

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **Latar belakang masalah**

Di Indonesia, ada banyak perusahaan-perusahaan yang terus berkembang pesat dengan tujuan mampu bersaing dan memenuhi kebutuhan pasar melalui hasil produksi, baik produk ataupun jasa. Sumber daya manusia merupakan salah satu hal yang paling penting yang dimiliki oleh perusahaan, karena sumber daya yang cukup, akan mampu membantu dalam mengoperasionalkan tujuan-tujuan perusahaan untuk mencapai visi dan misi yang telah dibuat oleh perusahaan.

Keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh sumber daya manusia, yaitu karyawannya. Yuniastuti (2011) mengatakan sumber daya manusia menempati posisi yang amat penting karena manusia merupakan motor penggerak usaha perusahaan. Oleh karena itu manajemen sumber daya manusia harus dilaksanakan secara terorganisir agar tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif dan efisien. Hal ini karena karyawan yang rela memberikan tenaga, pikiran, waktu mereka untuk mampu memajukan dan membantu perusahaan untuk terus berjalan. Sehingga perusahaan memiliki pemasukan dari hasil yang telah dicapai oleh karyawan.

Di perusahaan ada salah satu jabatan karyawan didalam bidang *sales marketing* ataupun penjualan barang kepada konsumen. *Sales marketing* merupakan bagian mencari pelanggan. Syamsurizal (2016) menjelaskan

bahwa kinerja *sales marketing* sangat perlu diperhatikan dan dibahas karena *sales marketing* merupakan konstruksi yang menggambarkan penerapan strategi perusahaan dalam memperoleh pelanggan sehingga *sales marketing* menjadi pekerjaan yang sangat penting. Sales marketing diartikan sebagai bagian atau divisi dari suatu perusahaan yang menangani penjualan dan pemasaran dari produk yang dihasilkan, Sihite (1996). Jadi sales marketing adalah bagian yang menangani penjualan dan pemasaran dalam suatu perusahaan. Juang dan Swaryputri (2017) menjelaskan tugas sales marketing itu sendiri adalah untuk menetapkan produk, mempromosikan produk, mendistribusikan barang kepada konsumen, dan menetapkan harga, dari penjelasan di atas *sales marketing* merupakan salah satu aset penting dan sebagai ujung tombak di dalam sebuah perusahaan Sirait (2006) menjelaskan bahwa tanpa adanya *sales marketing* maka perusahaan tidak dapat menjualkan atau menawarkan barangnya kepada Konsumen sehingga mampu menimbulkan kerugian pada perusahaan itu sendiri.

*Sales marketing* merupakan salah satu profesi pekerjaan yang memiliki tingkat kesulitan yang sangat tinggi, hal ini karena pekerjaan penuh dengan tantangan dan hambatan dalam menjalankan tugas yang dijalankan *sales marketing*. Syamsurizal (2016) menjelaskan bahwa ada beberapa hambatan yang dimiliki *sales marketing* antara lain kurangnya pemahaman karyawan dalam hal ini *sales marketing* terhadap RAP (result and action plan) yang dibuat perusahaan, *sales marketing* kesulitan dalam mereview semua

pekerjaan yang telah tercapai atau pekerjaan yang belum tercapai untuk kemudian diperbaiki untuk memenuhi tujuan yang telah direncanakan, kurangnya jaringan yang luas untuk mendistribusikan barang yang telah diproduksi. Selain itu berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap karyawan *sales marketing* menunjukkan bahwa dari perusahaan sendiri *sales marketing* dituntut untuk bekerja memenuhi target penjualan yang telah ditentukan oleh perusahaan, belum lagi dari konsumen jika merasa tidak puas produk yang mereka beli, otomatis mereka akan komplain kepada *sales marketing*. Stefani dan Margaretha (2006) tuntutan pekerjaan yang dilakukan *sales marketing* mempersyaratkan bahwa memiliki mental yang cukup dan stamina yang baik agar memiliki produktivitas kerja yang optimal. Karena hal ini sering sekali *sales marketing* dituntut untuk memiliki produktivitas yang tinggi.

Memiliki karyawan yang produktif dalam bekerja merupakan salah satu tujuan yang hendak di capai oleh perusahaan. Simamora (2004) Mengatakan bahwa produktivitas kerja merupakan kemampuan untuk memperoleh manfaat dari apa yang dikerjakan dan kemudian memberikan hasil yang baik

Simamora (2004) mendefenisikan bahwa aspek produktivitas kerja antara lain, kualitas kerja hasil yang didapat oleh karyawan dengan menghasilkan mutu dari suatu produk jasa yang dihasilkan, ketepatan waktu berkaitan dengan pekerjaan yang mampu mencapai tujuan yang dicapai,

kuantitas kerja hasil yang dicapai karyawan sesuai dengan ketentuan standar yang diberikan oleh perusahaan. Mayang dan Cholicul (2012) mengatakan bahwa di Indonesia memiliki produktivitas tenaga kerja yang rendah. Saat ini, tingkat produktivitas dunia usaha di Indonesia berada pada peringkat 58, jauh dibawah Negara tetangga di Asia Tenggara seperti Thailand yang berada pada peringkat 27 maupun Malaysia pada posisi 18. Sama halnya penelitian yang dilakukan oleh Joacmin di Jermann (2007) menyebutkan bahwa produktivitas industri di Jerman hanya sebesar 67 %.

Pada saat melakukan wawancara kepada 4 subjek pada hari Jumat, 29 November 2019, Senin, 2 Desember 2019, dan Jumat 7 Februari 2020 dilanjutkan dengan 4 subjek lagi. Wawancara dilakukan terhadap karyawan yang bekerja didalam bidang *sales marketing*. Berdasarkan hasil wawancara terhadap 8 orang karyawan yang merupakan dari berbagai *brand* barang, dari hasil wawancara terdapat indikasi penurunan produktivitas kerja pada 5 orang subjek yang di wawancara. Ditandai dengan karyawan tidak memiliki pandangan yang baik terhadap pekejaanya, dimana hal tersebut karena semakin meningkat target yang ditetapkan setiap bulanya oleh perusahaan dan semakin rendah permintaan dari konsumen, dan karyawan menunjukkan penurunan pencapaian target dari setiap bulanya dan kurang memenuhi target untuk dicapai sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan, hal tersebut termasuk kedalam aspek produktivitas kerja yaitu kuantitas kerja dan ketepatan waktu. Dan dari hal tersebut karyawan menunjukkan bagaimana

subjek kurang mencintai pekerjaannya, subjek sering hanya singgah ke toko-toko yang telah ditetapkan oleh perusahaan untuk subjek kunjungi setiap minggunya. Hal tersebut dilakukan agar menjadi bukti bahwa telah mengunjungi toko tetapi subjek kurang menggambarkan barang yang akan ditawarkan kepada konsumen untuk menarik minat konsumen terhadap produk atau barang yang akan dijual hal tersebut menuju kepada produktivitas kerja yaitu kualitas kerja. Dari hasil wawancara tersebut perilaku subjek berhubungan dengan aspek produktivitas kerja yaitu kualitas kerja, ketepatan waktu dan kuantitas kerja.

Tohardi (2002) menyatakan bahwa karyawan yang produktif akan menunjukkan perilaku yang selalu mencari perbaikan yang telah ada, dan memberikan keyakinan terhadap semua yang dilakukan dan berpendapat bahwa pekerjaan yang dilakukan hari ini lebih baik dari pekerjaan yang dilakukan kemarin dan pekerjaan yang dilakukan pada hari esok akan menjadi lebih baik dari pada hari ini. Dalam hal ini karyawan yang dikatakan produktif tidak cepat merasa puas dengan pencapaian yang telah dihasilkan melainkan selalu memperbaiki kinerjanya untuk mencapai hasil yang lebih baik

Produktivitas Kerja sangat penting dalam sebuah organisasi karena bisa digunakan sebagai pengukuran keberhasilan dalam melakukan pekerjaan, Anoraga dan Suyati (2000). Produktif dalam melakukan pekerjaan dapat memberikan dampak positif bagi kedua belah pihak yakni perusahaan dan

*sales marketing* tersebut. Bagi perusahaan jika target yang ditetapkan terpenuhi maka akan menambah penghasilan dari perusahaan melalui barang yang berhasil ditawarkan oleh *sales marketing*, sedangkan bagi *sales marketing* jika target penjualan terpenuhi maka akan mendapatkan *reward* berupa bonus, mendapat promosi kenaikan pangkat, atau penghargaan berupa pujian dari atasan. Sebaliknya, jika karyawan kurang produktif dalam melaksanakan pekerjaan maka akan mengalami kerugian besar bagi perusahaan ataupun bagi *sales marketing* sendiri. Seperti hilangnya pemasukan bagi perusahaan dan bagi *sales marketing* menghambat dalam pencapaian target dan hilangnya kesempatan dalam mendapatkan *reward* yang akan diberikan perusahaan. Menurut Sedarmayanti (2001) Mengatakan bahwa produktivitas seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain. seperti, sikap kerja yang baik, tingkat keterampilan yang cukup baik, memiliki kebahagiaan dalam bekerja, memiliki hubungan yang baik antara pimpinan organisasi dengan tenaga kerja, memiliki manajemen yang baik didalam organisasi, efisiensi tenaga kerja, kewiraswastaan.

Berdasarkan faktor di atas, kebahagiaan menjadi salah satu pendukung untuk mempengaruhi produktivitas kerja. Seperti yang dikemukakan oleh Peter Warr (2007) dalam tulisan *Work, Happiness, Unhappiness* mengatakan bahwa jika individu tidak memiliki kebahagiaan di tempat kerja dan mengalami tekanan maka dapat menurunkan produktivitas dalam bekerja, dari hal tersebut dapat dilihat bahwa kebahagiaan menjadi salah satu hal yang

penting dimiliki dalam bekerja, jika tidak memiliki kebahagiaan pada saat menjalankan pekerjaan akan membuat penurunan produktivitas. kebahagiaan menjadi salah satu hal yang mempengaruhi dalam peningkatan produktivitas kerja. Seperti yang ditulis oleh Pryce & Jones (2010) individu yang bekerja dengan memiliki perasaan bahagia dapat memunculkan perasaan positif setiap waktu, karena individu tersebut mampu mengelola dan mempengaruhi kinerjanya sehingga memberikan kemampuan yang maksimal terhadap pekerjaannya dan hal tersebut tentu saja dapat berhubungan dengan peningkatan produktivitas kinerjanya.

Dari hasil wawancara langsung yang telah peneliti lakukan kepada karyawan *sales marketing* yang berdomisili di Yogyakarta pada tanggal 29 November 2019, 2 Desember 2019, dan 7 Februari 2020. Peneliti mendapatkan hasil bahwa *sales marketing* tersebut menunjukkan bahwa kurang terlibat dalam melakukan pekerjaan, *sales marketing* tersebut mengungkapkan bahwa terkadang merasa kurang optimis dengan pekerjaan yang dilakukan, dan memiliki kekhawatiran mengenai pencapaian yang hendak ditempuh setiap bulanya dan sering sekali *sales marketing* menarik diri dari kesulitan yang sedang dihadapi dalam menjalankan pekerjaan. Dari hasil wawancara tersebut *sales marketing* sudah memenuhi aspek dari kebahagiaan diantaranya terjalinnya hubungan positif, keterlibatan penuh, penemuan makna, optimis, dan individu yang resilien.

Dalam penelitian ini peneliti akan membahas mengenai kebahagiaan karena kebahagiaan merupakan hal yang dibutuhkan setiap dan terlebih terhadap individu dalam melaksanakan pekerjaan. Individu yang memiliki kebahagiaan dalam menjalankan pekerjaan akan memberikan peningkatan dalam melaksanakan pekerjaan karena dengan bahagia dalam memberikan semangat yang tinggi, dan kebahagiaan cenderung memberikan motivasi yang tinggi dalam bekerja. Hakim dan Septriani (2004) kebahagiaan menjadi bagian yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan manusia, karena kebahagiaan menjadi pendukung dalam melakukan segala sesuatu untuk menjadi lebih baik.

Seligman (2005) kebahagiaan merupakan konsep yang mengacu pada emosi positif yang dirasakan individu serta aktivitas-aktivitas positif yang disukai oleh individu. Seligman (2005) menjelaskan bahwa ada beberapa unsur dalam membentuk kebahagiaan yaitu : terjalin hubungan positif dengan orang lain, (seperti lingkungan, teman kerja). Keterlibatan penuh dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan, penemuan makna dalam keseharian atau mampu menemukan arti dari kegiatan yang dilakukan, dan memiliki optimis yang realistis

Kebahagiaan dalam bekerja akan memberikan banyak manfaat terhadap organisasi maupun individu. Fisher (2010) dalam penelitiannya *The great place work Insitute* mengatakan bahwa karyawan akan merasa bahagia ketika karyawan mempercayai orang-orang yang ada di tempat bekerja,

karyawan merasa bahagia ketika apa yang di kerjakan membuat dirinya bangga, dan karyawan merasa bahagia saat orang-orang yang bekerja dengannya membuat mereka nyaman. Kebahagiaan sangat penting dalam menjalankan pekerjaan terutama terhadap karyawan *sales marketing*, karena kebahagiaan berhubungan dengan *feedback* atau timbal balik yang di dapatkan dari perusahaan. Berdasarkan penelitian Oswald dkk (2008) dalam *Happiness and Productivity* melakukan penelitian terhadap 700 orang di Inggris menyatakan bahwa hubungan antara kebahagiaan dengan produktivitas kerja sangat signifikan, bahwa karyawan yang bahagia akan menghasilkan produktivitas yang tinggi, dalam penelitian tersebut karyawan yang memiliki kebahagiaan dalam bekerja terdapat kenaikan produktif dalam bekerja sebesar 12% dan karyawan yang kurang bahagia dalam bekerja mengalami penurunan produktivitas kerja sebesar 10%. Dengan hal tersebut menunjukkan bahwa karyawan yang bekerja dengan perasaan bahagia akan lebih produktif dibanding dengan karyawan yang kurang merasakan bahagia. Karyawan bahagia juga mampu menyelesaikan tugas lebih akurat dan berdampak positif dalam kinerja. Di sisi lain, karyawan tidak bahagia cenderung memiliki tingkat kehadiran rendah, juga lebih banyak memiliki kelelahan dan stress. Karyawan merasa bahagia selama bekerja cenderung melampaui harapan, mampu mencapai tujuan, dan berkinerja lebih tinggi daripada karyawan yang tidak bahagia. Selain itu karyawan bahagia juga

dinilai lebih kreatif. Dari pembahasan tersebut peneliti tertarik apakah ada hubungan antara kebahagiaan dengan produktivitas kerja ?.

### **B. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kebahagiaan dan produktivitas kerja pada *sales marketing* di Yogyakarta.

### **C. Manfaat penelitian**

#### **1. Manfaat teoritis**

penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan di bidang psikologi klinis, psikologi industri dan organisasi, serta bermanfaat bagi pengembangan penelitian mengenai kebahagiaan, produktivitas kerja, pada *sales marketing*.

#### **2. Manfaat Praktis**

Informasi dari hasil penelitian ini dapat di manfaatkan oleh karyawan terlebih terhadap *sales marketing* yang bekerja dalam rangka meningkatkan produktivitas kerja dengan cara meningkatkan kebahagiaan dari dalam diri.