

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi mempunyai peranan yang signifikan sebagai sarana penunjang pembangunan. Kemajuan dalam bidang teknologi tersebut telah membuat dunia memasuki era baru yang disebut dengan era globalisasi, dimana setiap negara yang perusahaannya harus siap untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain. Oleh karena itu, perusahaan dapat bergerak dan melakukan aktivitasnya secara dinamis dan efisien untuk menyesuaikan dengan keadaan tersebut.

Untuk mencapai suatu tujuan organisasi, maka orang – orang yang bertanggung jawab terhadap organisasi tersebut itu harus menerapkan ilmu manajemen. Menurut Stephen P.Robbins organisasi adalah Unit sosial yang dengan sengaja diatur, terdiri atas dua orang atau lebih, yang berfungsi secara relatif terus menerus untuk mencapai sasaran atau serangkaian sasaran atau serangkaian sasaran bersama (2005,4). Perusahaan merupakan bentuk implementasi dari suatu organisasi, maka dari itu keputusan yang mendasari pembuatan rencana tersebut adalah pernyataan dari tujuan yang menyeluruh, strategi dasar, sasaran khusus dan alasan perencanaan.

Suatu perusahaan perlu mengetahui adanya motivasi karyawan, tidak adanya motivasi baik dari manajer maupun dari karyawan maka tidak adanya keberhasilan

mengerjakan sesuatu, seperti mengelola karyawan, meningkatkan tingkat penjualan dan sebagainya. Untuk dapat memotivasi, manager membutuhkan keterampilan untuk memahami dan menciptakan kondisi dimana semua anggota tim kerja dapat termotivasi. Menurut Vijay Govindarajan pengendalian adalah memantau kegiatan – kegiatan untuk menjamin kegiatan – kegiatan itu dicapai sesuai rencana dan memperbaiki setiap penyimpangan yang signifikan (2005,5). Dengan maksud untuk mendeteksi potensi adanya deviasi atau kelemahan yang terjadi sebagai umpan balik bagi manajemen dari suatu kegiatan dari tahap perencanaan sampai tahap pelaksanaan.

Hal ini memberikan pengaruh positif pada perkembangan dan kemajuan dunia usaha termasuk PT. Citra jaya putra utama yang bergerak di bidang usaha farmasi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk yang akan di pasarkan khususnya pasar domestik (Indonesia), agar dapat bersaing dan menjaga kelangsungan hidup perusahaannya.

Salah satu kegiatan perusahaan yang penting yaitu penjualan. Dengan penjualan perusahaan dapat menjaga perkembangan kehidupannya, pendapatan atas penjualannya dapat digunakan untuk membiayai kegiatan operasi perusahaan, juga untuk meningkatkan laba perusahaan. Maka dari itu agar memperoleh laba maka cara yang dilakukan adalah dengan meminimalkan beban atau dengan memperbesar selisih antara jumlah pendapatan yang di dapat dengan beban tersebut, yaitu dengan menggunakan laba yang di dapatkan seminimal mungkin untuk hasil yang maksimal.

Dalam menetapkan target penjualan perlu memperhatikan langkah – langkah dalam penyusunannya. Unsur terpenting adalah dengan mengkaji realisasi penjualan pada masa lalu dan melihat setiap perubahan – perubahan yang terjadi dilingkungan luar yang akan terjadi di masa yang akan datang. Analisis ini sangat penting untuk mengetahui kesempatan, kelemahan, kekuatan dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga memberikan sebuah peluang bagi perusahaan untuk dapat mencapai target penjualan yang diinginkan secara realistis

Target penjualan paling sulit untuk diperkirakan secara tepat. Beberapa faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan (*uncontrollable variables*), misalnya permintaan konsumen yang berubah – ubah, keadaan pasar, era globalisasi, situasi ekonomi baik itu nasional maupun internasional dan persaingan antar perusahaan. Untuk itu diperlukan kecermatan dan pertimbangan yang matang dalam menentukan, menerapkan dan menetapkan pengendalian anggaran penjualan yang tepat dan efektif, agar perusahaan mencapai target penjualan dan tujuannya secara efektif sesuai apa yang diinginkan dan diharapkan.

Dalam Penelitian terdahulu Ike Permatasari, Kompensasi berpengaruh positif terhadap motivasi karyawan dalam pencapaian target penjualan sebagaimana ditunjukkan oleh hasil koefisien regresi dari model pengaruh kompensasi terhadap motivasi karyawan dalam pencapaian target penjualan adalah sebesar 72,1% yang menunjukkan pengaruh yang sangat kuat atau sangat tinggi dari kompensasi terhadap motivasi karyawan dalam pencapaian target penjualan (2010). Kompensasi merupakan

penentu dari tinggi rendahnya motivasi karyawan dalam pencapaian target penjualan. Semakin baik kompensasi yang diberikan, maka semakin tinggi motivasi karyawan dalam pencapaian target penjualan dalam perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul: “ Pengaruh Kompensasi terhadap Motivasi Karyawan dalam Pencapaian Target Penjualan (Studi Kasus pada PT,Citra Jaya Putra Utama di Kota Bandung)”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, penulisan mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah kompensasi manajemen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap motivasi karyawan dalam pencapaian target penjualan pada PT. Citra Jaya Putra Utama?
2. Berapa besar pengaruh kompensasi manajemen terhadap motivasi karyawan dalam pencapaian target penjualan pada PT. Citra Jaya Putra Utama?

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui Pengaruh Kompensasi Terhadap Motivasi Karayawan Dalam Pencapaian Target Penjualan Pada PT. Citra Jaya Putra Utama. Sedangkan yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan dari kompensasi manajemen terhadap motivasi karyawan dalam pencapaian target penjualan pada PT. Citra Jaya Putra Utama.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kompensasi manajemen terhadap motivasi karyawan dalam pencapaian target penjualan pada PT. Citra Jaya Putra Utama.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan bermanfaat bagi pihak – pihak manajemen yang berhubungan dengan pelaksanaan sistem pengendalian manajemen dan pengelolaan penjualan.

2. Bagi Pembaca

Untuk memberikan wawasan tentang analisis perencanaan dan pengendalian terhadap penjualan produk

3. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan keilmuan akan sistem pengendalian manajemen, pengelolaan penjualan, dan kegiatan yang terkait di dalamnya.