

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Suatu pekerjaan merupakan suatu hubungan yang melibatkan dua pihak antara perusahaan dengan pekerja/karyawan. Tujuan yang beraneka ragam pada dasarnya bermuara di bidang usaha untuk mencapai kepuasan dalam melakukan aktivitas pada PT Nusantara Sakti-Demak juga menginginkan tingkat kinerja karyawan pada PT Nusantara Sakti-Demak tersebut.

Kinerja marketing executive brand Honda yang dihasilkan pada PT Nusantara Sakti - Demak dituntut untuk ulet, teliti, berpenampilan menarik, pandai berpromosi, dan dapat diterima oleh masyarakat, ditengah-tengah persaingan brand merk sepeda motor yang marak di masyarakat. Oleh karena itu faktor sumber daya manusia perlu diperhatikan pimpinan perusahaan guna mempunyai karyawan marketing executive yang dapat diterima dimasyarakat.

Menurut Bangun (2012) kinerja adalah hasil pekerjaan yang dicapai seseorang berdasarkan persyaratan-persyaratan pekerjaan (job requirement). Suatu pekerjaan mempunyai persyaratan tertentu untuk dapat dilakukan dalam mencapai tujuan yang disebut juga sebagai standar pekerjaan (job standard). Standar kinerja adalah tingkat yang diharapkan suatu pekerjaan tertentu untuk dapat diselesaikan, dan merupakan pembanding (benchmarks) atas tujuan atau target yang ingin dicapai. Hasil pekerjaan merupakan hasil yang diperoleh seorang karyawan dalam mengerjakan pekerjaan sesuai persyaratan pekerjaan atau standard kinerja. Seorang karyawan dikatakan berhasil melaksanakan pekerjaannya atau memilikikinerja

baik, apabila hasil kerja yang diperoleh lebih tinggi dari standar kinerja. Menurut Moorhead dan Chug, dalam Sugiono (2009) faktor - faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan yaitu kualitas pekerjaan, kuantitas pekerjaan, pengetahuan pekerjaan, kerjasama tim, kreatifitas, inovasi dan inisiatif, menurut Michel (2001) faktor - faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan yaitu kualitas pelayanan, komunikasi, kecepatan, kemampuan, inisiatif, dan menurut Prawirosentono (2011) faktor - faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan yaitu efektifitas dan efisiensi, otoritas, disiplin, inisiatif, budaya organisasi dan stres.

Menurut Purwanto (2003) komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui suatu system yang biasa (lazim) baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan. Pengertian komunikasi ini paling tidak melibatkan dua orang atau lebih dengan menggunakan cara-cara berkomunikasi yang biasa dilakukan oleh seseorang seperti melalui lisan, tulisan, maupun sinyal-sinyal nonverbal.

Penelitian yang dilakukan oleh Pangumpia (2013), Permaniningratna (2011) dan Klepek, dkk (2016) bahwa komunikasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, sedangkan hasil penelitian Hardianto (2017) terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan.

Menurut Ivancovich, dkk (2006) budaya organisasi adalah apa yang dipersepsikan karyawan dan cara persepsi itu menciptakan suatu pola keyakinan, nilai, dan ekspektasi. Edgar Schien mendefinisikan budaya organisasi adalah suatu pola dari asumsi dasar yang diciptakan,

ditemukan, atau dikembangkan oleh kelompok tertentu saat belajar menghadapi masalah adaptasi eksternal dan integrasi internal yang telah berjalan cukup baik untuk dianggap valid dan oleh karena itu, untuk diajarkan kepada anggota baru sebagai cara yang benar untuk berpersepsi, berpikir, dan berperasaan sehubungan dengan masalah yang dihadapinya.

Penelitian yang dilakukan oleh Ariningsih (2007) dan Potter (2004) bahwa budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, sedangkan hasil penelitian Lioner (2014) terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan

Menurut Handoko (1987) stress adalah suatu kondisi ketergantungan yang mempengaruhi emosi, proses berfikir dan kondisi seseorang. Kondisi yang cenderung menyebabkan stress disebut stressors. Meskipun stress dapat diakibatkan oleh hanya satu stressors, biasanya karyawan mengalami stress karena kombinasi stressors ada dua kategori yang penyebab stress, yaitu on-the- job dan off-the-job.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari dkk (2012) bahwa stress kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, sedangkan hasil penelitian Srimulyani (2010) dan Anderson (2016) terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja karyawan.

Kinerja selain dipengaruhi oleh komunikasi merupakan sesuatu yang baku, sudah pasti terjadi dalam menjalankan perusahaan. Pimpinan dapat member contoh kepada karyawan melalui proses komunikasi dalam upaya mencapai tujuan perusahaan. Dalam lingkungan perusahaan komunikasi sangat diperlukan untuk memberikan informasi terhadap prosedur dan cara sistem kerja dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan di PT Nusantara Sakti Demak dari atas kebawahannya.

Selain komunikasi, kinerja karyawan juga dipengaruhi adanya budaya organisasi secara spesifik bahwa budaya organisasi pada PT Nusantara Sakti Demak akan ditentukan oleh kondisi kerja tim, pemimpin, karakteristik organisasi, serta proses administrasi yang berlaku. Budaya organisasi berperan penting, karena akan merubah sikap dan perilaku sumber daya manusia untuk mencapai produktivitas yang tinggi dalam menghadapi tantangan masadepan.

Kinerja selain dipengaruhi oleh komunikasi, budaya organisasi, juga dipengaruhi stress kerja Berbagai tuntutan tugas yang ada di PT Nusantara Sakti Demak yang berat disatu sisi, sementara bengkalai persoalan yang tidak kunjung terselesaikan disisi lainnya, dapat menjadi pemicu terjadinya stress kerja bagi karyawan. Agar dapat meningkatkan kinerja karyawan, tentunya stress kerja harus mampu dikendalikan dan dibatasi dalam tingkat wajar dan proporsional.

Penelitian ini mengambil obyek penelitian pada marketing excecutive PT Nusantara Sakti - Demak yang bergerak dalam promosi dan penjualan brand Honda yang menuntut karyawannya untuk selalu meningkatkan kinerjanya. Banyaknya persaingan yang di alami perusahaan perlu melakukan Dalam hal ini perusahaan merekrut karyawan yang potensial untuk dapat bekerja dengan baik. Responden yang di jadikan sampel penelitian merupakan bagian karyawan marketing executive, hal itu disebabkan karena karyawan tersebut berkaitan langsung dengan promosi dan proses penjualan suatu perusahaan, sehingga karyawan berkaitan langsung dengan promosi dan proses penjualan sepeda motor brand Honda suatu perusahaan,

sehingga karyawan tersebut sangat di perlukan perusahaan untuk menjadi marketing executive yang profesional bagi perusahaan.

Fenomena yang ada pada PT Nusantara Sakti Demak terdapat kenaikan dan penurunan target akumulasi pada tahun 2018 sampai 2019 dilihat dari Tabel 1.1 menjadikan output akhir yang penting untuk mengetahui dan memberikan gambaran target akumulasi perusahaan.

Tabel 1.1
Pencapaian Aktual Target Akumulasi PT Nusantara Sakti Demak
Periode 2018 & 2019

2018			Realisasi	2019		Realisasi
Bulan	Target (Rp)	Aktual (Rp)		Target (Rp)	Aktual (Rp)	
Januari	150.000.000	155.950.000	Tercapai	325.000.000	224.600.000	Tidak Tercapai
Februari	150.000.000	86.600.000	Tidak Tercapai	315.000.000	310.150.000	Tidak Tercapai
Maret	121.000.000	110.000.000	Tidak Tercapai	336.000.000	432.775.000	Tercapai
April	115.400.000	100.000.000	Tidak Tercapai	385.000.000	443.250.000	Tercapai
Mei	115.400.000	90.400.000	Tidak Tercapai	420.000.000	300.730.00	Tidak Tercapai
Juni	110.600.000	105.500.000	Tidak Tercapai	110.600.000	100.000.000	Tidak Tercapai
Juli	129.900.000	100.200.000	Tidak Tercapai	129.900.000	120.000.000	Tidak Tercapai
Agustus	138.230.000	127.000.000	Tidak Tercapai	138.230.000	90.000.000	Tidak Tercapai
September	210.000.000	217.450.000	Tercapai	210.000.000	175.000.000	Tidak Tercapai
Oktober	270.000.000	200.000.000	Tidak Tercapai	270.000.000	200.000.000	Tidak Tercapai
November	261.000.000	211.940.000	Tidak Tercapai	261.000.000	250.000.000	Tidak Tercapai
Desember	250.000.000	210.000.000	Tidak Tercapai	250.000.00	230.000.000	Tidak Tercapai

Data : Pencapaian Aktual Target Akumulasi PT Nusantara Sakti Demak Periode 2018 & 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat digambarkan pencapaian actual akumulasi Nusantara Sakti Demak diperoleh bahwa aktual akumulasi yang dilaksanakan belum mencapai hasil yang optimal dikarenakan belum mencapai target penjualan yang diharapkan. Pada tahun 2018 aktual akumulasi hanya tercapai di bulan Januari dan September, sedangkan di tahun 2019 aktual akumulasi hanya tercapai di bulan Maret dan April, target penjualan di beberapa capaian kinerja karyawan belum optimal. Aktual akumulasi memiliki peran penting dalam kesuksesan suatu perusahaan khususnya di PT Nusantara Sakti.

Komunikasi kerja organisasi memegang peran penting untuk mendukung efektivitas operasional organisasi. Meningkatnya kesadaran tentang komunikasi dalam organisasi dilandasi oleh semakin diterimanya secara luas hubungan manusiawi dalam organisasi adalah potensi dari komunikasi itu sendiri dirancang atau dikendalikan oleh manajemen untuk pencapaian organisasi (Handoko, 2001). Pentingnya komunikasi dalam organisasi dapat dilihat dari manfaat atau fungsi komunikasi tersebut dalam dinamika kelompok atau organisasi. Melalui komunikasi informasi mengalir dari pertukaran informasi, gagasan, dan pengalaman. Perlu adanya komunikasi yang efektif sehingga dapat meningkatkan kinerja karyawan untuk dapat memahami pekerjaan mereka dengan lebih semangat dalam pekerjaan.

Budaya pada dasarnya mengandung pola eksplisit maupun implisit sari dan untuk perilaku yang dibutuhkan dan diwujudkan hasil kelompok manusia secara berbeda termasuk inti utama dari budaya terdiri dari ide tradisional dalam arti turun temurun dan terseleksi tertanam pada nilai yang menyertai (Gibson, 2006).Budaya Organisasi dapat menjadi suatu sarana untuk mengukur kesesuaian dari tujuan organisasi, strategi, dan organisasi tugas serta dampak yang dihasilkan.

Perihal mengenai tantangan dalam mewujudkan tujuan perusahaan dapat menimbulkan beban serta tuntutan mengarahkan knerja yang efektif dapat berakibat pada kelelahan dan berdampak pada stress kerja. Stress kerja merupakan salah satu hal yang penting bagi perusahaan terutama menyangkut kinerja karyawan. Stress karyawan timbul akibat kepuasan kerja tidak terwujud dari pekerjanya (Hasibuan, 2007). Persaingan dan tuntutan profesionalisme yang semakin tinggi menimbulkan banyaknya tekanan-tekanan yang harus dihadapi individu dalam lingkungankerja.

Berdasarkan fenomena dan riset gap , maka penelitian menggunakan variabel Kinerja Karyawan sebagai variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel idependen yang terdiri dari Komunikasi, Budaya Organisasi dan Stress Kerja terhadap Kinerja Karyawan.

1.2 PerumusanMasalah

Untuk mencegah terjadinya penyimpangan dan guna mempermudah langkah-langkah selanjutnya yang harus ditempuh adalah dengan perumusan sebagai berikut :

- 1) Bagaimana pengaruh komunikasi kerja terhadap kinerja karyawan bagian penjualan pada PT . Nusantara Sakti -Demak.
- 2) Bagaimana pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja karyawan bagian produksi pada PT Nusantara Sakti -Demak.
- 3) Bagaimana pengaruh stress kerja terhadap kinerja karyawan bagian produksi pada PT. Nusantara Sakti –Demak.

1.3 PembatasanMasalah

Mengingat banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan bagian marketing executive pada perusahaan dan tidak semua faktor yang dapat di bahas dalam penelitian ini, maka perlu dilakukan pembatasan masalah dengan maksud agar pembahasan dapat lebih terarah dan tidak terjadi pembahasan yang melebar, maka dalam penelitian ini akan di batasi pada pembahasan tentang pengaruh komunikasi kerja, budaya organisasi dan stress kerja terhadap kinerja karyawan PT. Nusantara Sakti - Demak.

1.4TujuanPenelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin di capai melalui penyusunan skripsi antara lain :

1. Untuk menganalisis pengaruh komunikasi kerja terhadap kinerja karyawan bagian markeing executive pada PT.Nusantara Sakti-Demak.
2. Untuk menganalisi pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja karyawan bagian marketing executive pada PT. Nusantara Sakti-Demak.
3. Untuk menganalisis pengaruh stress kerja terhadap kinerja karyawan bagian marketing executive pada PT. Nusantara Sakti-Demak

1.5 Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Praktis

1. Bagi instansi (PT Nusantara Sakti - Demak)

Hasil penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi instansi/perusahaan dalam upaya mencapai kinerja karyawan marketing executive yang baik dan profesional.

2. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam praktek, khususnya yang berkaitan dengan peningkatan kinerja karyawan bagian marketing executive pada PT. Nusantara Sakti - Demak.

3. Bagi Pihak Universitas Stikubank Semarang (UNISBANK)

Dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut guna untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang komunikasi kerja, budaya perusahaan dan stress kerja terhadap kinerja karyawan bagian marketing executive pada PT. Nusantara Sakti – Demak.

b. Kegunaan Teoritis

1. Dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen sumber daya manusia mengenai komunikasi, budaya organisasi, stress kerja dan kinerja karyawan

2. Penelitian ini diharapkan dapat member informasi kepada pembaca untuk mengetahui Komunikasi, Budaya Organisasi dan Stress Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT Nusantara Sakti Demak.