukai situasi pekerjaan dengan penuh tanggung jawab. Dalam rangka mengembangkan serta meningkatkan motivasi para karyawannya sebaiknya para pemimpin perusahaan mengetahui hal-hal yang sekiranya dapat mendorong karyawan untuk bekerja lebih bersemangat dan berprestasi.

PT. Luxindo Raya yang beralamat di Jl. Jend A Yani 221-223 Pert Segitiga Mas Kosambi Bl A/6, Bandung merupakan cabang distributor produk *Lux* di Indonesia yang telah memiliki 41 kantor cabang perusahaan. Dalam profil perusahaan PT. Luxindo Raya bergerak dalam bidang penjualan yang

memasarkan alat-alat rumah tangga secara *door to door (direct selling)* yang antara lain : penghisap debu (*vacuum cleaner*), mesin cuci (*washing machine*), pembersih udara (*air cleaner*), pemurni air (*water cleaner*) dll.

Karyawan bagian marketing merupakan ujung tombak dari semua kegiatan perusahaan karena karyawan marketing merupakan orang yang langsung berhadapan dengan konsumen, terjadi penjualan atau tidak itu tergantung cara seorang karyawan marketing menawarkan produk yang ia bawa.

Pemberian motivasi merupakan salah satu faktor yang berdampak positif bagi karyawan itu sendiri, namun pada kenyataannya motivasi karyawan untuk berprestasi pada PT. Luxindo Raya Cabang Bandung masih dirasakan rendah, Berikut Grafik ketidakhadiran karyawan PT. Luxindo Cabang Bandung selama Periode Juni 2011 sampai dengan April 2012 :

Tabel 1.1
Tabel Ketidakhadiran Karyawan
Bagian Marketing PT. Luxindo Raya Cabang Bandung
Periode Juni 2011- April Tahun 2012

| No | Bulan | Jumlah Karyawan | Kriteria Absensi | | | Jumlah Absensi | Jumlah Hari Kerja | Tingkat Absensi |
|-----|------------------|-----------------|------------------|-------------|-------------|----------------|-------------------|-----------------|
| | | | Alpha | Sakit | Izin | | | |
| 1. | Juni | 30 | 4 | 1 | 1 | 6 | 25 | 0,84% |
| 2. | Juli | 30 | 3 | 3 | 1 | 7 | 26 | 0,94% |
| 3. | Agustus | 30 | 5 | 2 | 2 | 9 | 20 | 1,50% |
| 4. | September | 30 | 4 | 3 | 2 | 9 | 26 | 1,02% |
| 5. | Oktober | 32 | 5 | 2 | 2 | 9 | 24 | 1,17% |
| 6. | November | 30 | 3 | 4 | 1 | 8 | 26 | 1,12% |
| 7. | Desember | 30 | 4 | 3 | - | 7 | 26 | 0,89% |
| 8. | Januari | 30 | 4 | 3 | 1 | 8 | 25 | 1,06% |
| 9. | Februari | 30 | 4 | 3 | 1 | 8 | 25 | 1,06% |
| 10. | Maret | 32 | 6 | 2 | 1 | 9 | 26 | 1,08% |
| 11. | April | 30 | 3 | 2 | 1 | 6 | 24 | 0,83% |
| | Jumlah | 303 | 45 | 28 | 13 | 86 | 248 | 12,54% |
| | Rata-rata | 30,3 | 4,09 | 2,54 | 1,18 | 8,6 | 24,8 | 1,14% |

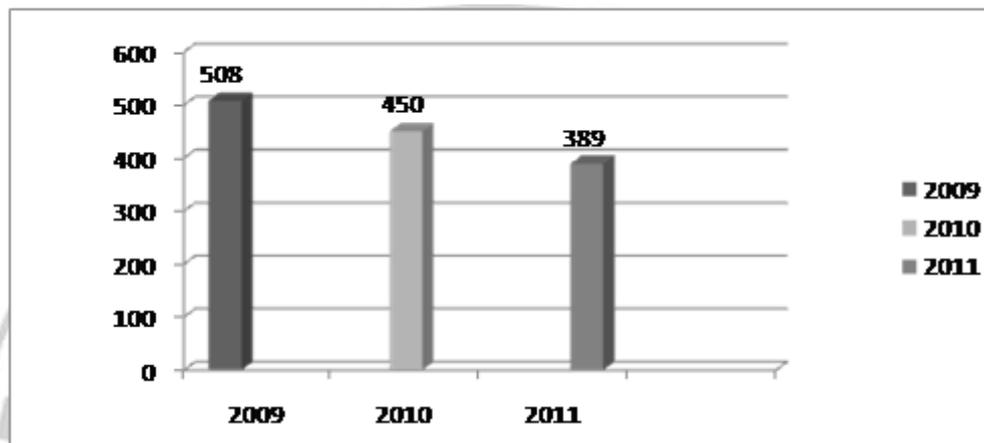
Sumber : Bagian Administrasi PT Luxindo Raya Cabang Bandung

Berdasarkan data Tabel 1.1, terlihat bahwa tingkat ketidakhadiran karyawan PT. Luxindo Raya Cabang Bandung mengalami fluktuasi selama periode Juni 2011 sampai dengan April 2012. Persentase ketidakhadiran karyawan PT. Luxindo Raya Cabang Bandung paling tinggi sebesar 1,50% terjadi pada bulan Agustus 2011 dan persentase rata-rata tingkat absensi yang terjadi sebesar 1,14%. Umumnya ketidakhadiran karyawan disebabkan antara lain karena sakit, ada keperluan ataupun tanpa keterangan yang jelas.

Berdasarkan wawancara dengan Pendi selaku Kepala Cabang PT. Luxindo Raya Cabang Bandung bahwa masih rendahnya kesadaran karyawan untuk masuk kerja tepat pada waktunya sesuai peraturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan begitu juga halnya dengan pulang sebelum waktunya selanjutnya tingginya

jumlah persentase ketidakhadiran karyawan bagian marketing dapat berdampak pada penjualan produk *Lux*.

Berikut Grafik penjualan produk *Lux* PT. Luxindo Raya Cabang Bandung periode Januari 2009 sampai dengan Desember 2011 :



Sumber : Bagian Administrasi PT Luxindo Raya Cabang Bandung

Gambar 1.1
Grafik Penjualan Produk *Lux* PT. Luxindo Raya Cabang Bandung
Periode Januari 2009 – Desember Tahun 2011

Berdasarkan data Gambar 1.2, dapat dilihat bahwa Pada tahun 2009 penjualan produk *Lux* mencapai 508 unit kemudian pada tahun 2010 penjualan produk *Lux* menurun menjadi 450 unit dan pada tahun 2011 penjualan produk *Lux* pun menurun kembali menjadi 389 unit. Menurut Arman salah satu supervisor di PT. Luxindo Raya Bandung bahwa banyak faktor yang mempengaruhi penurunan penjualan produk *Lux* diantaranya : 1) kurangnya keterampilan karyawan dalam menjual produk 2) target penjualan yang ditetapkan perusahaan terlalu tinggi 3) motivasi karyawan yang rendah.

Sesuai dengan pernyataan diatas terjadinya penurunan penjualan salah satunya dapat dimaknai sebagai akibat sikap kerja dan motivasi yang kurang baik dari karyawan PT. Luxindo Raya Cabang Bandung dalam melakukan penjualan. Penurunan motivasi mengakibatkan berkurangnya semangat dalam menjual produk kepada konsumen yang berdampak pada penurunan penjualan produk *Lux*.

Menurut Pendi selaku ketua cabang PT. Luxindo Raya Cabang Bandung, penurunan penjualan mengindikasikan bahwa prestasi kerja karyawan yang kurang baik yang diakibatkan oleh pemberian penghargaan (*reward*) yang tidak segera diberikan kepada karyawan sehingga dapat mengurangi motivasi karyawan dalam melakukan pekerjaan. Keterlambatan dalam pemberian penghargaan (*reward*) terjadi pada pemberian penghargaan berupa barang kepada karyawan yang ingin menukarkan poin yg telah dimiliki dari hasil penjualan produk *Lux*. Biasanya keterlambatan pemberian penghargaan berkisar 2-3 bulan dari waktu yang ditentukan untuk pemberian hadiah berupa barang karena perusahaan memberlakukan peraturan *cooling reward* yaitu penerima penghargaan diharuskan menunggu 2-3 bulan dari hasil penjualan..

Hal ini merupakan masalah penting yang harus segera diselesaikan perusahaan karena menyangkut keberlangsungan PT. Luxindo Raya Cabang Bandung. Salah satu usaha yang dilakukan untuk memotivasi karyawan untuk berprestasi adalah dengan menerapkan sistem penghargaan (*reward system*) yang baik.

Menurut Mahsun (2006:112) : "*Reward* dapat mengubah seseorang dan memicu peningkatan motivasi". Dengan kata lain pemberian penghargaan

dimaksudkan sebagai dorongan agar karyawan mau bekerja dengan lebih baik dan membangkitkan motivasi sehingga dapat mendorong kinerja karyawan menjadi lebih baik.

Dengan adanya pemberian penghargaan (*reward*) yang baik diharapkan karyawan memiliki motivasi yang tinggi dan keinginan untuk unggul dalam melakukan pekerjaan dan memiliki kemampuan untuk berkompetisi sehingga tercapai keseimbangan antara tujuan pribadi dan tujuan organisasi. Pemberian penghargaan (*reward*) didasarkan pada asas adil dan pemberian apresiasi atas prestasi kerja yang di raih sudah tentu akan mampu meningkatkan motivasi untuk berprestasi dalam diri pegawai, sehingga akan muncul dorongan dalam dirinya untuk melaksanakan tugas dengan sebaik-baiknya dengan prestasi baik.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 23 Februari 2012 dengan Kepala Cabang Bandung Barat PT Luxindo Raya Pendi bahwa:

“Insentif diberikan perusahaan kepada karyawan atas dasar kinerja yang diberikan karyawan dalam melakukan penjualan produk Lux. Tujuan dari pemberian insentif ini adalah sebagai suatu bentuk penghargaan (reward) dari perusahaan sekaligus alat untuk memotivasi karyawannya untuk terus berprestasi dan menjaga konsistensi dalam menjalankan kegiatan yang berkaitan dengan omzet atau banyaknya penjualan produk Lux”.

Adapun pemberian penghargaan (*reward*) dilakukan berdasarkan hasil penjualan produk *Lux* selama satu bulan penuh. Semakin banyak produk *Lux* yang dijual maka otomatis *reward* pun akan bertambah.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai sistem penghargaan serta pengaruhnya terhadap motivasi untuk berprestasi karyawan yang dituangkan dalam skripsi dengan judul : **PENGARUH**

PENERAPAN SISTEM PENGHARGAAN TERHADAP MOTIVASI

Nadya Citra Febrianty, 2013

Pengaruh Penerapan Sistem Penghargaan Terhadap Motivasi Untuk Berprestasi Karyawan Bagian Marketing Di PT. Luxindo Raya Cabang Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

UNTUK BERPRESTASI KARYAWAN PADA PT. LUXINDO RAYA CABANG BANDUNG.

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan selanjutnya identifikasi masalah sebagai berikut: :

1. Adanya sikap kerja karyawan yang tidak sesuai dengan aturan perusahaan sebagai akibat dari kurangnya perhatian perusahaan.
2. Kurangnya motivasi kerja karyawan PT. Luxindo Raya Cabang Bandung dalam melakukan penjualan produk *Lux*.
3. Kinerja karyawan yang cenderung menurun terlihat dari hasil penjualan produk *Lux* di PT. Luxindo Raya Cabang Bandung.
4. *Reward* yang sering terlambat diberikan kepada karyawan PT. Luxindo Raya Cabang Bandung.

Penghargaan (*reward*) yang dilakukan oleh perusahaan agar karyawan termotivasi untuk berprestasi. Jika karyawan sudah termotivasi maka pekerjaan pun akan dilakukan secara antusias sehingga tujuan perusahaan bisa tercapai. Oleh karena itu penulis memaparkan bahwa perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran tingkat efektifitas penerapan sistem penghargaan pada karyawan bagian marketing di PT. Luxindo Raya Cabang Bandung ?
2. Bagaimana gambaran tingkat motivasi untuk berprestasi karyawan bagian marketing di PT. Luxindo Raya Cabang Bandung ?

3. Adakah pengaruh positif penerapan sistem penghargaan terhadap motivasi untuk berprestasi karyawan bagian marketing PT. Luxindo Raya Cabang Bandung ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memperoleh gambaran empiris mengenai hal-hal berikut :

1. Untuk memberikan gambaran efektifitas penerapan sistem penghargaan di PT. Luxindo Raya Cabang Bandung
2. Untuk memberikan gambaran tingkat motivasi untuk berprestasi karyawan bagian marketing di PT. Luxindo Raya Cabang Bandung
3. Untuk mengukur pengaruh efektivitas penerapan sistem penghargaan terhadap motivasi untuk berprestasi karyawan bagian marketing PT. Luxindo Raya Cabang Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini, secara teoritis diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti yang tertarik pada pembahasan yang dibahas dan peneliti dapat memahami teori yang berkaitan dengan penerapan dan motivasi untuk berprestasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil Penelitian ini, memberikan kegunaan praktis diantaranya :

1. Bagi peneliti, untuk menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mempraktekkan teori untuk mencoba menganalisa data, fakta, gejala dan peristiwa yang terjadi untuk dapat ditarik kesimpulan secara objektif dan ilmiah khususnya yang berkaitan dengan pengaruh penerapan sistem penghargaan terhadap motivasi untuk berprestasi.
2. Bagi program studi pendidikan manajemen perkantoran, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi keilmuan serta dapat dimanfaatkan sebagai bahan kajian lebih lanjut untuk memperoleh konsep baru mengenai pengaruh penerapan sistem penghargaan terhadap motivasi untuk berprestasi karyawan.
3. Bagi PT. Luxindo Raya Cabang Bandung, penelitian ini diharapkan menjadi salah satu data ataupun rujukan dalam menerapkan sistem penghargaan sehingga dapat meningkatkan motivasi untuk berprestasi karyawan bagian marketing.