

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Telekomunikasi seluler mengalami perkembangan yang sangat pesat ditandai oleh peningkatan jumlah pelanggan, teknologi yang semakin canggih dan fasilitas layanan yang kian meningkat. Dari segi penambahan jumlah pelanggan, pertumbuhan pelanggan telepon seluler mengalami peningkatan yang menakjubkan dibanding pertumbuhan industri-industri lainnya. Angka pertumbuhan pelanggan telepon seluler secara global mencapai 30% per tahun (www.wordpress.com).

Perkembangan dunia telekomunikasi di Indonesia sudah mencapai tahap yang mengagumkan. Pada September 2006 data menunjukkan bahwa pengguna Ponsel di negeri ini sudah mencapai angka yang cukup fantastis, yaitu lebih dari 38 juta pelanggan atau sekitar 17,28 % dari keseluruhan jumlah penduduk Indonesia. Jumlah ini merepresentasikan pelanggan pengguna operator yang menyediakan layanan berbasis teknologi GSM (*Global Satellite Mobile*). Angka ini akan bertambah bila mereka yang menggunakan operator yang menyediakan layanan berbasis teknologi CDMA (*Code Digital Multiple Access*) dihitung (www.multiply.com). Di Indonesia kini terdapat tiga operator seluler besar yang menggunakan teknologi berbasis GSM yaitu PT.Telekomunikasi Indonesia Seluler Tbk. (Telkomsel), PT.Indonesian Satellite Corporation Tbk. (Indosat) dan PT. Excelcomindo Pratama Tbk. (Pro XL). Dengan

pangsa pasar yang terbagi menjadi tiga yaitu Telkomsel menguasai 56.72 %, Indosat 27.71 %, dan Exelcomindo sebesar 15.57% (www.kapanlagi.com).

Perusahaan “X” adalah perusahaan yang bergerak di bidang pendistribusian produk suatu merek operator telekomunikasi. Perusahaan ini memegang pendistribusian dan pemasaran produk-produk seperti kartu perdana, pulsa fisik dan elektronik Indosat untuk wilayah Bandung. Berdasarkan keterangan dari pimpinan Perusahaan “X” untuk wilayah Bandung, Perusahaan “X” merupakan satu dari lima perusahaan yang memegang hak khusus pendistribusian produk Indosat dimana Indosat hanya menguasai 27.71% dari total pangsa pasar telekomunikasi seluler di Indonesia, sedangkan sisanya dimiliki oleh operator telekomunikasi lainnya. Hal ini membuat persaingan dalam mendapatkan konsumen menjadi ketat. Dalam usaha memperluas pangsa pasar, perusahaan “X” didukung oleh *salesmen*. *Salesmen* memiliki tugas mempromosikan, memasarkan serta produk-produk perusahaan “X” untuk mendorong *salesmen* agar dapat melakukan pekerjaannya secara maksimal sehingga berkontribusi dalam pencapaian tujuan perusahaan maka pada *salesmen* diberikan imbalan atas hasil kerja.

Hasil kerja yang produktif dari *salesmen* akan membantu perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan, sedangkan perilaku kontra produktif akan menghambat pencapaian tujuan tersebut. Penggunaan waktu kerja untuk berekreasi yang dilakukan oleh *salesmen* perusahaan “X” yang diungkapkan oleh *manager* perusahaan “X” merupakan perilaku kontra produktif. Perilaku tersebut terjadi disebabkan oleh dirasakannya ketidakpuasan kerja pada karyawan, sebaliknya dengan dirasakannya

kepuasan kerja maka akan lebih berpotensi mendorong perilaku produktif yang akan membantu perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Menurut Ivancevich (2001) kepuasan kerja adalah sikap individu yang merupakan persepsi terhadap pekerjaan dan derajat kecocokan antara individu dengan organisasi yang bersifat individual karena dipengaruhi oleh persepsi dari masing-masing individu. Setiap individu akan mempersepsi faktor-faktor seperti *pay*, *work itself*, *promotion opportunities*, *supervision*, *coworkers*, *working conditions*, *job security* yang terdapat dalam pekerjaannya secara berbeda. Apabila faktor-faktor tersebut dirasakan sesuai dengan kebutuhannya maka akan muncul kepuasan terhadap pekerjaannya, begitupun sebaliknya.

Menurut penuturan *salesmen*, mereka kesulitan memasarkan produk karena produk yang dipasarkan selalu terlambat melakukan promosi dibandingkan dengan operator seluler lainnya. Sebagai contoh saat operator lain melakukan promosi yang gencar pada awal tahun, produk yang dipasarkan oleh mereka baru melakukan promo pada bulan-bulan berikutnya. Padahal dengan adanya fenomena dimana pelanggan ingin memperoleh tarif telepon dan sms murah, maka operator seluler melakukan perang tarif. Hal ini berdampak pada rendahnya loyalitas pelanggan terhadap produk yang mereka jual, dimana pelanggan pindah ke operator lain yang dapat menimbulkan kesulitan bagi *salesmen* untuk memenuhi target penjualan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada kompensasi yang mereka terima, apabila penjualan tidak mencapai 80 % dari total target, maka *salesmen* tidak akan mendapatkan gaji bulanan, melainkan total unit penjualan dikali 1 % . Bila ini terjadi dan disertai kondisi

naiknya harga bahan-bahan kebutuhan pokok. kompensasi yang mereka terima dirasakan kurang dapat mencukupi kebutuhan hidup mereka, terutama bagi mereka yang telah berkeluarga.

Selain itu sistem hubungan kerja antara *salesmen* dengan perusahaan yang berupa sistem kontrak kerja yang diperpanjang setiap enam bulan sekali dirasakan kurang adil. Bila selama dua bulan berturut-turut 80% total target penjualan tidak terpenuhi maka *salesmen* mendapat sanksi pemutusan hubungan kerja secara sepihak dari perusahaan dan *salesmen* tidak dapat menuntut apapun terhadap perusahaan. Hambatan ini membuat mereka kurang nyaman dalam melakukan pekerjaan karena ada ketakutan akan pemutusan hubungan kerja.

Menurut pimpinan Perusahaan “X” untuk wilayah Bandung, selama ini perusahaan dirasakan sudah cukup memberikan perhatiannya terhadap semua karyawannya khususnya *salesmen*. Untuk meningkatkan kepuasan kerja karyawannya, perusahaan memberikan hari libur (cuti) serta rekreasi setiap tahunnya. Perlu diakui bahwa pendapatan tetap yang diperoleh para *salesmen* ini tidak terlalu besar dan tidak ada perhitungan upah lembur bagi mereka, akan tetapi perusahaan juga memberikan perhitungan yang sesuai dengan hasil kerja mereka melalui insentif dari hasil pencapaian target.

Meskipun demikian *salesmen* tetap merasa puas pada supervisi dan rekan kerja, menurut mereka supervisor mereka memiliki kemampuan *leadership* dan rasa pengertian yang baik. Hal ini membantu para *salesmen* dalam hal pemenuhan target, karena supervisor dapat memberikan pengarahan yang jelas kepada *salesmen*. Selain

itu dengan adanya hubungan yang baik antar supervisor dengan *salesmen* lebih memudahkan untuk menyampaikan kendala juga keluhan yang dihadapi dalam menjalani tugas.

Mereka juga merasa bahwa para *salesmen* memiliki hubungan yang akrab satu dengan yang lain. Adanya pertukaran informasi, saling membantu dan meluangkan waktu bersama di waktu-waktu senggang seperti pergi berlibur bersama dan bermain futsal setiap hari sabtu menciptakan hubungan *team work* yang kuat, sehingga meningkatkan kemampuan para *salesmen* dalam pencapaian target penjualan.

Salesmen juga tertantang untuk

memperoleh imbalan yang besar dan kenaikan posisi. Menurut salah seorang dari mereka imbalan yang besar dapat diperoleh dengan meningkatkan penjualan, yaitu bila mampu mencapai 80% total target penjualan, maka akan memperoleh komisi sebesar 0.007%.

Berdasarkan gambaran tersebut, peneliti merasa tertarik untuk meneliti kepuasan kerja *salesmen* dalam organisasi melalui judul penelitian “Survei Mengenai Kepuasan Kerja Pada *Salesmen* PT “X” di Bandung.”

1.2 Identifikasi Masalah

Seberapa besar derajat kepuasan kerja pada *salesmen* PT “X” di Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan

1.3.1 Maksud

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai derajat kepuasan kerja pada *salesmen* PT “X” di Bandung

1.3.2 Tujuan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui derajat kepuasan kerja dan faktor-faktor kepuasan pada *salesmen* PT “X” di Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Ilmiah

1. Memberikan informasi mengenai gambaran kepuasan kerja dan faktor-faktor pekerjaan yang menunjang kepuasan kerja pada *salesmen*.
2. Memperkaya ilmu psikologi khususnya di bidang industri dan organisasi.
3. Menjadi bahan pertimbangan peneliti lain untuk melanjutkan atau melakukan penelitian mengenai variabel yang sama.

1.4.2 Kegunaan praktis

1. Memberikan gambaran mengenai derajat kepuasan kerja para *salesmen*.

2. Memberikan masukan kepada pihak perusahaan mengenai faktor-faktor kepuasan kerja yang dirasakan memuaskan maupun yang tidak memuaskan.

1.5 Kerangka pikir

Perusahaan “X” adalah perusahaan yang bergerak di bidang pendistribusian produk operator telekomunikasi Indosat. Perusahaan ini memegang pendistribusian dan pemasaran produk-produk seperti kartu perdana, pulsa fisik dan elektronik indosat untuk wilayah Bandung. Perusahaan “X” merupakan satu dari lima perusahaan yang memegang hak khusus pendistribusian produk dari Indosat. Yang dimaksud dengan pendistribusian barang adalah proses yang digunakan untuk memindahkan dan menyimpan barang yang berasal dari *supplier* kepada *customer*. Distribusi terjadi disetiap pasangan pada tingkat rantai penyediaan barang. Bahan-bahan mentah dan komponen-komponennya dipindahkan dari *supplier* ke pabrik, kemudian bahan yang sudah selesai diolah dipindahkan dari pabrik ke *end customer*. Beberapa perusahaan yang bergerak di bidang pendistribusian produk menggunakan tenaga *salesmen* untuk memindahkan barang dari pabrik ke *customer*.

Salesmen merupakan orang yang menjalankan fungsi pemasaran di perusahaan. *Salesmen* bertugas memasarkan produk-produk perusahaan kepada konsumen agar perusahaan memperoleh keuntungan. *Salesmen* di perusahaan “X” memiliki rincian tugas memasarkan sistem elektronik voucher (SEV), *multi product*,

starter pack dan voucher fisik. Memasarkan produk berupa pulsa isi ulang elektronik di wilayah yang telah ditentukan. Membuka kerjasama dengan toko – toko yang diikat dengan perjanjian kerjasama untuk memasarkan produk – produk yang dijual oleh perusahaan “X”, melakukan penjualan produk – produk milik perusahaan “X” lainnya. Tugas ini menempatkan para *salesmen* sebagai ujung tombak penjualan produk dari perusahaan langsung kepada konsumen di lapangan. Tercapai atau tidaknya target penjualan tentu saja menjadi tanggung jawab para *salesmen* dan perusahaan sebagai penentu kebijakan harus siap menerima resiko tersebut serta memberi solusi yang terbaik.

Mengacu pada teori perkembangan maka *salesmen* perusahaan “X” ini berada pada tahap perkembangan *early adulthood*. Menurut **Santrock** (1986) orang yang berusia 21 sampai dengan 30-an tahun dikategorikan dalam masa *early adulthood*. Pada masa ini individu berusaha membangun *personal and economic independence*, dan mengembangkan karirnya. Dengan menjadi *salesmen*, mereka telah memasuki dunia kerja dan menjadi bagian dari suatu organisasi yang didalamnya terdapat aturan-aturan, kesempatan untuk mengembangkan karir, tugas, tanggung jawab. serta memperoleh imbalan dari perusahaan sehingga mereka mempunyai pemasukan yang dapat mereka pakai untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang ada didalam diri mereka. (**Santrock**, 2004)

Kebutuhan seperti kebutuhan fisik, psikologis dan sosial melatarbelakangi *Salesmen* dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya sehari-hari. Cara *Salesmen* mempersepsi faktor-faktor pekerjaan ditentukan oleh kebutuhan-kebutuhan

ini. Jika *Salesmen* mempersepsi bahwa faktor-faktor pekerjaan maupun pekerjaan secara keseluruhan dapat menjawab berbagai kebutuhannya ini, maka mereka akan mempertahankan pekerjaannya. Kebutuhan ini tidak selalu menetap, melainkan berkembang bersama meningkatnya usia dan pendidikan. Faktor-faktor yang dipersepsi oleh *salesmen* adalah *pay, work itself, promotion opportunities, supervision, coworkers, working conditions, job security* yang terdapat dalam pekerjaannya. (John M. Ivancevich & Michael T. Mattesond,2001)

Terhadap faktor-faktor ini *salesmen* akan mempersepsi secara berbeda, tergantung pada keutuhan yang mendesak disetiap *salesmen*.seseorang yang memiliki kebutuhan fisiologis yang tinggi, dapat mengalami ketidakpuasan pada faktor *pay* sedangkan pada faktor lain cukup puas. Seseorang yang memiliki kebutuhan akan rasa aman (*job security*) akan merasa tidak puas apabila mereka tidak puas apabila mereka bekerja pada sistem kontrak, sedangkan pada faktor lainnya cukup puas.

Pay adalah jumlah gaji yang diterima dan akan di persepsi apakah gaji yang di bayar adil atau tidak. Pada *salesmen* perusahaan “X” gaji yang diberikan dapat dipersepsi secara berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dari masing-masing *salesmen*. Jika *salesmen* mempersepsi gaji yang diterima sesuai dengan hasil kerjanya maka pada faktor ini akan memberikan kontribusi terciptanya kepuasan kerja. Namun bila gaji yang diterima dirasakan tidak adil maka yang muncul adalah ketidakpuasan kerja pada faktor ini.

Work itself merupakan daya tarik dari pekerjaan yang dijalankan oleh *salesmen* dan menyediakan kesempatan untuk mempelajari dan menerima tanggung

jawab. Tugas yang dijalankan oleh *salesmen* perusahaan “X” berupa kegiatan pemasaran produk ke *outlet-outlet* atau *reseller* yang berada di wilayah Bandung dengan target penjualan sebesar 100 juta. Dalam memasarkan produk perusahaan para *salesmen* juga dituntut untuk memiliki kemampuan persuasif yang cukup dominan serta bergerak secara cepat dalam setiap transaksi, karena salah satu keunggulan dari perusahaan “X” dibandingkan kompetitor lainnya adalah pelayanan yang cepat kepada konsumennya. Kegiatan ini dapat dipersepsi oleh *salesmen* sebagai kegiatan yang menarik atau tidak, tergantung dari kebutuhan yang ada di dalam diri *salesmen*. Apabila pekerjaan ini dipersepsi sebagai pekerjaan yang menarik dan dapat memenuhi kebutuhan untuk mempelajari dan menerima tanggung jawab dalam diri *salesmen* maka dalam faktor ini akan muncul kepuasan kerja pada faktor ini. Bila dipersepsi secara negatif maka yang muncul adalah ketidakpuasan kerja pada faktor ini.

Promotion opportunities adalah ketersediaan kesempatan untuk kenaikan jabatan. Dalam perusahaan “X” kesempatan untuk kenaikan jabatan cukup terbuka lebar. selain itu syarat yang diperlukan untuk kenaikan jabatan berbeda dengan perusahaan lainnya karena perusahaan “X” lebih menitik beratkan pada prestasi kerja dan kemampuan *leadership* dari *salesmen* tanpa melihat strata pendidikan dari *salesmen* yang akan diberi promosi. Hal ini dapat dipersepsi oleh *salesmen* sebagai kesempatan untuk naik jabatan atau sebuah hambatan. Bila di persepsi sebagai kesempatan oleh para *salesmen* maka dalam faktor ini akan muncul kepuasan kerja.

Bila dipersepsi sebagai sebuah hambatan maka yang muncul adalah ketidakpuasan kerja pada faktor ini.

Supervision adalah kompetensi dan kemampuan interpersonal dari atasan. Atasan merupakan orang yang mempengaruhi bawahan agar dapat bekerja dengan baik. Dalam perusahaan "X" posisi *supervisor* di duduki oleh seseorang yang sebelumnya bekerja sebagai *salesmen* sehingga *supervisor* mengetahui kondisi lapangan dan dapat memberikan petunjuk-petunjuk yang dapat membantu para *salesmen* untuk mencapai target penjualan. Dalam perusahaan "X" terdapat dua *supervisor* yang membawahi 14-15 orang *salesmen*, dengan harapan setiap *supervisor* mampu memberikan pengarahan dan perhatian yang lebih maksimal kepada para bawahannya. Apabila *supervisor* perusahaan "X" dipersepsi oleh para *salesmen* sebagai seseorang yang memiliki kemampuan *leadership* yang baik maka dalam faktor ini akan muncul kepuasan kerja. Bila dipersepsi sebaliknya maka yang akan muncul adalah ketidakpuasan kerja pada faktor ini.

Coworkers adalah kondisi dimana rekan-rekan kerja dianggap ramah, kompeten, dan mendukung. Para *salesmen* "X" memiliki hubungan yang akrab satu sama lain. Adanya pertukaran informasi, saling membantu dan meluangkan waktu bersama di waktu senggang seperti pergi berlibur bersama dan bermain futsal disetiap hari sabtu menciptakan hubungan *team work* yang kuat, sehingga membantu para *salesmen* dalam pencapaian target penjualan. Apabila hubungan antar rekan kerja ini dipersepsi sebagai hal yang baik oleh *salesmen* maka

akan muncul kepuasan kerja pada faktor ini, jika tidak yang akan muncul adalah ketidakpuasan kerja pada faktor ini.

Working conditions adalah kondisi dimana lingkungan kerja secara fisik dirasakan nyaman dan mendukung produktifitas. *Salesmen* perusahaan “X” menghabiskan waktu kerjanya di lapangan, sehingga mereka lebih dituntut untuk mampu beradaptasi dengan lingkungan luar yang berbeda-beda antara tempat yang satu dengan yang lainnya. Para *salesmen* perusahaan “X” menggunakan sepeda motor dalam kegiatan memasarkan produk, sehingga faktor cuaca menjadi salah satu kondisi kerja yang dapat menghambat kegiatan tersebut. Selain itu jarak tempuh yang cukup jauh juga dapat menghambat kegiatan pemasaran. Kondisi ini dapat menjadi faktor yang mendorong tercapai target penjualan atau tidak tergantung dari persepsi masing-masing *salesmen*. Bila hal ini dipersepsi dapat mendorong tercapainya target penjualan maka akan muncul kepuasan kerja pada faktor ini, bila tidak yang akan muncul adalah ketidakpuasan kerja pada faktor ini.

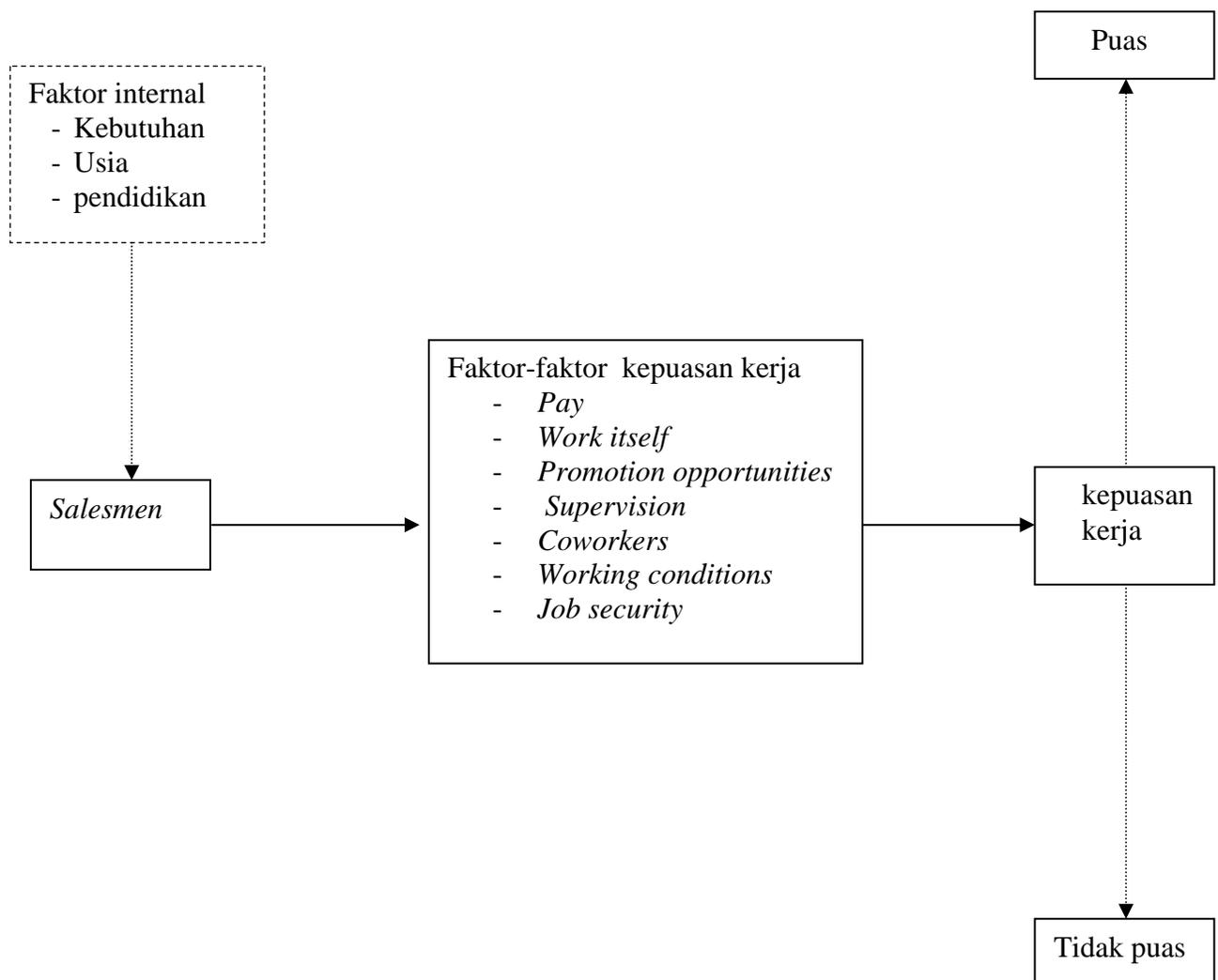
Job security adalah keyakinan dari individu bahwa posisinya aman dan perpanjangan kontrak kerja antara pekerja dengan perusahaan merupakan harapan yang dapat direalisasikan. Pada perusahaan “X” sistem hubungan kerja antara *salesmen* dengan perusahaan berupa sistem kontrak kerja yang diperpanjang setiap enam bulan sekali. Selain itu bila selama dua bulan berturut-turut 80% total target penjualan tidak terpenuhi maka *salesmen* mendapat sanksi berupa pemutusan hubungan kerja secara sepihak dari perusahaan dan *salesmen* tidak dapat menuntut apapun terhadap perusahaan. Apabila para *salesmen* mempersepsi bahwa posisinya

dari perusahaan akan tetap mempertahankan hubungan kerjanya dengan mereka maka akan muncul kepuasan kerja pada faktor ini, namun bila sebaliknya maka yang akan muncul adalah ketidakpuasan kerja pada faktor ini.

Selain kondisi yang ada diatas, kepuasan kerja ditentukan oleh usia, tingkat dan pendidikan. Pekerja dengan usia tua lebih puas dibandingkan dibandingkan pekerja yang lebih muda (Rhodes,1983). Selain itu pekerja yang memiliki alternatif pekerjaan yang sedikit lebih puas dengan pekerjaan mereka. (Hulin,Rozposki,&Hachiya,1985). Perbedaan tingkat kepuasan kerja pada pekerja usai tua dan usai muda lebih ditentukan oleh tingkatan karir. Kompensasi yang tinggi disertai dengan posisi jabatan yang lebih tinggi dalam suatu organisasi menghasilkan kepuasan kerja yang lebih tinggi. Dan hal ini biasanya diperoleh oleh pekerja yang lebih senior. Hal ini menjelaskan mengapa pekerja yang lebih tua cenderung memiliki kepuasan kerja yang lebih tinggi dibandingkan dengan pekerja yang lebih muda.

Pendidikan mengajarkan untuk menciptakan harapan-harapan yang tidak dapat dipenuhi oleh pekerjaan-pekerjaan yang tersedia bagi orang-orang muda. Pendidikan dipercaya dapat memberikan pekerjaan yang baik, bahkan pada kenyataanya pendidikan dibutuhkan pada pekerjaan dengan level dan kompensasi yang tinggi. Namun sekarang ini banyak pekerja muda yang tingkat pendidikannya tinggi bekerja pada pekerjaan yang tidak sesuai dengan tingkat pendidikan mereka, sehingga hal ini memunculkan ketidakpuasan kerja. (Berry, 1997)

Berdasarkan pemaparan diatas maka peneliti mencoba mengambarkan skema kerangka pikir sebagai berikut:



Bagan 1. Kerangka pemikiran

1.6. Asumsi penelitian

1. Cara *Salesmen* mempersepsi pekerjaan dan faktor-faktornya ditentukan oleh kebutuhan , tingkat usia dan tingkat pendidikan.
2. *Salesmen* mempersepsi keseluruhan pekerjaannya dan faktor-faktor pekerjaannya seperti *pay*, *work itself*, *promotion opportunities*, *supervision*, *coworkers*, *working conditions* dan *job security* secara berbeda.
3. Kepuasan kerja merupakan kecenderungan sikap positif karyawan terhadap pekerjaannya baik secara keseluruhan maupun terhadap faktor-faktor pekerjaannya yaitu *pay*, *work itself*, *promotion opportunities*, *supervision*, *coworkers*, *working conditions* dan *job security*.
4. Ketidakpuasan kerja merupakan kecenderungan sikap negatif karyawan terhadap pekerjaannya baik secara keseluruhan maupun terhadap faktor-faktor pekerjaannya yaitu *pay*, *work itself*, *promotion opportunities*, *supervision*, *coworkers*, *working conditions* dan *job security*.