

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan memiliki tujuan tertentu dalam menjalankan kegiatan operasinya, salah satu diantaranya adalah untuk menghasilkan laba. Secara sederhana, laba dapat terjadi apabila pendapatan lebih besar daripada biaya yang terjadi. Untuk dapat menghasilkan laba tersebut maka disusunlah sebuah target.

Target pertama yang ditetapkan adalah target penjualan yang mencakup berapa banyak barang atau jasa yang harus dijual supaya menghasilkan pendapatan yang diinginkan. Kedua, berdasarkan jumlah barang atau jasa yang harus dijual, dibuatlah target produksi untuk memenuhi kebutuhan tersebut dengan biaya tertentu.

Bagian produksi harus memproduksi barang sesuai target produksi. Tentunya barang dan jasa yang telah diproduksi harus dijual guna menghasilkan pendapatan untuk menutup biaya produksi. Bagian penjualan berperan untuk mencapai target penjualan yang telah ditetapkan sehingga perusahaan dapat menikmati laba.

Melihat peranan tenaga penjual yang berkontribusi langsung pada penciptaan laba, maka penting membuat tenaga penjual untuk melakukan tugasnya dengan efektif. Salah satu cara untuk memotivasi tenaga penjual adalah menyusun program kompensasi yang memadai. Berdasarkan Handoko (1987) dan Rachmawati (2008) dalam Wikipedia, program kompensasi yang memadai diperlukan karena:

“...bila kompensasi diberikan secara benar, para karyawan akan lebih terpuaskan dan termotivasi untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi.

Tetapi jika para karyawan memandang kompensasi mereka tidak memadai, prestasi kerja, motivasi dan kepuasan kerja mereka bisa turun secara drastis karena memang kompensasi itu penting bagi karyawan....”

Dilatarbelakangi hal tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna menyusun tugas akhir sebagai syarat untuk menempuh ujian sidang sarjana pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha dengan judul “ANALISIS PROGRAM KOMPENSASI DAN PENGARUHNYA TERHADAP MOTIVASI TENAGA PENJUAL DAN PENCAPAIAN TARGET PENJUALAN”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan terlebih dahulu, dirumuskan beberapa masalah yaitu:

1. Bagaimana program kompensasi yang diterapkan di perusahaan?
2. Bagaimana pandangan tenaga penjual terhadap program kompensasi yang telah dijalankan perusahaan?
3. Bagaimana pengaruh kompensasi terhadap motivasi dan pencapaian target penjualan?
4. Upaya apa yang dapat dilakukan perusahaan dalam memperbaiki program kompensasi guna meningkatkan motivasi kerja tenaga penjual dan pencapaian target penjualan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Rumusan masalah diatas menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki maksud dan tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui program kompensasi yang diterapkan perusahaan atas tenaga penjual, tingkat motivasi dan pencapaian target tenaga penjual selama ini.
2. Mengetahui pandangan tenaga penjual atas program kompensasi yang telah diterapkan perusahaan.

3. Mengetahui pengaruh kompensasi terhadap motivasi tenaga penjual dan pencapaian target penjualan.
4. Mengusulkan beberapa perbaikan atas program kompensasi yang ada.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian mengenai analisis program kompensasi yang memadai dan pengaruhnya terhadap motivasi tenaga penjual dan pencapaian target penjualan diharapkan memiliki kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi penelitian atas kompensasi yang telah ada dan dapat dijadikan acuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Tenaga penjual perusahaan termotivasi dengan lebih baik dan target penjualan dapat tercapai dengan adanya program kompensasi yang memadai. Pada akhirnya diharapkan dengan pencapaian target penjualan tersebut membuat perusahaan dapat menikmati laba yang lebih besar lagi.

- b. Bagi Penulis

Diharapkan penulis dapat menerpakan ilmu yang didapatnya selama menjalankan pendidikan di jenjang S1 Akuntansi dan mengetahui program kompensasi yang memadai dan pengaruhnya terhadap motivasi tenaga penjual dan pencapaian target penjualan. Selain itu juga untuk melengkapi syarat menempuh ujian sidang sarjana pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.

1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Mengutip Reza (2006) dalam tesisnya yang berjudul Peranan Kebijakan Tenaga Penjual Terhadap Pencapaian Target Penjualan yang menyatakan bahwa:

“Tenaga penjual merupakan salah satu aset perusahaan yang paling berharga dan mahal ongkosnya. Tenaga penjual juga merupakan salah satu sumber

pemasukan bagi perusahaan. Untuk itu tenaga penjual harus memperoleh perhatian yang cukup dari manajemen perusahaan. Bentuk dari perhatian tersebut adalah dengan adanya kebijakan khusus yang mengatur hak dan kewajiban tenaga penjual.”

Program kompensasi yang berisi kebijakan-kebijakan tersebut hendaknya dirancang secara memadai sehingga dapat mencapai tujuan semula menurut Werther & Davis (1996) dalam Marwansyah & Mukaram (2000) yaitu:

1. Mendapatkan karyawan yang “*qualified*”.
2. Mempertahankan karyawan yang sudah ada.
3. Menjamin terciptanya keadilan (“*equity*”).
4. Memberi penghargaan atas perilaku yang diharapkan.
5. Mengendalikan biaya
6. Mengikuti peraturan-peraturan atau hukum yang berlaku.
7. Menumbuhkan saling pengertian.
8. Membantu menciptakan efisiensi administrasi.

Adapun penelitian-penelitian terkait yang telah dilakukan sebelumnya mengenai pengaruh kompensasi terhadap motivasi menyatakan bahwa:

- ❖ Kompensasi memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap motivasi kerja karyawan (Perdani 2009),
- ❖ Kompensasi non finansial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap motivasi kerja dan komitmen organisasi. (Zulkarnaen 2009)
- ❖ Variabel bebas yaitu pelatihan (X1) dan kompensasi (X2) berpengaruh secara nyata terhadap variabel tergantung yaitu motivasi kerja (Y) (Loekito & Setiawati 2002)

Walaupun terdapat banyak penelitian yang telah menganalisis hubungan dan pengaruh kompensasi terhadap motivasi karyawan, tetapi masih belum banyak ditemukan penelitian yang meneliti kompensasi dan pengaruhnya motivasi tenaga penjual dan pencapaian target penjualan secara khusus.

Berdasarkan uraian singkat diatas maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Kompensasi berpengaruh terhadap motivasi tenaga penjual

H₂: Kompensasi berpengaruh terhadap pencapaian target penjualan

1.6 Metode Penelitian

Metodologi penelitian (Notohadiprawiro 2006) adalah suatu kerangka kerja untuk melakukan suatu penelitian atau suatu kerangka berpikir untuk menyusun gagasan yang beraturan, berarah dan berkonteks yang relevan dengan maksud dan tujuan tertentu. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif, yaitu metode yang berusaha menganalisis, menyimpulkan, dan menyajikan data, sehingga dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai objek yang diteliti dan kemudian menarik kesimpulan.

Metode pengumpulan data (Cooper & Schindler 2006) yang digunakan penulis untuk penelitian mengenai kompensasi ini adalah:

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan guna menyusun landasan teoritis yang kuat bagi penelitian ini. Sumber-sumber studi kepustakaan untuk penelitian ini meliputi literatur, penelitian-penelitian (skripsi dan tesis), ensiklopedi, jurnal dan berbagai sumber lainnya yang relevan.

2. Studi Komunikasi

Studi Komunikasi dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan tanggapan mereka baik secara pribadi atau non pribadi. Data yang dikumpulkan merupakan hasil dari:

- a. Wawancara terhadap pejabat yang berwenang atas program kompensasi perusahaan.
- b. Instrumen yang dikelola sendiri atau dikirim sendiri melalui pos, ditempatkan di lokasi tertentu, atau dikirim secara elektronik atau melalui cara lain. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner yang akan disebarakan secara langsung kepada tenaga penjual suatu perusahaan.

Setelah data primer didapatkan dari hasil wawancara dan kuisioner, maka data tersebut akan diolah dengan analisis kuantitatif menggunakan metode statistik .

Untuk menguji pengaruh kompensasi (variabel independen- Y) terhadap motivasi tenaga penjual (variabel dependen 1 – X1) dan pencapaian target penjualan (variabel dependen 2 – X2) digunakan analisis regresi regresi sederhana. Perhitungan data statistik tersebut diolah menggunakan Program Aplikasi Statistik SPSS 17.0. Selain analisis kuantitatif, peneliti juga akan menggunakan analisis data kualitatif untuk melengkapi analisis kualitatif.

1.7 Lokasi dan Waktu

Penelitian ini akan diadakan di PT. SOHO Industri Pharmasi Cabang Bandung di Komp. Kopo Mas Regency Blok C No. 21-22, Jl. K. H. Wahid Hasyim, Bandung.