

BAB I**PENDAHULUAN****1.1 Latar Belakang Penelitian**

Di era globalisasi seperti sekarang ini, perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan bergerak dengan sangat cepat. Kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan merupakan salah satu sarana penunjang pembangunan saat ini. Dalam berjalannya suatu organisasi memerlukan suatu ilmu yaitu ilmu yang dinamakan *management* untuk dapat mencapai tujuan organisasi. Perusahaan merupakan implementasi dari organisasi, oleh karena itu keputusan yang digunakan dalam pembuatan suatu rencana adalah pernyataan dari tujuan yang menyeluruh, sasaran khusus, strategi dasar, dan alasan perencanaan.

Dalam suatu perusahaan terdapat banyak karyawan, dimana karyawan tersebut adalah salah satu pendukung dari pencapaian tujuan perusahaan, tidak ada keberhasilan yang akan diperoleh perusahaan tanpa ada partisipasi dari seorang manajer, dimana seorang manajer memiliki peranan untuk mengatur, mengelola dan memberikan masukan serta keputusan, oleh karena itu perusahaan perlu mengetahui motivasi dari karyawan, hal ini juga merupakan salah satu peran manajer untuk memahami dan menciptakan suatu kondisi dimana karyawan menjadi lebih termotivasi. Pengertian motivasi menurut teori Vroom yaitu upaya seseorang untuk melakukan usaha-usaha dalam tingkat tertentu dimana terdapat hasil dari tiga hal motivasi ($E \times I \times V$), penjelasannya adalah E merupakan *Expectancy* (harapan) I adalah *Instrumentality*

(pendekatan psikologis) dan V adalah (*Valence*) interaksi emosional (Dessler : 1999)

PT. Surya Makmur Agung Lestari, sebagai subjek penelitian ini, merupakan sebuah perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang distributor dan supplier kimia umum, agar PT. Surya Makmur Agung Lestari dapat bertahan di tengah ketatnya persaingan bisnis, diperlukan suatu alat pengendalian yang disebut dengan anggaran, salah satunya adalah anggaran penjualan, sehingga PT. Surya Makmur Agung Lestari dapat bertahan, bahkan dapat lebih unggul dibanding perusahaan sejenis.

Anggaran penjualan adalah anggaran yang merencanakan secara lebih terperinci tentang penjualan perusahaan selama periode yang akan datang, yang didalamnya meliputi rencana tentang jenis (kualitas) barang yang akan dijual, jumlah (kuantitas) barang yang akan dijual, harga barang yang akan dijual, waktu penjualan, serta tempat (daerah) (Munandar 2001:49). Dengan adanya anggaran penjualan tersebut, perusahaan memerlukan suatu pengendalian dalam membuat anggaran, karena anggaran tersebut merupakan suatu titik awal untuk dapat menjalankan suatu aktivitas guna mencapai tujuan perusahaan.

Salah satu kegiatan penting dari perusahaan adalah penjualan. Dengan penjualan perusahaan dapat menjaga kelangsungan hidupnya, pendapatan yang diperoleh dari penjualan digunakan kembali untuk membiayai kegiatan operasi perusahaan. Dari penjualan yang tersebut diperoleh laba. Laba adalah selisih dari pendapatan yang diperoleh dengan beban-beban yang digunakan dalam menghasilkan produk tersebut dalam satu periode. Setiap perusahaan

mengharapkan laba , oleh karena itu selisih dari pendapatan dan beban harus lebih besar yaitu dengan menggunakan sumberdaya secara efektif dan efisien.

Dalam suatu rencana penjualan diperlukan suatu target penjualan dimana target tersebut dapat dijadikan suatu motivasi bagi karyawan, karena dengan adanya target tersebut karyawan dapat lebih tertantang dalam melakukan suatu pekerjaannya. Target tersebut dapat diperoleh dengan cara membandingkan anggaran dari periode sebelumnya, yaitu sebagai acuan bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya. Analisis ini sangat penting untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman yang dimiliki perusahaan, sehingga memberi kesempatan bagi perusahaan untuk dapat mencapai target penjualan secara realistis.

Target penjualan paling sulit diperkirakan secara tepat. Beberapa faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan (*uncontrollable variabels*), misalnya permintaan konsumen yang dapat berubah, potensi pasar, situasi ekonomi, dan persaingan antar perusahaan lainnya, turut mempengaruhi terhadap penyusunannya (Kartikasari :2010) , oleh karena itu perlu adanya suatu pertimbangan dan ketelitian dalam menetapkan dan menerapkan pengendalian anggaran penjualan yang efektif, agar perusahaan dapat mencapai target yang telah ditentukan, sehingga tujuan perusahaan dalam mencapai laba dapat tercapai.

Suatu hal penting yang harus diperhatikan dalam perusahaan adalah salah satu fungsi manajerial yaitu pengendalian. Pengendalian adalah suatu cara yang digunakan untuk menghindari suatu penyimpangan yang belum terjadi ataupun sudah terjadi juga untuk mengetahui tindakan apa yang akan digunakan untuk

mendeteksi adanya kelemahan yang terjadi sebagai umpan balik untuk manajemen agar dapat memperbaiki situasi yang telah terjadi dari awal perencanaan sampai pelaksanaan.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Indri, 2005), “Pengaruh Kompensasi Karyawan terhadap Motivasi Kerja Karyawan di dalam Perencanaan Anggaran”, menyebutkan bahwa diperlukannya kecermatan dalam pelaksanaan anggaran untuk mengetahui tingkat perolehan laba di dalam perusahaan, agar penjualannya lebih tepat dan efektif, karena banyaknya pasar persaingan yang semakin naik, partisipasi bawahan dalam penentuan anggaran mempunyai pengaruh positif terhadap motivasi manajerial, karena anggaran yang disusun dari partisipasi bawahan akan menghasilkan pertukaran informasi yang lebih efektif, serta kompensasi yang diberikan oleh perusahaan dapat membangun motivasi dari karyawan tersebut, sehingga dapat melakukan pekerjaan dengan lebih baik. (Abriani:2000) membuktikan Pengaruh Motivasi terhadap Anggaran Penjualan. Dalam penelitiannya ditemukan hubungan positif antara motivasi dan anggaran, sehingga dapat dinyatakan bahwa, semakin tinggi motivasi dalam anggaran, semakin tinggi kepuasan kerja yang akan diperoleh. Kartikasari (2010) dalam perusahaan telekomunikasi membuktikan Pengaruh Kompensasi terhadap Motivasi Karyawan dalam Pencapaian Target Penjualan. Ditemukan hubungan positif antara kompensasi dan motivasi dalam pencapaian target penjualan, semakin tinggi kompensasi yang diberikan semakin besar motivasi dari karyawan dalam mencapai target penjualan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul: “ Pengaruh Kompensasi terhadap Motivasi Karyawan dalam Pencapaian Target Penjualan (Studi Kasus pada PT. Surya Makmur Agung Lestari)

1.2 Identifikasi Masalah

Setelah mengamati latar belakang penelitian di atas, penulis bermaksud mengidentifikasi masalah sebagai berikut: apakah kompensasi berpengaruh positif dalam mencapai target penjualan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis bermaksud untuk menjawab pertanyaan yang telah dijelaskan di atas yaitu untuk mengetahui kebijakan kompensasi dan tingkat motivasi karyawan dalam pencapaian target penjualan, khususnya di PT. Surya Makmur Agung Lestari

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Bagi Perusahaan:

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan saran dan rekomendasi kepada pihak manajemen perusahaan, sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk memperbaiki kelemahan yang terjadi, mengenai kompensasi serta meningkatkan motivasi karyawan dalam pencapaian target penjualan.

Bagi Penulis:

Penulis berharap dapat mengetahui pengimplementasian nyata dari teori yang telah diperoleh selama perkuliahan, serta memperdalam pengetahuannya mengenai pengaruh kompensasi terhadap motivasi karyawan dalam pencapaian target penjualan.

Bagi Pihak Lain:

Setelah penelitian ini dilakukan, penulis berharap dapat menambah pengetahuan bagi para pembaca mengenai pengaruh kompensasi terhadap motivasi karyawan dan pengimplementasiannya di dunia usaha, terutama untuk pencapaian target penjualan selain itu juga dapat dipergunakan sebagai salah satu bahan referensi, bagi mereka yang meneliti topik yang serupa.