BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam pasar Internasional, nama Indonesia dikenal memiliki potensi dalam melakukan aktivitas bisnis secara global. Oleh karena itu, Indonesia disertakan dalam AFTA (*Asean Free Trade Area*) dan AEC (*Asian Economic Community*) atau MEA (Masyarakat Ekonomi Asia) guna mendapatkan kemudahan dalam melakukan aktivitas bisnis dan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). UMKM merupakan salah satu jenis bisnis yang memberikan pengaruh dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. Salah satu ancaman terbesar Indonesia terhadap dunia usaha kecil dan menengah adalah ketika Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang akan dilaksanakan pada tahun 2015 artinya pada konteks perdagangan ASEAN tersebut Indonesia justru menjadi potensi untuk dijadikan basis konsumsi terbesar di ASEAN. Mengapa hal tersebut bisa terjadi?, karena dengan 241 juta jiwa lebih penduduk Indonesia dapat dimanfaatkan sebagai pasar yang menggiurkan bagi segala pihak. Indonesia harus menganggap MEA 2015 sebagai suatu kesempatan untuk mengembangkan potensi dalam berbagai hal seperti sektor ekonomi kreatif, ekonomi pembangunan, dan lain sebagainya. Jika Indonesia mampu untuk mengembangkan potensi-potensi tersebut maka diyakini Indonesia dapat meningkatkan daya saing dengan para kompetitor dari negara lain.

Kondisi dunia bisnis di Indonesia pada tahun 2014 dinilai meningkat dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal ini terjadi karena tingkat optimisme para pelaku bisnis meningkat. Dalam laporan yang telah dikeluarkan oleh Badan

Pusat Statistik (BPS) pada tanggal 5 Agustus 2014 mencatat Indeks Tendensi Bisnis di Indonesia Kuartal II-2014 sebesar 106 sampel, meningkat dibandingkan dengan Indeks Tendensi Bisnis Sebelumnya sebesar 101 sampel. Hasil tersebut berdasarkan survey terhadap 2.800 perusahaan di seluruh wilayah di tanah air. Hal ini terjadi karena adanya kontribusi dari para *entrepreneurer* dalam mengembangkan bisnisnya sehingga berperan dalam pembangunan ekonomi secara mikro dan makro.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) merupakan bentuk usaha yang saat ini mengalami globalisasi dalam perekonomian Indonesia. UMKM menjadi salah satu faktor pendorong memajukan sektor perekonomian di Indonesia, hal ini dapat terlihat pada peran UMKM yang banyak membantu mengurangi pengangguran, menekan angka kemiskinan, membantu menyuplai dana untuk negara, meningkatkan pendapatan masyarakat dan lain sebagainya. Peran UMKM sangatlah besar pada tahun 2007 dalam harian Kompas disebutkan bahwa UMKM membantu penyerapan kerja hampir 85 juta orang dan membantu menambah pendapatan domestik sebesar 52,28%.

Pada tahun 2014 yang mana Indonesia dihadapkan dengan guncangan ekonomi berupa tahun pemilu dan mata uang asing yang melonjak, UMKM dinilai jauh lebih siap untuk melalui guncangan tersebut. Bahkan 90% hasil produk UMKM Indonesia di serap oleh pasar lokal, pasar rakyat Indonesia sendiri yang jumlahnya 240 juta jiwa. Bila sektor industri mengalami perlambatan pertumbuhan di tahun 2013, sebaliknya UMKM Indonesia terus tumbuh sebesar 7%-8% setiap tahun. Data Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia menunjukkan bahwa pada tahun 2014 ada 56,5 Juta UMKM di Indonesia dan menyumbang 90% pertumbuhan ekonomi Indonesia. Jika yang lain jungkir balik dan terus menurun karena guncangan

ekonomi dunia, tidak demikian bagi UMKM di Indonesia yang terus tumbuh dan memberikan kontribusi signifikan bagi ekonomi Indonesia. Penduduk Indonesia dengan jumlah 240 juta jiwa adalah pasar yang besar, begitu banyak perut yang tiap hari harus di isi, begitu banyak pakaian yang harus dibuat, sangat banyak rumah yang harus dibangun, tidak terhingga kebutuhan sehari hari yang harus dipasok. Pasar yang tidak akan habis dan selalu membutuhkan produk untuk hidup mereka. UMKM di Indonesia sangat siap untuk memenuhi segala kebutuhan tersebut.

Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih dan modern, Indonesia mampu membuka peluang pada pelaku usaha kecil dan menengah agar mengembangkan usahanya untuk terus berkreasi dan bersaing di pasar internasional. Berdasarkan Undang-undang No. 9 tahun 1995, kriteria UMKM (Usaha Kecil dan Menengah) dijelaskan sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (Dua Ratus Juta Rupiah). Hal tersebut tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (Satu Miliar Rupiah).
3. Milik Warga Negara Indonesia.
4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar.
5. Berbentuk usaha orang perorangan , badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Di dalam pasar internasional, UMKM dihadapkan dengan persaingan yang semakin ketat. Seiring dengan berkembangnya teknologi yang semakin modern, menuntut para pelaku usaha untuk terus memajukan usahanya agar mampu bersaing dengan pengusaha lain yang tidak hanya pengusaha dari negara sendiri tetapi juga dari negara asing. Adanya *Asean Economic Community* (AEC) ini membuat beberapa negara berkembang termasuk Indonesia, harus mempersiapkan diri dalam menghadapi tantangan ke depan. Disini pemerintah harus memberikan sosialisasi penuh agar masyarakat atau pelaku ekonomi siap menghadapi persaingan *Asean Economic Community* (AEC). Tantangan pemerintah bukan hanya mempersiapkan dari segi produk saja akan tetapi pemerintah juga harus mempersiapkan tenaga kerja atau SDM (Sumber Daya Manusia) untuk bersaing dengan tenaga kerja asing. Yang menjadi ancaman bagi Indonesia dari segi SDM adalah faktor tenaga kerja Indonesia yang tidak mampu menyaingi keahlian dengan tenaga kerja dari negara lain. Adapun beberapa persoalan mendasar yang masih dihadapi Indonesia dalam rangka menghadapi MEA 2015, yaitu:

1. Masih tingginya jumlah pengangguran terselubung (*disguised unemployment*).
2. Rendahnya jumlah wirausahawan baru untuk mempercepat perluasan kesempatan kerja.
3. Pekerja Indonesia didominasi oleh pekerja yang tidak terdidik sehingga produktivitas mereka rendah.

-
-
4. Meningkatnya jumlah pengangguran tenaga kerja terdidik, akibat ketidaksesuaian antara lulusan perguruan tinggi dengan kebutuhan pasar tenaga kerja.
 5. Ketimpangan produktivitas tenaga kerja antar sektor ekonomi.
 6. Sektor informal mendominasi lapangan pekerjaan, dimana sektor ini belum mendapat perhatian optimal dari pemerintah.
 7. Pengangguran di Indonesia merupakan pengangguran tertinggi dari 10 negara anggota ASEAN, termasuk ketidaksiapan tenaga kerja terampil dalam menghadapi MEA 2015.
 8. Tuntutan pekerja terhadap upah minimum, tenaga kontrak, dan jaminan sosial ketenagakerjaan.
 9. Masalah Tenaga Kerja Indonesia (TKI) yang banyak tersebar di luar negeri.

Dari beberapa persoalan tersebut ada hal yang dikarenakan sampai pada tahun ini, tingkat pendidikan di Indonesia masih dibawah rata-rata. Rendahnya tingkat pendidikan sebesar 72% tenaga kerja Indonesia mengakibatkan sulitnya bagi kelompok masyarakat untuk memperoleh pekerjaan formal. Hanya sebesar 8% bagian dari tenaga kerja yang berdaya saing, 37 di antaranya merupakan profesional dengan tingkat pendidikan minimal sarjana serta 5% di antaranya merupakan semi-skilled worker dengan tingkat pendidikan diploma dan kejuruan. Hal itu menunjukkan bahwa standar SDM di Indonesia masih menjadi ancaman dalam menghadapi MEA 2015.

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu faktor yang memberikan kontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi skala mikro dan makro. Setiap

pelaku ekonomi berupaya menunjukkan keunggulan-keunggulannya agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Proses dalam menunjukkan keunggulan tersebut salah satunya bergantung pada pengelolaan aspek sumber daya manusia. Hal tersebut ditunjang dengan kualitas individu yang mampu bertindak secara profesional dalam menjalankan aktivitas bisnis (Irawan, 2011). Potensi setiap sumber daya manusia yang ada harus dimanfaatkan sebaik-baiknya, sehingga mampu memberikan hasil yang maksimal demi tercapainya visi dan misi perusahaan. Saat ini, perusahaan dituntut untuk mengelola sumber daya manusia yang ada agar mendapatkan SDM yang berkualitas dan mampu menghadapi segala hambatan yang berkaitan dengan persaingan bisnis.

Salah satu hambatan yang sering kali terjadi yaitu sulitnya menjaga motivasi karyawan. Perusahaan dan karyawan merupakan dua hal yang saling membutuhkan. Jika karyawan berhasil meningkatkan produktivitas bagi perusahaannya, maka keuntungan akan diperoleh bagi kedua pihak. Bagi karyawan, keberhasilan merupakan aktualisasi potensi diri sekaligus peluang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Di lain pihak, bagi perusahaan, keberhasilan merupakan sarana menuju pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Motivasi seringkali menjadi acuan bagi perusahaan dalam menentukan pengaruh kinerja organisasi secara keseluruhan. Tanpa adanya motivasi, hasil kerja karyawan tidak akan maksimal.

Motivasi adalah salah satu dari metode pengintegrasian (Hasibuan, 2008) yang mana pengintegrasian adalah fungsi operasional manajemen personalia yang terpenting, sulit, dan kompleks untuk merealisasikannya. Hal ini disebabkan karena karyawan atau manusia bersifat dinamis dan mempunyai pikiran, perasaan, harga

diri, sifat, serta membawa latar belakang, perilaku, keinginan, dan kebutuhan yang berbeda-beda dalam organisasi perusahaan. Metode pengintegrasian di antaranya; Hubungan antara manusia (*Human relations*), Motivasi (*Motivation*), Kepemimpinan (*Leadership*), Kesepakatan kerja bersama (KKB), dan *Collective Bargaining*.

Definisi motivasi menurut Robbins (2008) adalah proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan usaha untuk mencapai suatu tujuan. Intensitas berhubungan dengan seberapa giat seseorang berusaha akan tetapi, intensitas yang tinggi tidak akan memberikan prestasi kerja yang memuaskan kecuali upaya tersebut dikaitkan dengan arah yang menguntungkan organisasi. Dimensi terakhir yaitu ketekunan yang mana ketekunan merupakan ukuran mengenai berapa lama seseorang bisa mempertahankan usahanya. Individu-individu yang termotivasi bertahan dalam melakukan suatu tugas dan waktu yang cukup lama demi mencapai tujuan mereka.

Motivasi seorang karyawan akan terlihat dari proses mereka dalam menyelesaikan pekerjaannya. Karyawan bisa menyelesaikan tugasnya dengan baik atau bahkan sebaliknya. Dari hasil kerja tersebut, kepuasan kerja dapat terlihat sesuai dengan hasil kerja karyawan. Karyawan dengan tingkat kepuasan kerja yang tinggi akan memiliki perasaan-perasaan yang positif tentang pekerjaannya, sementara seseorang yang memiliki tingkat kepuasan kerja yang rendah akan menanggapi pekerjaan-pekerjaannya dengan perasaan negatif. Robbins (2008) mendefinisikan kepuasan kerja sebagai perasaan yang positif tentang pekerjaan seseorang yang merupakan hasil dari evaluasi karakteristik-karakteristiknya. Kepuasan kerja (*job*

satisfaction) karyawan harus diciptakan sebaik-baiknya supaya moral kerja, dedikasi, kecintaan, dan kedisiplinan karyawan meningkat (Hasibuan, 2008)

Di provinsi Jawa Barat, seluruh aktivitas perdagangan berpusat di kota Bandung. Pada tahun 2012, kota Bandung dinobatkan sebagai kota kreatif se-Asia Timur karena mampu bersaing dalam mengembangkan berbagai jenis sektor jasa. Di Kota Bandung, Produk jasa yang ditawarkan pun cukup beragam, salah satunya adalah penawaran jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan yaitu penawaran terdiri dari jasa utama yang disertai dengan jasa tambahan atau barang pendukung. Contoh : penumpang pesawat terbang membeli jasa transportasi udara.

CV Indo Optik Bandung didirikan pada tahun 2000 dengan surat izin optikal swasta dari Dinas Kesehatan Kota Bandung dengan No. Surat Izin : 445/1658-Dinkes/12-SIOpt/V/10 dan telah terdaftar menjadi anggota Gabungan Pengusaha Optik Indonesia (GAPOPIN) wilayah Jawa Barat sebagai organisasi optik dengan No: 78/Men.Kes/III/78 tanggal 10 Maret 1978. Sudah 14 tahun memberikan pelayanan jasa kesehatan khususnya bagian organ mata untuk masyarakat. Untuk itu, CV Indo Optik Bandung memiliki misi peduli dengan kesehatan mata masyarakat Indonesia pada umumnya dan khususnya di Jawa Barat dan sekitarnya dengan visi mengembangkan usaha lebih luas lagi. Selain memiliki misi secara eksternal, CV Indo Optik Bandung juga memiliki misi secara internal yaitu memanfaatkan SDM yang profesional dan menguasai keahlian di bidang masing-masing sesuai dengan deskripsi pekerjaan sehingga membentuk tim kerja yang solid agar mampu bersaing unggul dalam memasarkan produk-produknya. Jasa menurut Kotler (2000) “Jasa ialah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh

salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk.” Berdasarkan pengertian jasa di atas, terdapat lima klasifikasi jasa, dijelaskan sebagai berikut: 1) Barang berwujud murni yaitu penawaran yang terdiri dari barang berwujud, tidak ada jasa yang menyertai produk itu, contoh : garam, gula, merica, sabun, pasta gigi; 2) Barang berwujud disertai layanan yaitu penawaran berupa barang berwujud yang disertai dengan satu atau beberapa jenis jasa untuk meningkatkan daya tarik konsumen, contoh : perusahaan dealer mobil tidak hanya menjual produknya saja tetapi disertai jasa pendukung dari awal, proses dan sesudah produk tersebut terjual.; 3) Campuran yaitu penawaran terdiri barang dan jasa dalam proporsi yang sama, contoh : orang datang ke restoran untuk mendapatkan makanan dan pelayanan yang diberikan; 4) Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan yaitu penawaran terdiri dari jasa utama yang disertai dengan jasa tambahan atau barang pendukung, contoh : penumpang pesawat terbang membeli jasa transportasi udara; 5) Jasa murni yaitu penawaran hanya terdiri dari jasa, contoh : psikiater, guru, *laundry*, psikolog. Berdasarkan definisi karakteristik penawaran jasa yang sudah dijelaskan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa CV Indo Optik Bandung termasuk jenis penawaran jasa utama yang disertai dengan barang dan jasa tambahan yang mana CV Indo Optik Bandung menawarkan jasa pelayanan kesehatan mata disertai dengan penawaran berbagai macam barang seperti *frame*, lensa, *softlense*, aksesoris kacamata, *sunglasses*, dan lain sebagainya serta jasa tambahan yaitu konsultasi gratis dan berbagai macam pelayanan yang dapat memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya.

Dalam lingkungan kerja CV Indo Optik Bandung, peneliti yang telah melakukan observasi dan melakukan wawancara dengan pemiliknya, yaitu Ibu Yussi, Amd.,RO. dan Bapak Hasan selaku karyawan bagian teknisi. Dari hasil observasi dan wawancara tersebut, penulis memberikan dugaan awal yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Lokasi kantor CV Indo Optik Bandung yang bertempat di Pertokoan Harmoni Antapani Kav. 11 Jalan Terusan Jakarta No. 181 Bandung tersebut dinilai kurang strategis serta jauh dari tempat tinggal para karyawannya.
2. Pilihan transportasi terbatas.
3. Hubungan antara sesama rekan kerja terjadi kesenjangan antara karyawan senior dan karyawan junior.
4. Penghargaan atas prestasi tidak diberikan secara merata kepada seluruh karyawan .

Dari poin-poin diatas, hal tersebut memberikan penilaian atas kurang baiknya dari segi *motivation factor* dan *hygiene factor* yang berdampak buruk bagi karyawannya. Berdasarkan survei pendahuluan, peneliti telah menemukan adanya ketidakselarasan antara *motivation factor* dan *hygiene factor* yang ada dengan kepuasan kerja karyawan CV Indo Optik Bandung.

Menurut Hong Tan dan Waheed (2011) teori dua *motivation factor* Herzberg memberikan Tanggapan tentang perasaan yang baik umumnya berkaitan dengan isi pekerjaan (*motivator*), dan tanggapan tentang perasaan buruk berhubungan dengan konteks pekerjaan (*hygiene factor*). Motivator muncul dengan faktor-faktor dibangun

ke dalam pekerjaan itu sendiri, seperti prestasi, pengakuan, tanggung jawab dan kemajuan. *Hygiene factor* yang berkaitan dengan perasaan ketidakpuasan dalam karyawan dan yang ekstrinsik dengan pekerjaan, seperti hubungan interpersonal, gaji, pengawasan dan kebijakan perusahaan (Herzberg, 1966). Di bawah teori Herzberg, pekerja yang menunjukkan kepuasan dengan kedua motivator dan *hygiene factor* harus *top performer* dan orang-orang yang tidak puas dengan kedua faktor harus berkinerja buruk. Christopher (2005) tidak menemukan dukungan untuk ini, dan penelitiannya menyimpulkan bahwa hasil Herzberg hanya terbukti akurat dalam metodologi aslinya. Teori motivasi pekerja mengatasi model menghubungkan kepuasan kerja, motivasi dan kinerja. Cukup penting adalah melekat pada konsep-konsep ini, dan ada kebutuhan untuk klarifikasi tentang bagaimana berbeda kepuasan dan motivasi dari satu sama lain. Pada salah satu ujung, kepuasan kerja merupakan respon emosional tindakan atau pikiran yang berhubungan dengan pekerjaan yang menyertainya, sedangkan motivasi adalah proses yang mengaktifkan perilaku. Kepuasan adalah sikap yang mana bagi seorang pekerja harus puas dengan pekerjaannya tetapi tidak termotivasi. Oleh karena itu, motivasi dan kepuasan tidak identik satu sama lain. Oleh karena itu, sangat penting untuk memperjelas perbedaan antara konsep sehingga lebih mudah untuk memahami bahwa motivasi mengarah ke kepuasan, yang akhirnya mengarah pada kinerja.

Motivasi kerja akan mempengaruhi hasil kerja karyawan itu sendiri. Karyawan yang merasa termotivasi akan menyelesaikan tugas dengan baik dan memiliki perasaan yang positif terhadap pekerjaannya sehingga sesuai dengan apa yang diharapkan oleh perusahaannya. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH TEORI MOTIVASI DUA FAKTOR HERZBERG TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN CV. INDO OPTIK BANDUNG ”**

1.2 Identifikasi Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh dari *motivation factor* terhadap kepuasan kerja karyawan CV Indo Optik Bandung?
2. Apakah terdapat pengaruh dari *hygiene factor* terhadap kepuasan kerja karyawan CV Indo Optik Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah terdapat pengaruh *motivation factor* terhadap kepuasan kerja CV Indo Optik Bandung.
2. Untuk menguji dan menganalisis apakah terdapat pengaruh *hygiene factor* terhadap kepuasan kerja CV Indo Optik Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat bagi:

1. Perusahaan

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan khususnya dalam menyikapi masalah yang berhubungan dengan motivasi dan kepuasan kerja karyawan.

2. Akademisi

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat membantu para akademisi untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam pengelolaan sumber daya manusia di dunia kerja.

3. Penulis

Penulis berharap hasil penelitian ini sebagai pengalaman yang berharga dimana penulis dapat menerapkan teori-teori yang telah dipelajari dalam perusahaan.