

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Didalam era globalisasi ini dimana tingkat persaingan usaha yang semakin tinggi ini perusahaan dituntut untuk meningkatkan pemasarannya guna menguasai pasar yang ada. Disamping itu adanya krisis moneter yang melanda di Indonesia saat ini sedikit banyak berdampak pada perusahaan di Indonesia khususnya perusahaan-perusahaan yang bergantung pada mata uang asing, untuk itu para pengusaha Indonesia dituntut untuk dapat menemukan strategi-strategi untuk dapat mengembangkan usahanya dan menyiasati agar krisis moneter tidak membawa pengaruh berarti bagi perusahaannya.

Didalam Marketing Strategy kita mengenal beberapa cara untuk meningkatkan penjualan dalam rangka menguasai pasar, antara lain yaitu melalui iklan, dimana dengan iklan ini para perusahaan dapat menggunakan media TV, radio, majalah, koran, dan tabloid guna memperkenalkan produk perusahaan tersebut dan hal itu berakibat pada peningkatan permintaan terhadap produk. Disamping itu perusahaan juga dapat melakukan cara-cara lain guna meningkatkan penjualan, antara lain dengan melakukan pembenahan dari dalam yaitu tenaga penjualannya (salesman). Pembenahan tenaga penjualan perusahaan tersebut dilakukan perusahaan dengan cara memberikan upah atau komisi yang bertujuan agar meningkatkan penjualan yang dilakukan oleh salesman tersebut.

Tabel 1.1. Pendapatan Komisi Salesman Per Semester

Tahun 1989 – 1998

(dalam Rupiah)

Salesman	1989		1990		1991		1992		1993	
	Semester 1	Semester 2	Semester 3	Semester 4	Semester 5	Semester 6	Semester 7	Semester 8	Semester 9	Semester 10
Pendapatan Komisi	3.110.000	3.115.000	3.160.000	3.180.000	3.215.000	3.215.000	3.400.000	3.450.000	3.525.000	3.525.000

Salesman	1994		1995		1996		1997		1998	
	Semester 11	Semester 12	Semester 13	Semester 14	Semester 15	Semester 16	Semester 17	Semester 18	Semester 19	Semester 20
Pendapatan Komisi	3.550.000	3.500.000	3.625.000	3.600.000	3.525.000	3.525.000	3.565.000	3.565.000	3.590.000	3.590.000

Sumber : Intern Perusahaan

Pada perusahaan bengkel “X” di Surabaya yang bergerak dalam usaha bengkel pada tahun 1989-1996 perusahaan memberikan komisi/bonus sebesar 2%-5% kepada salesman setiap bulan dihitung dari keuntungan yang telah diperoleh perusahaan. Tabel pendapatan salesman pada tahun 1989-1996 bisa dilihat pada Tabel 1.1. Tahun 1997-1998 perusahaan meningkatkan komisi penjualan dari 2%-5% menjadi 6%-10% dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan yang dilakukan oleh tenaga penjualan perusahaan. Tabel pendapatan komisi salesman tahun 1997-1998 dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Dari tabel pada Tabel 1.1 dapat kita lihat bahwa terjadi kenaikan pendapatan salesman dari tahun 1989-1996. Disamping itu perusahaan juga melakukan peningkatan upah. Berikut ini tabel upah dari tahun 1989-1998 bisa dilihat pada Tabel 1.3.

Hal ini bisa dilakukan karena adanya perubahan rata-rata upah yang telah ditetapkan pemerintah.

Dengan peningkatan komisi dan upah tersebut berdampak pada peningkatan penjualan usaha bengkel berikut ini tabel pendapatan penjualan 1989 – 1998.

Tabel 1.2. Pendapatan Penjualan Usaha Bengkel Perusahaan “X”

Tahun 1989 – 1998

(jutaan rupiah)

Bulan	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Semester ganjil	176	181	189	196	201	203	205	203	206	209
Semester genap	178	182	189	197	201	201	198	206	206	209

Sumber : Data intern perusahaan

Tabel 1.3. Upah Salesman Per Semester

Tahun 1989 – 1998

(dalam Rupiah)

Salesman	1989		1990		1991		1992		1993	
	Semester 1	Semester 2	Semester 3	Semester 4	Semester 5	Semester 6	Semester 7	Semester 8	Semester 9	Semester 10
Total Upah	8.400.000	8.400.000	9.200.000	9.600.000	9.900.000	10.100.000	11.000.000	11.100.000	11.300.000	11.550.000

Salesman	1994		1995		1996		1997		1998	
	Semester 11	Semester 12	Semester 13	Semester 14	Semester 15	Semester 16	Semester 17	Semester 18	Semester 19	Semester 20
Total Upah	12.180.000	12.180.000	13.335.000	13.335.000	13.020.000	13.020.000	15.860.000	13.860.000	14.910.000	14.910.000

Sumber : Intern Perusahaan

Atas dasar tersebut penulis tertarik untuk mengambil judul skripsi tentang pengaruh komisi dan upah bagi karyawan pemasaran terhadap hasil penjualan pada perusahaan bengkel “X” di Surabaya.

1.2. Rumusan Masalah

Bertitik tolak pada latar belakang masalah diatas dapat diambil suatu perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah komisi penjualan dan upah secara bersama-sama mempengaruhi hasil penjualan pada perusahaan Bengkel “X” di Surabaya.
2. Manakah diantara komisi dan upah yang berpengaruh dominan terhadap hasil penjualan pada perusahaan Bengkel “X” di Surabaya.

1.3. Tujuan Penulisan

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui apakah komisi dan upah secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap hasil penjualan.
2. Mengetahui manakah diantara upah dan komisi yang berpengaruh dominan terhadap hasil penjualan.

1.4. Manfaat Penulisan

a. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penulisan ilmiah ini diharapkan dapat dijadikan sebagai studi banding antara teori dan aplikasi khususnya dalam bidang marketing sehingga ilmu

pengetahuan tersebut lebih berkembang dan lebih lengkap dari pada sebelumnya.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai sumbangan pemikiran bagi pimpinan perusahaan yang sekiranya dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk menentukan suatu kebijaksanaan dan untuk mengambil tindakan koreksi yang diperlukan.

c. Bagi Penulis

Sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis didalam dunia kerja yang diambil.

d. Bagi Lembaga

Hasil penulisan setelah dipresentasikan akan diserahkan keperpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dengan harapan dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa lain yang hendak menyusun karya ilmiah dibidang yang sama. Dalam hal ini diasumsikan seluruh salesman dalam keadaan yang sama.

1.5. Sistematika Skripsi

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mencoba mengatur sedemikian rupa secara sistematis dan saling berhubungan satu sama lain serta pula saling melengkapi, oleh karena itu skripsi ini disusun sebagai berikut :

Bab 1 : Pendahuluan

Pada bab ini penulis akan mengemukakan gambaran keseluruhan dari skripsi ini antara lain :

1.1. Latar belakang.

Menjelaskan apa yang melandasi penulis untuk mengambil permasalahan ini.

1.2. Rumusan masalah.

Menjelaskan masalah-masalah yang timbul dari latar belakang tersebut.

1.3. Tujuan penelitian.

Mengungkapkan tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini.

1.4. Manfaat penelitian.

Menjelaskan kegunaan/manfaat yang dapat diambil oleh pihak lain dari hasil penelitian ini.

1.5. Sistematika skripsi

Berisi penjelasan singkat bab-bab skripsi yang ditulis.

Bab 2 : Tinjauan Kepustakaan.

Dalam tinjauan kepustakaan penulis menjelaskan tentang landasan teori yang diantaranya berisi :

2.1. Landasan Teori

2.2. Hipotesis

Bab 3 : Metodologi Penelitian

3.1. Desain penelitian

Berisi rancangan penelitian yang dilakukan penulis

3.2. Identifikasi Variabel

Berisikan variabel-variabel yang digunakan.

3.3. Pengukuran data

Berisikan cara-cara yang digunakan dalam mengukur data.

3.4. Definisi operasional

Berisikan definisi dari variabel-variabel yang digunakan.

3.5. Jenis dan sumber data

Berisi sumber-sumber data yang didapat oleh penulis

3.6. Alat dan metode pengumpulan data

Berisikan cara-cara yang digunakan dalam mendapatkan informasi.

3.7. Sampel dan teknik pengambilan sampel

Berisi penentuan batas sampel yang dilakukan oleh penulis

3.8. Teknik analisa data

Berisi teknik analisis yang dapat digunakan dalam penelitian

Bab 4 : Analisis dan Pembahasan

4.1. Sejarah Singkat Perusahaan

4.2. Struktur Organisasi

Berisikan struktur organisasi yang ada atau digunakan pada perusahaan itu.

4.3. Tujuan perusahaan

4.4. Macam produk

Berisikan macam-macam produk yang dapat dibuat dan dihasilkan perusahaan.

- 4.5. Kegiatan marketing
- 4.6. Proses penilaian kinerja karyawan
- 4.7. Bentuk-bentuk kompensasi yang diberikan perusahaan
- 4.8. Pembahasan

Berisikan pembahasan masalah dan cara penyelesaiannya.

Bab 5 : Kesimpulan dan Saran

Bab terakhir ini berisi terdiri dari 2 sub bab yaitu :

1. Kesimpulan
2. Saran

