

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri otomotif khususnya sepeda motor mengalami peningkatan yang sangat pesat, hal ini terlihat dari jumlah kendaraan yang beredar di jalan-jalan raya. Berdasarkan data yang diperoleh penjualan sepeda motor pada semester pertama (Januari-Juni) tahun 2014 sepeda motor Honda menduduki peringkat tertinggi dengan penjualan 2.625.128 unit (62,26%), Yamaha sebanyak 1.335.067 unit (31,64%), Suzuki sebanyak 166.369 unit (3,96%), Kawasaki sebanyak 79.171 unit (1,90%) dan TVS sebanyak 10.168 (0,24%) (Motorplus, 2014).

Berdasarkan data penjualan sepeda motor di atas, meskipun sepeda motor Suzuki menempati urutan ketiga namun secara unit penjualan masih tertinggal jauh dengan pesaingnya yaitu sepeda motor Honda dan Yamaha. Dalam menghadapi persaingan dunia usaha sekarang ini. Pemilihan strategi pemasaran yang tepat menjadi hal yang sangat penting bagi para produsen. Menurut Craven (2008) yang perlu diperhatikan dalam strategi pemasaran adalah tentang strategi produk, strategi distribusi dan juga strategi promosi. Promosi yang digunakan sebagai salah satu strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan adalah dengan melalui personal selling dan yang termasuk didalamnya adalah tenaga penjual (*salesman*).

Tenaga penjual atau *salesman* berfungsi menjembatani antara perusahaan dengan konsumen secara personal. Bahkan dimata konsumen, *salesman* itu sendiri dianggap sebagai wakil/karyawan perusahaan. Seorang *salesman*-lah yang dapat membawa informasi yang dibutuhkan konsumen. Strategi pemasaran kepada konsumen melalui tenaga penjual atau *salesman* memang sangat efektif. Hal ini karena *salesman* melakukan interaksi langsung dengan konsumen. Interaksi yang mendalam antara *salesman* dengan konsumen dapat mengantarkan pada kesuksesan. Oleh karena itu, seorang *salesman* haruslah seorang pendengar yang efektif dan mempunyai ketrampilan bernegosiasi serta memiliki kepribadian yang sesuai dengan tuntutan sebagai seorang *salesman*(Sulaksana, 2003).

Bagi tiap dealer motor Suzuki mengelola tenaga penjual (*salesman*) yang jumlahnya tiap bulan berubah-ubah kadang tambah maupun berkurang bukan perkara yang mudah, jika dilihat dari karakteristik individu, perspektif budaya yang berbeda satu sama lain. Dibutuhkan keinginan dan ketrampilan yang kuat untuk mencetak kader-kader yang mampu menghasilkan kinerja yang optimal bagi perusahaan. *Salesman* dapat ditingkatkan dengan memberikan contoh yang baik dari seorang pemimpin yang selalu memotivasi karyawannya dan memperhatikan karyawan dalam bekerja terutama yang mengalami perilaku yang kurang biasa.

Hal ini membawa konsekuensi bahwa setiap pimpinan berkewajiban memberikan perhatian yang sungguh-sungguh untuk membina, menggerakkan, mengarahkan semua potensi karyawan dilingkungannya agar

terwujud volume dan beban kerja yang terarah pada tujuan (Thoha, 2010). Pimpinan perlu melakukan pembinaan yang sungguh-sungguh terhadap karyawan agar dapat menimbulkan kepuasan dan komitmen organisasi sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja yang tinggi.

Selain kepemimpinan, dalam diri tenaga penjual (*salesman*) juga harus memiliki motivasi berprestasi. Motivasi berprestasi adalah *salesman* yang memiliki tanggung jawab pribadi yang tinggi, memiliki program kerja berdasarkan rencana dan tujuan yang realistis serta bertujuan untuk merealisasikannya, memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan dan berani mengambil resiko yang dihadapinya, memiliki pekerjaan yang berarti dan menyelesaikannya dengan hasil yang memuaskan, mempunyai keinginan menjadi orang yang terkemuka yang menguasai bidang tertentu. Selain itu bagi para tenaga penjual (*salesman*) yang memiliki motivasi berprestasi yang rendah maka mereka akan mengalami banyak kesulitan dalam pekerjaannya dan kehidupannya sehari-hari, karena mereka tidak memiliki semangat serta tujuan dalam bekerja dimana para tenaga penjual (*salesman*) tersebut akan lebih sulit untuk berkembang menjadi lebih baik lagi, dan hal itu akan berpengaruh pada pendapatan serta penilaian kerja pada perusahaan.

Selain motivasi berprestasi, *salesman* juga harus mempunyai komitmen terhadap perusahaan yang disebut komitmen afektif. Komitmen afektif merupakan komitmen yang dibangun berdasarkan keterikatan emosional, identifikasi serta keterlibatan karyawan terhadap organisasinya. Komitmen afektif dikatakan sebagai kekuatan seseorang untuk bekerja di

dalam sebuah organisasi, karena mereka menyetujui dan berkeinginan untuk melakukan pekerjaan tersebut (*The strength of a person's desire to work-for organization because he or she agrees with it and wants to do so*)(Greenberg, 2007)

Selain kepemimpinan, motivasi berprestasi dan komitmen afektif, *salesman* juga harus dapat mengelola stres kerja. Stres dapat terjadi pada setiap individu/manusia dan pada setiap waktu, karena stres merupakan bagian dari kehidupan manusia yang tidak dapat dihindarkan. Manusia akan cenderung mengalami stres apabila ia kurang mampu menyesuaikan antara keinginan dengan kenyataan yang ada, baik kenyataan yang ada didalam maupun diluar dirinya. Segala macam bentuk stres pada dasarnya disebabkan oleh kekurangan mengertian manusia akan keterbatasannya sendiri. Ketidak mampuan untuk melawan keterbatasan inilah yang akan menimbulkan frustrasi, konflik, gelisah, dan rasa bersalah yang merupakan tipe dasar stres (Anoraga, 2005).

Obyek pada penelitian ini adalah sales (tenaga penjual) yang berada di dealer-dealer motor Suzuki di area Purwokerto sekitarnya seperti PT. Insan Sarana Murni, PT. Istana Niaga Pratama, PT. Giriharjo Putra Mandiri, PT, Wahana Mulya Santosa, CV. Sedaton Bakti Utama dan CV. Sarana Niaga, yang merupakan penyalur motor suzuki di area Purwokerto sekitarnya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wiranata (2011) menunjukkan bahwa kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja karyawan CV Mertanadi dan penelitian yang dilakukan oleh Natajaya (2013) menunjukkan bahwa

terdapat kontribusi yang signifikan antara motivasi berprestasi, perilaku kepemimpinan dan etos kerja dengan kinerja guru di SMA N 1 Kututambahan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rofiaty (2012) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan antara komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan di Universitas Brawijaya dan Sanjaya (2012) menunjukkan bahwa stres kerja berpengaruh negatif terhadap kinerja karyawan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul “PENGARUH KEPEMIMPINAN, MOTIVASI BERPRESTASI, KOMITMEN AFEKTIF DAN STRES KERJA TERHADAP KINERJA SALESMAN MOTOR SUZUKI DI AREA PURWOKERTO SEKITARNYA”.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kepemimpinan, motivasi berprestasi, komitmen afektif dan stress kerja secara parsial terhadap *salesman* motor Suzuki di area Purwokerto sekitarnya?
2. Bagaimana pengaruh kepemimpinan, motivasi berprestasi, komitmen afektif dan stress kerja secara simultan terhadap *salesman* motor Suzuki di area Purwokerto sekitarnya?

### 1.3 Pembatasan Masalah

1. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh tenaga penjual (*salesman*) pada dealer-dealer motor Suzuki di area Purwokerto sekitarnya.
2. Penelitian di batasi pada kepemimpinan, motivasi berprestasi, komitmen afektif, dan stres kerja terhadap *salesman* motor Suzuki di area Purwokerto sekitarnya.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini meliputi :

1. Untuk menganalisis pengaruh kepemimpinan, motivasi berprestasi, komitmen afektif dan stres kerja secara parsial terhadap *salesman* motor Suzuki di area Purwokerto sekitarnya.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepemimpinan, motivasi berprestasi, komitmen afektif, dan stress kerja secara simultan terhadap *salesman* motor Suzuki di area Purwokerto sekitarnya.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Hasil peneliian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antaralain :

1. Bagi perusahaan dealer-dealer di area Purwokerto sekitarnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam penilaian dan pertimbangan dalam upaya meningkatkan kepemimpinan, motivasi berprestasi, komitmen afektif, dan stress kerja secara simultan terhadap *salesman*.

2. Bagi Tenaga Penjual (*salesman*) motor Suzuki di area purwokerto sekitarnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai penambah wawasan tentang pentingnya kepemimpinan, motivasi berprestasi, komitmen afektif, dan stress kerja terhadap *salesman*.

