

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini organisasi dan perusahaan bisnis menghadapi persaingan global, dimana lingkungan persaingan berubah dengan cepat, persaingan menjadi sangat ketat dan perkembangannya sulit diramalkan lagi. Informasi dapat tersebar dengan sangat cepat, pengetahuan dan teknologi berkembang dengan cepat, diikuti dengan adanya pilihan produk-produk barang dan jasa yang berkembang dengan pesat, dan akhirnya konsumen pun memiliki banyak pilihan produk secara global. Jika tidak mampu bertahan, maka perusahaan dapat keluar dari persaingan bisnis tersebut, tersingkir oleh perusahaan lain yang lebih mampu bertahan.

Menurut **islam dkk (2016)** Ekonomi global telah menggeser keseimbangan ekonomi dari posisi kelebihan permintaan (*excess demand*) ke posisi kelebihan penawaran produk (*excess supply*). Kondisi ekonomi yang kelebihan penawaran akan mendorong persaingan semakin tajam kearah *hypercompetitive*. Lingkungan bisnis yang persaingannya semakin keras, ditambah konsumen semakin “cerdas” akibat pengetahuan ekonomi, sosial budaya modern, maka posisi keseimbangan pasar smakin bergerak dari *seller's market* kearah *buyer's market*. (**Bisnis & Semarang, 2016**).

Menurut peneliti **Muizu (2014)** Organisasi ataupun perusahaan dituntu mampu memaksimalkan daya saing sumber daya manusia karena adanya persaingan yang ketat dalam rangka menjaga kelangsungan hidsup organisasi

ataupun perusahaan tersebut. Hampir semua perusahaan mempunyai tujuan memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan, serta meningkatkan kerjasama bagi pemilik dan karyawan. **(Fahmi, Muhammad, Pawenang, & Maryam, 2018)**

Di sisi lain kinerja karyawan merupakan faktor penting dalam rangka mengembangkan dan mempertahankan keberhasilan suatu perusahaan atau organisasi. Perusahaan perlu memberikan rangsangan bagi karyawan dalam bentuk motivasi, sehingga memunculkan semangat kerja sesuai keinginan dan tujuan perusahaan. Pemberian rangsangan motivasi yang dilaksanakan dengan baik, diharapkan mempengaruhi peningkatan kinerja karyawan. Motivasi bertujuan untuk mendorong gairah kerja karyawan dalam rangka peningkatan kualitas kerja, kedisiplinan, partisipasi karyawan dan menciptakan suasana yang kondusif dalam pekerjaan. Dengan adanya minat dari karyawan akan termotivasi bekerja giat dan puasa dengan jerih payahnya, sehingga tujuan organisasi ataupun perusahaan dapat dicapai sesuai yang diharapkan **(Fahmi et al., 2018)**

Tingkat persaingan di Indonesia saat ini sangat ketat karena setiap perusahaan berusaha menciptakan atau membuat produk yang diminat atau yang dibutuhkan masyarakat. Semakin berkembangnya gaya hidup masyarakat setiap perusahaan harus mencari inovasi dan kreativitas pada produknya. Perusahaan harus mampu memperkirakan dan membaca peluang pasar yang berkembang. Dengan penyusunan strategi yang dilakukan perusahaan dengan tepat dan analisis pasar yang baik diharapkan perusahaan akan memiliki kekuatan dalam menghadapi persaingan. Adanya kemungkinan saling menjatuhkan setiap perusahaan dalam merebut pasar. Dalam situasi tersebut dibutuhkan strategi yang tepat agar

perusahaan tetap bertahan dan berkembang dalam mewujudkan tujuan perusahaan tersebut.

Jika bagian pemasaran tidak jalan maka perusahaan tidak akan mencapai tujuan yang diinginkan. Perusahaan akan berhasil atau mencapai tujuan jika dari faktor produksi, sumber daya manusia, keuangan dan pemasaran berjalan dengan baik. Perusahaan harus memproduksi suatu produk yang baik. Produk dengan kualitas yang baik dan bermutu akan diterima oleh masyarakat atau konsumen.

Perusahaan harus mencari tenaga kerja yang baik dan berkualitas. Dengan tenaga kerja yang baik maka proses dari produksi sampai pemasaran akan berjalan dengan baik. Mencari tenaga kerja yang baik bisa dengan cara menyeleksi dari kemampuan otak sampai keterampilan yang baik serta kesehatan yang baik pula. Jika sudah mempunyai tenaga kerja baru diharapkan perusahaan memberikan pelatihan kerja terlebih dahulu agar tenaga baru bisa paham dengan apa yang harus dilakukannya saat waktu kerja.

Perusahaan dengan pengelolaan keuangan dengan baik akan mudah dan mengetahui berapa pendapatan keuntungan perusahaan. Perusahaan harus merencanakan anggaran produksi sampai pemasaran harus tepat dan baik agar tujuan perusahaan tercapai. Kemudian dari pemasaran setiap perusahaan harus menentukan strategi pemasaran yang tepat dalam menjalankan usahanya. Perusahaan dengan strategi yang tepat bisa bersaing dan bertahan dalam menjalankan usahanya dan tercapainya tujuan perusahaan tersebut.

Tenaga penjualan merupakan kekuatan utama bagi perusahaan yang memegang peranan penting dalam mengelola hubungan baik antara perusahaan dengan konsumen. Peningkatan volume penjualan merupakan salah satu indikator yang menunjukkan bahwa kinerja tenaga penjualan berjalan dengan baik. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja tenaga penjualan.

Untuk dapat bertahan dengan kondisi tersebut, perusahaan harus dapat menunjukkan keunggulan dirinya diantara pilihan-pilihan lainnya. Perusahaan sebagai pelaku bisnis harus memiliki pengetahuan tentang lingkungan, *competitor* (pesaing), konsumen, serta kekuatan dan kelemahan diri sendiri. Dibutuhkan adanya penguasaan teknik dan strategi dalam melakukan pendekatan pasar, dalam mengelola hal-hal tersebut, untuk dapat ‘menjual’ produk dan jasanya masing-masing, serta melakukan perubahan dan pengembangan sikap, untuk dapat memperoleh hasil yang optimal yang sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Segala hal yang berhubungan dengan usaha dalam memaksimalkan keunggulannya dalam menjual barang atau jasa tersebut disebut dengan *salesmanship*.

Dalam usaha ini menghadapi lingkungan persaingan yang kompleks dan bergejolak. Dalam lingkungan seperti ini pelanggan atau konsumen sangat menuntut (*demanding*), yaitu menuntut untuk memperoleh tingkat kualitas produk atau jasa yang tinggi dengan biaya yang relatif rendah. Untuk dapat bertahan dilingkungan yang bergejolak ini, sudah saatnya perusahaan untuk senantiasa memahami perilaku konsumennya. Perusahaan yang dapat melakukan identifikasi dan memahami perilaku dari pelanggan atau konsumennya terutama

pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, maka akan memberikan kontribusi pada kinerja perusahaan.

Konsumen adalah faktor utama bagi eksistensi suatu perusahaan. Oleh sebab itu orientasi pada konsumen merupakan syarat mutlak yang harus dipegang oleh perusahaan. Perusahaan yang dapat menyakinkan konsumennya akan dapat mencapai tujuan. Perhatian perusahaan terhadap perilaku konsumen merupakan keharusan yang tidak boleh diabaikan bila perusahaan ingin berhasil dan tidak ingin ditinggalkan oleh konsumennya.

Perusahaan yang melakukan pemasaran produknya dengan menggunakan tenaga penjual (*salesmanship*). Maka asset yang menjadi kunci keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan dan sasarnya adalah kinerja tenaga penjual (*salesmanship*) tersebut. apabila kinerja *salesmanship* tersebut rendah, maka target yang telah ditentukan oleh perusahaan tersebut akan sangat sulit dicapai. Dan sebaliknya apabila kinerja dari *salesmanship* yang dimiliki oleh suatu perusahaan itu baik dan mencapai kesempurnaan, maka tidak mustahil target dan sasaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut akan tercapai.

PT. Gema Rodamas Utama Kawasaki berdiri pada tahun 1992 di Padang Sumatera Barat, yang pada awalnya PT. Rodamas Utama Kawasaki berada pada wilayah Veteran dan pindah ke Jalan Gajah Mada N0. 23 Kel Kamp. Olo Kota Padang sampai pada saat sekarang ini. PT. Gema Rodamas Utama Kawasaki bergerak dalam bidang *industry supply* kendaraan bermotor roda dua yang bermerek kawasaki. Bidang usaha ini merupakan penerus dari NV Tambupolon,

sedangkan izin usaha ini hanya sesuai dengan ketentuan dari perusahaan yang meliputi bengkel perdagangan dan industry yang semua itu dalam arti seluas-luasnya. Seiring dengan perkembangan usaha yang baik PT. Gema Rodamas Utama diangkat menjadi dealer resmi yang bergerak di bidang penjualan kendaraan yang bermerek Kawasaki (**Biografiku.com**).

Kawasaki merupakan salah satu manufaktur terkenal di dunia yang berasal dari Jepang. Produk-produk yang dihasilkan Kawasaki seperti otomotif, alat berat, peralatan luar angkasa dan peralatan pertahanan., serta kapal dan robot. Perusahaan Kawasaki juga aktif dalam banyak Industri seperti industri luar angkasa dan penerbangan, energi, kereta api, perkapalan, otomotif, dan juga industri lain. Sejarah berdirinya Kawasaki tidak bisa dilepaskan dari sosok bernama Kawasaki Shozo yang tidak lain adalah pendiri dari Kawasaki. Di tahun berikutnya, Kawasaki Shozo diangkat sebagai wakil presiden eksekutif dan perusahaan Japan Mail Steam sebuah anak perusahaan Jepang (**Biografiku.com**)

**Tabel 1.1**

**Data Perbandingan Penjualan dari tahun 2015-2018 di PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang**

<b>Tahun</b>	<b>Target Perusahaan</b>	<b>Pencapaian</b>	<b>Persentase (%)</b>
2015	800 kendaraan	520 kendaraan	65 %
2016	900 kendaraan	630 kendaraan	70 %
2017	1000 kendaraan	760 kendaraan	76 %
2018	1200 kendaraan	780 kendaraan	65 %

*Sumber: PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang*

Dari tabel 1.1 diatas, diketahui bahwa pencapaian penjualan di tahun 2015-2018 pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang belum sesuai dengan target perusahaan sehingga persentase penjualan masih naik turun dan belum stabil (*fluktuasi*). Hal ini mempresentasikan telah terjadi kemunduran terhadap kinerja tenaga penjualan di PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang.

Berdasarkan uraian diatas, timbul pemikiran bahwa kinerja tenaga penjualan mutlak harus diupayakan agar tetap mencapai target yang diinginkan. Oleh karena itu diperlukan upaya- upaya untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan yang lebih baik serta faktor motivasi yang dapat menciptakan suasana kerja yang dapat mendukung kinerja tenaga penjualan kearah yang lebih kondusif dan optimal. Sehingga dapat dilihat bahwa kinerja tenaga penjualan PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang masih rendah. Disinyalir disebabkan oleh interpersonal skill, salesmanship dan motivasi.

Berdasarkan fenomena dalam pengamatan, serta memperhatikan kajian teori dan penelitian terdahulu maka penulis tertarik membahasnya lebih jauh lagi dan mengangkatnya dalam bentuk skripsi yang berjudul **“PENGARUH INTERPERSONAL SKILL, SALESMANSHIP TERHADAP KINERJA TENAGA PENJUALAN DENGAN MOTIVASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT. GEMA RODAMAS UTAMA KOTA PADANG”**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah-masalah diatas maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Terjadinya fluktuasi penjualan pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang.
2. Fluktuasi penjualan disinyalir disebabkan oleh Interpersonal Skill yang masih rendah pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang.
3. Fluktuasi penjualan dan pemasaran disebabkan adanya Salesmanship yang masih rendah pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang.
4. Penjualan masih turun naik disebabkan adanya Motivasi yang masih rendah pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang.
5. Fluktuasi penjualan disebabkan karena adanya kinerja tenaga penjualan yang masih rendah pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang.
6. Semangat dan kinerja tenaga penjualan berkurang karena kurangnya motivasi pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang.
7. Pemberian motivasi langsung dari pemimpin kepada karyawan yang perlu ditingkatkan dan langsung kepada karyawan pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang.
8. Sarana dan prasarana yang belum lengkap menyebabkan rendahnya kinerja tenaga penjualan pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang.



9. Rendahnya pemahaman tentang pemberian motivasi yang tepat dapat mengakibatkan kinerja tenaga penjualan menurun pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang.
10. Dengan penerapan motivasi yang kurang pas akan membuat kinerja tenaga penjualan menurun pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang.

### **1.3 Batasan Masalah**

Pada penelitian ini, penulis hanya meneliti di PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang, peneliti hanya berfokus pada kemampuan dalam memasarkan produk yang bisa meningkatkan penjualan dan bagaimana peran manajer dalam memberikan motivasi terhadap karyawannya.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dari permasalahan yang diuraikan diatas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Interpersonal skill berpengaruh terhadap Motivasi pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang?
2. Bagaimanakah Salesmanship berpengaruh terhadap Motivasi pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang?
3. Bagaimanakah Interpersonal skill, Salesmanship secara bersama-sama berpengaruh terhadap Motivasi pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang?
4. Bagaimanakah Interpersonal Skill berpengaruh terhadap Kinerja Tenaga Penjualan pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang?

5. Bagaimanakah Salesmanship berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang?
6. Bagaimanakah Motivasi berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang?
7. Bagaimanakah Interpersonal Skill, Salesmanship dan Motivasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang?
8. Bagaimanakah Interpersonal Skill berpengaruh terhadap Kinerja Tenaga Penjualan melalui Motivasi sebagai variabel Intervening PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang?
9. Bagaimanakah Salesmanship berpengaruh terhadap Kinerja Tenaga Penjualan melalui Motivasi sebagai variabel Intervening PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang?

#### **1.5 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah Interpersonal skill berpengaruh terhadap Motivasi pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang?
2. Untuk mengetahui apakah Salesmanship berpengaruh terhadap Motivasi pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang?
3. Untuk mengetahui apakah Interpersonal skill, Salesmanship secara bersama-sama berpengaruh terhadap Motivasi pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang?
4. Untuk mengetahui apakah Interpersonal Skill berpengaruh terhadap Kinerja tenaga penjualan pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang?

5. Untuk mengetahui apakah Salesmanship berpengaruh terhadap Kinerja tenaga penjualan pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang?
6. Untuk mengetahui apakah Motivasi berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang?
7. Untuk mengetahui apakah Interpersonal Skill, Salesmanship dan Motivasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang?
8. Untuk mengetahui apakah Interpersonal Skill berpengaruh terhadap Kinerja Tenaga Penjualan melalui Motivasi sebagai Variabel Intervening pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang?
9. Untuk mengetahui apakah Salesmanship berpengaruh terhadap Kinerja Tenaga Penjualan melalui Motivasi sebagai Variabel Intervening pada PT. Gema Rodamas Utama Kota Padang?

### **1.5.2 Manfaat Penelitian**

1. Akademisi
  - a. Sebagai bahan motivasi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya
  - b. Sebagai bahan masukan, pertimbangan dan sumbangan pemikiran bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dibidang sumber daya manusia.
2. Praktisi
  - a. Memberikan tambahan informasi dan referensi kepada fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang, mahasiswa atau para pembaca dan membantu pihak-pihak yang berkepentingan.

- b. Menambah pengetahuan dan memperkaya pustaka ilmu-ilmu sosial terutama mengenai manajemen sumber daya manusia di perusahaan terutama dalam meningkatkan kinerja tenaga penjualan.
- c. Menambah wawasan tentang fungsi utama interpersonal skill, salesmanship dan motivasi dalam meningkatkan kinerja tenaga penjualan dalam suatu perusahaan.