

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia otomotif di Indonesia berkembang pesat dimana kebutuhan akan kendaraan sudah tidak bersifat sekunder lagi melainkan menjadi kebutuhan primer. Sebagai contoh kebutuhan kendaraan, dimana setiap manusia pada saat ini membutuhkan kendaraan untuk melakukan berbagai aktivitasnya sehari-hari. Kendaraan bermotor merupakan alat yang paling dibutuhkan sebagai media transportasi. Kendaraan dibagi menjadi dua macam yaitu kendaraan umum dan pribadi (Amin, 2011). Kendaraan umum merupakan kendaraan yang digunakan untuk angkutan massal, baik itu manusia maupun barang-barang, seperti bus, kereta api dan angkutan umum. Kendaraan pribadi adalah kendaraan yang digunakan sehari-hari untuk kepentingan pribadi, seperti mobil dan sepeda motor. Pesatnya kemajuan zaman membuat kendaraan bermotor sangat dibutuhkan sebagai media transportasi, Kendaraan bermotor seperti mobil semakin menjadi alat transportasi yang dapat digunakan untuk mempermudah masyarakat melakukan aktifitas sehari-hari.

Mobil merupakan alat transportasi roda empat yang digerakkan oleh tenaga mesin dengan menggunakan bahan bakar bensin atau solar yang mempunyai bentuk tertentu. Mobil merupakan salah satu alat transportasi yang banyak digunakan oleh masyarakat, karena dengan menggunakan mobil seseorang dapat bepergian ke suatu tempat dengan nyaman dan terlindung dari cuaca yang tidak bersahabat seperti hujan atau panas terik matahari.

Indonesia merupakan salah satu negara yang mengalami peningkatan jumlah penduduk yang pesat dari tahun ke tahun, dengan meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia maka kebutuhan akan kendaraan juga bertambah. Tingkat penjualan mobil di Indonesia saat ini menduduki peringkat tertinggi di Asia Tenggara, diikuti oleh Thailand, Malaysia dan Filipina. Di zaman globalisasi saat ini perkembangan industri otomotif khususnya mobil di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat besar dan terus mengalami kenaikan yang cukup

signifikan. Dalam menghadapi perkembangan industri otomotif di zaman globalisasi ini maka industri harus memiliki kemampuan dalam meningkatkan organisasinya secara optimal agar dapat bertahan dalam lingkungan persaingan (Pujihartono, 2015).

Salah satu faktor penunjang meningkatnya penjualan industri otomotif mobil di Indonesia yaitu dengan mengelola sumber daya manusia untuk dapat menghadapi persaingan dan mampu bekerja dengan cepat. Sumber daya manusia sendiri adalah aset penting yang harus dimiliki perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi. Oleh sebab itu, karyawan harus dipekerjakan semaksimal mungkin untuk dapat mencapai tujuan organisasi karena komponen penting di dalam organisasi adalah sumber daya manusia itu sendiri (Hasibuan, 2012).

Menurut Robbins dan Judge (2011) setiap organisasi memiliki tujuan tersendiri sehingga dalam mewujudkan tujuan tersebut, organisasi memerlukan komitmen yang kuat dari karyawan. Oleh karena itu, organisasi harus selalu menjaga komitmen karyawan. Komitmen sendiri merupakan faktor utama sebagai pengikat di hati karyawan sehingga memutuskan untuk tetap bertahan dalam organisasi dan memberikan kontribusi pada kinerja organisasi (Rahmani, 2014).

Sedangkan menurut Wibowo (2015), arti komitmen adalah menjadikan seorang individu sebagai loyalitas kerja dalam sebuah organisasi. Individu sendiri dengan komitmen organisasional yang tinggi dapat mengidentifikasi dengan sangat teliti dan merasa dirinya bangga dapat dipertimbangkan sebagai anggota organisasi. Di sebuah organisasi, komitmen karyawan menjadi hal yang sangat penting dalam dunia kerja karena komitmen organisasi yang rendah akan mengakibatkan niat karyawan yang tinggi untuk meninggalkan organisasi.

Menurut Wirawan (dalam Udriyah, 2017), *turnover* sendiri adalah hal penting untuk mengetahui perpindahan karyawan yang keluar dari perusahaan dalam waktu satu periode baik itu dilakukan secara sukarela dari keinginan karyawan itu sendiri maupun secara tidak sukarela yang terjadi ketika karyawan dipecat atau pemutusan hubungan kerja. *Turnover* akan mempengaruhi kinerja, efektivitas dan produktivitas dalam organisasi sehingga akan mengganggu stabilitas perusahaan yang saat ini sedang menghadapi persaingan bisnis. Tingkat *turnover* yang rendah

artinya semakin sedikit aktivitas pergantian karyawan suatu perusahaan. Semakin rendahnya tingkat *turnover* karyawan maka akan semakin tinggi komitmen organisasional karyawan. Selain berpengaruh pada *turnover*, tingkat tinggi rendahnya komitmen organisasional juga memiliki pengaruh terhadap kinerja karyawan.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Irbayuni (2012) juga menyatakan hal serupa bahwa komitmen karyawan berpengaruh terhadap *turnover* karyawan. Komitmen organisasi yang rendah akan menurunkan keinginan dan rasa kesungguhan seseorang dalam bekerja sehingga akan mempengaruhi kinerja karyawan dan perusahaan serta akan meningkatkan keinginan karyawan untuk keluar dari tempat kerja tersebut.

Wawancara peneliti lakukan kepada bapak Unggul Asmana selaku staff marketing di PT. Astra International Tbk- Daihatsu di Jalan Majapahit No. 111-117 Semarang yang merupakan perusahaan bergerak di bidang industri penjualan otomotif mobil. Dalam wawancara yang telah dilakukan tersebut, peneliti menemukan masalah pada karyawan yaitu karyawan tidak dapat mencapai target penjualan sehingga mendapatkan sanksi surat peringatan, surat peringatan akan diberikan sebanyak tiga kali, setelah ketiga surat peringatan tersebut diberikan namun karyawan tetap tidak mencapai target penjualan yang diharapkan perusahaan tidak maksimal maka perusahaan akan memutuskan hubungan kerja. Masalah lainnya yang terdapat di dalam perusahaan adalah karyawan yang mengundurkan diri karena mendapatkan pekerjaan yang lebih baik.

Tabel 1.1
Data Turnover PT. Astra International Tbk-Daihatsu Cabang Majapahit Semarang Tahun 2018

Bulan	Total Karyawan	Karyawan Masuk	Karyawan Keluar
Januari	32	-	1
Februari	31	1	3
Maret	29	-	2
April	27	-	-
Mei	27	3	-
Juni	30	2	-
Juli	32	-	1
Agustus	31	-	5
September	26	2	2
Oktober	27	1	1
November	27	4	2
Desember	29	5	3
Jumlah	348	18	20

Sumber: Data Internal PT. Astra International Tbk-Daihatsu Cabang Majapahit Semarang (2018)

Dari data *turnover* yang didapat pada Tabel 1.1 dapat dihitung persentase tingkat *turnover* karyawan pada PT. Astra International Tbk-Daihatsu Cabang Majapahit Semarang dengan menggunakan rumusan LTO (*Labour Turnover*). Rumusan perhitungan untuk mengetahui besarnya *turnover* yakni sebagai berikut:

$$\text{Turnover} = \frac{(\text{karyawan keluar})}{(\text{karyawan awal} + \text{karyawan akhir}) : 2} \times 100\%$$

$$\text{Turnover} = \frac{(20)}{(32+29) : 2} \times 100\% = 0,59\%$$

Tabel 1.1 di atas menjelaskan bahwa pada tahun 2018 jumlah karyawan baru yang masuk lebih rendah daripada jumlah karyawan yang keluar dari PT. Astra International Tbk- Daihatsu Majapahit Semarang, dimana pada akhir tahun 2018 jumlah karyawan yang keluar sebanyak 20 orang dan karyawan baru yang masuk sebanyak 18 orang. Selain itu, setiap bulan di tahun 2018 terlihat ada karyawan yang keluar kecuali pada bulan April sampai dengan Juni. Pada perhitungan persentase tingkat *turnover* karyawan PT. Astra International Tbk-Daihatsu cabang Majapahit, Semarang diperoleh persentase sebesar 0,59%. Berdasarkan permasalahan tersebut maka dapat diketahui bahwa kurangnya

komitmen organisasi karyawan pada PT. Astra International Tbk-Daihatsu cabang Majapahit, Semarang. Oleh sebab itu, perlu meningkatkan komitmen organisasional guna memperbaiki *skill* para karyawan salah satunya dengan melakukan pelatihan dan motivasi terhadap karyawan. Pihak pemimpin perlu memberikan motivasi kepada karyawan untuk lebih mengikuti SOP (Standar Operasional Perusahaan) PT. Astra International Tbk Daihatsu cabang Majapahit, Semarang agar tujuan perusahaan dan karyawan terlaksana dengan baik.

Dari permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul “**Analisis Komitmen Organisasional Karyawan Penjualan di PT. Astra International Tbk-Daihatsu Cabang Majapahit, Semarang**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan di atas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: “Bagaimana deskripsi komitmen organisasional karyawan penjualan di PT. Astra International Tbk-Daihatsu Cabang Majapahit Semarang?”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui komitmen organisasional karyawan penjualan di PT. Astra International Tbk-Daihatsu Cabang Majapahit Semarang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat diharapkan untuk menambah informasi dan referensi pembaca, sehingga dapat meningkatkan pengetahuan mengenai komitmen organisasional pada perusahaan dan juga universitas.

2. Bagi Praktisi

Dari hasil penelitian ini bisa disimpulkan menjadi masukan yang bermanfaat bagi perusahaan agar dapat memperhatikan kinerja karyawan penjualan.

1.4 Sistematika Penulisan

Bab I, merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan pada penelitian ini.

Bab II, berisikan landasan teoritis yang menguraikan berbagai teori yang ada dalam penelitian ini, konsep, dan penelitian sebelumnya, kerangka pikir penelitian, hipotesis dan definisi operasional dari setiap variabel.

Bab III, metode penelitian yang berisi populasi, sampel, teknik sampling yang digunakan, metode pengumpulan data dan alat analisis data yang digunakan dalam mengolah penelitian ini.

Bab IV, merupakan hasil dan analisis dan analisis data yang menguraikan berbagai perhitungan yang diperlukan untuk menjawab permasalahan yang diajukan dalam penelitian dan pembahasannya.

Bab V, kesimpulan dan saran yang diberikan terkait dengan hasil penelitian.

