

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kinerja pada dasarnya adalah apa yang dilakukan *Sales Promotion Girl* (SPG) sehingga mempengaruhi seberapa banyak mereka berkontribusi kepada organisasi atau perusahaan. Kinerja *Sales Promotion Girl* (SPG) yang tidak baik secara langsung akan mempengaruhi kinerja perusahaan sehingga mengganggu stabilitas perusahaan. Apabila permasalahan tersebut tidak diatasi dengan baik akan menyebabkan terganggunya pencapaian tujuan organisasi. Oleh karena itu, diperlukan berbagai pendekatan dengan melakukan komunikasi yang baik antara perusahaan dan karyawannya untuk mengatasi masalah tersebut.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja yaitu faktor kemampuan, faktor motivasi, faktor upah (gaji)¹. Faktor-faktor tersebut yang menentukan besar kecilnya pembayaran insentif bagi karyawan di CV. Vitur Agency Yogyakarta. Pembayaran insentif/fee didapatkan dari hasil karyawan setelah melakukan pekerjaannya dengan prestasi yang diperolehnya. Sistem pembayaran insentif disesuaikan dengan UMR yang ada di daerahnya, serta disesuaikan dengan target yang diperoleh seorang karyawan.

Kehadiran seorang SPG biasanya ada dalam sebuah acara promosi dengan menyampaikan pesan kepada khalayak baik yang berupa acara

¹ Mangkunegara, A. A. Anwar Prabu., *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009, Hal: 37.

mobile *Road Trip* atau *Stand Exhibition* yang tujuannya adalah untuk menarik konsumen. Hal ini didasarkan pada penampilan pertama yang di tunjukkan oleh SPG dengan penampilan fisik yang memang biasanya menarik. Penampilan fisik yang menarik biasanya lebih diprioritaskan pada seorang SPG yang memiliki kriteria *good looking* atau bahkan *sexy*. Setelah melihat penampilan SPG dan dapat menyampaikan pesan dengan penawarannya yang menarik, biasanya calon pembeli berpikir untuk mencoba produk atau sekedar menerima sampel/brosur yang di sodorkan oleh SPG, di mana seorang SPG dengan berhasil untuk menjelaskan hal-hal yang dikomunikasikan kepada masyarakat.

CV. Vitur Agency Yogyakarta mengalami kendala pada *Sales Promotion Girl* (SPG) dalam menyampaikan pesan yang mudah diterima oleh masyarakat. Masih kurangnya komunikasi antara atasan dan bawahan, sehingga sering terjadi salah informasi yang menyebabkan perbedaan pendapat di antara para karyawan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan beberapa *Sales Promotion Girl* (SPG) di CV. Vitur Agency Yogyakarta pada tanggal 19 September 2016, diketahui bahwa kinerja *Sales Promotion Girl* (SPG) mengalami penurunan. Menurunnya kinerja *Sales Promotion Girl* (SPG) karena pihak CV. Vitur Agency Yogyakarta sering mengalami keterlambatan dalam pembayaran insentif, di mana perjanjian pembayaran insentif tidak tepat waktu yaitu sering mundur dari waktu yang telah disepakati bersama antara pihak perusahaan dan *Sales Promotion Girl* (SPG).

Menurunnya prestasi kerja *Sales Promotion Girl* (SPG) seperti yang telah disebutkan oleh *Public Relation CV. Vitur Agency Yogyakarta* disebabkan oleh beberapa hal, antara lain tingkat kedisiplinan dan kemampuan *Sales Promotion Girl* (SPG). Terkadang saat ini komunikasi intern tiap anggota kurang sepeham, hal tersebut yang menjadikan terkadang informasi yang disampaikan ke konsumen terkadang ada anggota yang belum tahu walaupun pada akhirnya publik memang sudah menerima. Kemampuan yang masih kurang maksimal dalam memberikan informasi kepada konsumen, sehingga ada beberapa perusahaan yang menggunakan jasa di *CV. Vitur Agency Yogyakarta* merasa kecewa dan kurang puas terhadap prestasi kerja *Sales Promotion Girl* (SPG).

Untuk meningkatkan prestasi kerja *Sales Promotion Girl* (SPG) dalam hal kedisiplinan, *CV. Vitur Agency Yogyakarta* gaya kepemimpinan yang berhubungan dengan metode pembayaran insentif. Di mana cara pembayarannya lebih tepat waktu, pembagian sesuai kesepakatan sebelumnya, sehingga prestasi kerja SPG dan disiplin kerjanya lebih meningkat. Istilah sistem insentif pada umumnya digunakan untuk menggambarkan rencana-rencana pembayaran upah yang dikaitkan secara langsung atau tidak langsung dengan berbagai standar kinerja *Sales Promotion Girl* (SPG) atau profitabilitas organisasi. Insentif merupakan komponen dari kompensasi dan keduanya sangat menentukan dalam pencapaian tujuan dan sasaran organisasi secara keseluruhan.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang menyangkut kinerja *Sales Promotion Girl* (SPG) dengan judul “Gaya Kepemimpinan yang berkaitan dengan *Sales Promotion Girl* (SPG) di CV. Vitur Agency Yogyakarta Periode September 2016-Maret 2017”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah adalah Bagaimana gaya kepemimpinan dalam pembayaran insentif bagi *Sales Promotion Girl* (SPG) di CV. Vitur Agency Yogyakarta periode September 2016-Maret 2017?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka permasalahan pada penelitian ini dibatasi untuk menghindari terjadinya pembahasan yang terlalu luas. Penulis membatasi masalah penelitian pada gaya kepemimpinan mengenai pembayaran insentif para *Sales Promotion Girl* (SPG) di CV. Vitur Agency Yogyakarta periode September 2016-Maret 2017.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya kepemimpinan dalam pembayaran insentif bagi *Sales Promotion Girl* (SPG) di CV. Vitur Agency Yogyakarta periode September 2016-Maret 2017.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Informasi yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan dibidang ilmu komunikasi terhadap manajemen sumberdaya manusia pada khususnya dan sebagai referensi biladiadakan penelitian lebih lanjut khususnya pada pihak yang ingin mempelajari mengenai gaya kepemimpinan tentang pembayaran insentif para *Sales Pomotion Girl (SPG)* di Vitur Agency Yogyakarta.

2. Manfaat praktis

a. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan perusahaan sebagai sumber informasi mengenai manfaat gaya kepemimpinan berkaitan dengan pembayaran insentif karyawan.

b. Bagi karyawan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan yang lebih banyak kepada karyawan dalam bekerja di perusahaan agar kinerja dan kualitas pelayanan publiknya semakin baik.

c. Bagi peneliti

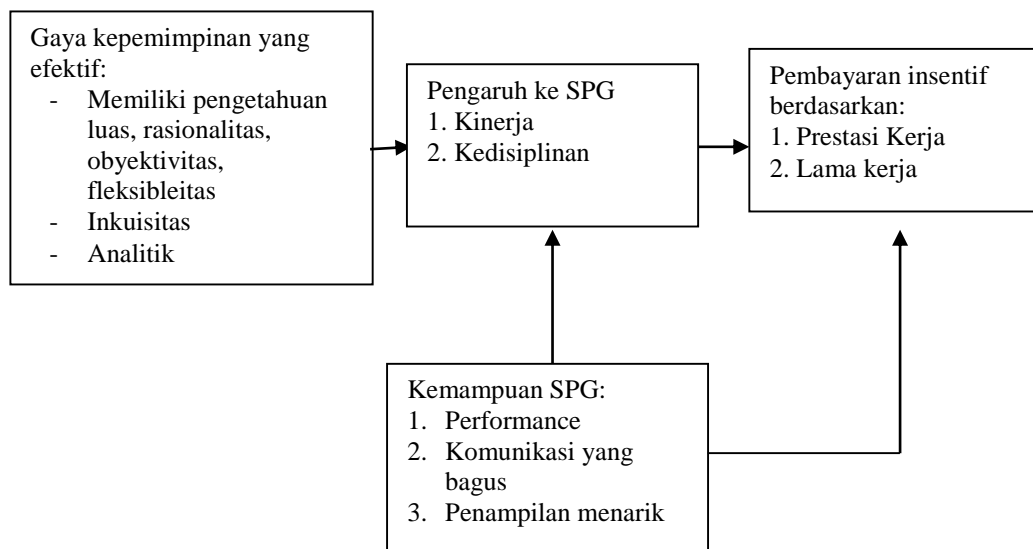
Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman penulis dalam bidang penelitian mulai dari pengumpulan data, pengolahan data hingga penyajian dalam bentuk laporan.

d. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi pada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan ilmu komunikasi tentang manajemen sumber daya manusia.

1.6 Kerangka Teori

Kerangka teori dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Teori²

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan model penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti. Penelitian kualitatif berhubungan

² Mangkunegara, A. A. Anwar Prab, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009.

dengan ide, persepsi, pendapat, atau kepercayaan orang yang diteliti; kesemuanya tidak dapat diukur dengan angka³.

Penelitian kualitatif merupakan suatu proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial berdasarkan pada penciptaan gambaran *holistic* lengkap yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar alamiah⁴. Dari pendapat di atas, maka dapat diketahui bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan apabila faktor penelitian tidak dapat dikuantifikasikan atau tidak dapat dihitung sehingga variabel tidak dapat diungkapkan dengan angka seperti persepsi, pendapat, anggapan dan sebagainya.

Dalam penelitian deskriptif ini, peneliti nantinya akan melakukan evaluasi terhadap segala sesuatu yang telah dikerjakan Humas CV. Vitur Agency Yogyakarta untuk membentuk komunikasi organisasi pada gaya kepemimpinan yang berkaitan dengan SPG dalam menganalisis pembayaran insentif.

1.7.2 Subjek dan Objek Penelitian

3. Subjek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah *Sales Promotion Girl* (SPG) yang bekerja di CV, Vitur Agency Yogyakarta antara lain SPG yang sudah bekerja lebih dari 4 tahun, SPG yang berstatus masih mahasiswa dan

³ Sulisty-Basuki, *Metode Penelitian*, Wedatama Widya, Jakarta, 2006, Hal: 78.

⁴ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, PT. Refika Aditama, 2009, Hal: :41.

informan di CV. Vitur Agency Yogyakarta sesuai masalah yang peneliti ambil, yaitu:

- a. Bapak Guntur Setiadji, SE., selaku Pimpinan/owner CV. Vitur Agency Yogyakarta.
- b. Ibu Eny Lucianti, selaku Manajer Operasional di CV. Vitur Agency Yogyakarta.
- c. Wenefrida Putri, selaku SPG.
- d. Rikha Amoy, selaku SPG.
- e. Wiwin Fitriani, selaku SPG.
- f. Ayu Fathonah, selaku SPG.

4. Objek Penelitian

Fenomena atau masalah penelitian yang telah menjadi suatu konsep atau variabel disebut sebagai objek penelitian⁵. Objek dalam penelitian ini adalah tentang gaya kepemimpinan dalam pembayaran insentif bagi SPG (*Sales Promotion Girl*) di CV. Vitur Agency yang beralamat di Jalan Ringroad Barat No. 78 Yogyakarta.

1.7.3. Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan bahan penting yang digunakan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan atau menguji hipotesis dan mencapai tujuan penelitian. Pengumpulan data adalah satu proses mendapatkan data empiris melalui

⁵ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, PT. Refika Aditama, 2009, Hal: :48.

responden dengan menggunakan metode tertentu⁶. Teknik pengumpulan data melalui:

1. Observasi Partisipan

Pada observasi ini, peneliti mengamati peristiwa, kejadian, pose, dan sejenisnya disertai dengan daftar yang perlu diobservasi⁷. Peneliti melakukan pengamatan langsung dengan membawa data observasi yang telah disusun sebelumnya untuk melakukan pengecekan kemudian peristiwa yang diamati dicocokkan dengan data observasi.

Observasi dalam penelitian ini adalah melakukan pengamatan kepada semua subyek penelitian, tentang fenomena-fenomena yang dirasakan oleh subyek penelitian, sehingga peneliti dapat mengetahui dan menggali sesuai dengan tema dalam penelitian ini.

2. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur dirancang sama pedoman wawancara, hanya saja bukan pertanyaan tertulis yang diajukan tetapi pertanyaan lisan yang dilakukan oleh seorang pewawancara yang merekam jawaban responden. Pewawancara memiliki sejumlah pertanyaan yang telah disusun dan mengadakan wawancara atas dasar atau panduan pertanyaan tersebut. Subjek penelitian, yaitu SPG yang memenuhi kriteria pemilihan informan, pimpinan dan manajer operasional CV. Vitur Agency Yogyakarta.

⁶ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, PT. Refika Aditama, Bandung, 2009,

⁷ Sulistyio-Basuki, *Metode Penelitian*, Wedatama Widya, Jakarta, 2006, Hal: 98-100.

3. Dokumentasi

Peneliti melakukan dokumentasi pelaksanaan kegiatan penelitian melalui foto atau gambar, sebagai bukti fisik pelaksanaan penelitian. Dokumentasi yang diambil dalam penelitian ini adalah gambar atau foto peneliti saat mewawancarai informan, profil CV. Vitur Agency Yogyakarta, dokumen-dokumen yang berhubungan dengan tema penelitian ini. Dokumen lain adalah bukti fisik yang diperoleh dari CV. Vitur Agency Yogyakarta.

4. Tinjauan Literatur

Peneliti membaca buku-buku yang dapat membantu peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data yang relevan dengan penelitian ini. Tinjauan literatur yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersumber pada buku-buku di perpustakaan maupun sumber lain yang diperoleh dari internet.

1.7.4 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klasifikasi. Menurut Miles dan Huberman, kegiatan analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi, berikut ini adalah teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti⁸:

⁸ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, PT. Refika Aditama, Bandung, 2009, Hal. 200.

5 Reduksi Data

Reduksi data bukanlah suatu hal yang terpisah dari analisis. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Kegiatan reduksi data berlangsung terus-menerus, terutama selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung atau selama pengumpulan data.

6 Triangulasi

Selain menggunakan reduksi data peneliti juga menggunakan teknik Triangulasi sebagai teknik untuk mengecek keabsahan data. Di mana dalam pengertiannya triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian⁹. Penyajian data yang sering digunakan untuk data kualitatif pada masa yang lalu adalah dalam bentuk teks naratif dalam puluhan, ratusan, atau bahkan ribuan halaman.

7 Menarik Kesimpulan

Kegiatan analisis ketiga adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan yang mula-mulanya belum jelas akan meningkat menjadi lebih terperinci. Kesimpulan-kesimpulan “final” akan muncul bergantung pada besarnya kumpulan-kumpulan catatan lapangan, pengkodeannya, penyimpanan, dan metode pencarian ulang yang digunakan, kecakapan

⁹ Moloeng, Lexy. J, *Metode penelitian kualitatif edisi revisi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.hal. 330.

peneliti, dan tuntutan pemberi dana, tetapi sering kali kesimpulan itu telah sering dirumuskan sebelumnya sejak awal.