

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis ritel merupakan keseluruhan aktivitas penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadinya dan bukan digunakan untuk keperluan bisnis atau diproses lebih lanjut. Setiap perusahaan yang melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen akhir baik produsen, grosir, maupun pengecer dapat dikatakan bertindak dalam bisnis ritel/eceran.

Pengelolaan bisnis ritel tidak sekedar hanya membuka toko dan mempersiapkan barang-barang yang lengkap tetapi lebih dari itu. Pengelolaan bisnis ritel harus melihat dan mengikuti perkembangan teknologi agar dapat berhasil dan mempunyai keunggulan bersaing (Thoyib,1998;1). Keunggulan yang dimiliki masing-masing pengusaha ritel ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya, akibat semakin ketatnya persaingan diantara mereka dalam penetapan harga, diskon, pengaturan *lay-out* yang menarik, pelayanan tambahan, fasilitas belanja dan beberapa faktor lainnya.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Bagian Perkotaan Pemda Kota Bandung bahwa industri ritel modern dalam bentuk swalayan dan hypermarket tercatat telah mulai berkembang di Kota Bandung sejak akhir tahun 1970-an dan makin meningkat jumlahnya sampai dengan tahun 2006, saat ini yang tercatat ada

sebanyak 419 buah ritel. Ritel modern tersebut terdiri dari 9 hipermarket, 60 buah supermarket, 350 buah minimarket.

Meningkatnya retail modern ini mendorong persaingan dunia bisnis yang sangat ketat. Kondisi ini dilandasi karena bergesernya kebiasaan masyarakat yang menyukai barang-barang pabrikan membuat arus peredaran uang di sektor jual beli menjadi lebih besar dan meningkatnya jumlah konsumen yang berbelanja di toko modern terutama untuk konsumen yang hidup di perkotaan (M Taufiq Amir, 2004 : 1-2).

Akibat Persaingan tersebut menyebabkan semakin memanasnya iklim persaingan di antara pengusaha yang bergerak dalam bisnis eceran, seperti harga yang kian murah, pelayanan barang, pelayanan yang paling baik, lokasi yang strategis. Persaingan yang semakin ketat ini sempat menimbulkan kekhawatiran di kalangan peritel apabila jika persaingan itu mencapai suatu kondisi yang tidak diinginkan yaitu saling mematikan dengan cara memainkan harga. (Nurudin Abdullah, Bisnis Indonesia, 2003)

Akibat lain dari persaingan tersebut menyebabkan keberadaan pengecer besar secara sosial mampu memberikan dampak positif, terutama dalam menyerap tenaga kerja, dan laju pertumbuhan ekonomi, pada sisi persaingan usaha memberikan dampak negatif bagi pengecer kecil. (Dede Mulya, Pikiran Rakyat, 2005). Evolusi dalam perkembangan bisnis retail di Indonesia secara faktual didorong oleh semakin pesatnya persaingan dalam pasar konsumen akhir (*end customer*).

Ketatnya persaingan terjadi karena kompetisi pengusaha ritel tidak lagi terjadi antar format ritel yang sama namun terjadi pula antar format ritel yang berbeda. Kondisi ini juga mendorong perubahan dimensi persaingan bisnis retail (pedagang eceran) yang selama ini terdiri dari kelompok grosir dan *hypermarket*, *supermarket*, *minimarket*, serta pengecer tradisional. Misalnya persaingan bisnis antara grosir dengan pedagang eceran telah terjadi *overlapping*. Akibatnya, pengecer tidak hanya bersaing antar pengecer, tapi bersaing dengan grosir yang juga bertindak sebagai pengecer. Ini terlihat bahwa bahwa *hypermarket* dan grosir kini mendominasi di pasar retail modern bahkan di tahun 2005 jenis retail ini diperkirakan menguasai 38,5 % dari total pasar ritel sebesar Rp. 87,5 triliun. Wijaya (dalam Christina Whidya Utami, 2006 : 22-23)

Dengan kata lain terdapat persaingan pengecer dengan grosir atau pabrik yang bertindak sebagai penjual eceran. Hal ini sesuai dengan pendapat Clarke (2000) Moore (2002) dan Nilsson et al (2004) yang mengatakan terdapat persaingan tidak saja antar pengecer tapi pengecer dengan pabrik yang bertindak sebagai pengecer.

Pesatnya perkembangan retail modern ini didasarkan pada keinginan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Seseorang membeli barang atau jasa karena keinginan (*wants*) dan kebutuhan (*needs*). Selain itu terdapat kebutuhan fungsional terkait dengan rutinitas seperti memenuhi kebutuhan keluarga, mencari harga murah, dan sebagainya. Selain itu, orang membutuhkan hal tersebut untuk memuaskan emosionalnya. Pada saat ini dalam perilaku pelanggan telah terjadi pergeseran perilaku (perubahan perilaku). Perilaku orang

yang berbelanja dengan terencana menjadi tidak terencana. Orang yang tidak terencana berfikir pendek dan mencari yang serba instan dan mencari produk yang bisa memberi keuntungan jangka pendek untuk menyelesaikan masalah yang ada di depan mata saja.

Pengembangan SDM merupakan cara organisasi agar dapat mempertahankan eksistensi kerja semua komponen organisasi. Sebuah organisasi harus mampu mengoptimalkan kemampuan sumber daya manusia yang dimilikinya agar pencapaian sasaran dapat terlaksana, namun hal tersebut tidaklah sederhana perlu pemahaman yang baik tentang organisasi, perlu ada strategi pengembangan yang matang agar SDM yang dimiliki sebuah organisasi terpakai sesuai kebutuhan.

Perilaku organisasi memberi pengaruh besar terhadap perilaku pegawai dan pada akhirnya akan berdampak pada kinerja pegawai. sHal lain yang sangat penting dalam mempengaruhi kinerja organisasi adalah komunikasi. Komunikasi merupakan salah satu unsur penting dalam kehidupan suatu organisasi. Komunikasi yang efektif dapat mempengaruhi meningkatnya kinerja suatu organisasi, karena pada dasarnya semua pekerjaan yang ada pada kenyataannya saling berhubungan. Komunikasi yang baik juga akan meningkatkan keharmonisan kerja dalam organisasi. Sebaliknya apabila tidak ada komunikasi, maka koordinasi akan terganggu sehingga akan terjadi disharmonisasi yang akan mengganggu proses pencapaian target dan tujuan organisasi.

Dengan sistem komunikasi yang baik diharapkan menjadi pengaruh eksternal, yang berarti dengan komunikasi diharapkan dapat mendorong

terbentuknya motivasi yang positif pada seluruh anggota organisasi. Dengan demikian akan dapat mendorong para pegawai dalam menjalankan proses kerjanya dengan baik walaupun tanpa diawasi oleh atasan. Pegawai yang komunikatif dalam proses kerjanya baik itu antara pegawai lain ataupun dengan pimpinannya akan dapat melakukan tugas/pekerjaannya lebih baik karena timbul komunikasi dua arah secara kontinue sehingga tidak akan timbul yang namanya kesalahan persepsi atau *mis communication* dalam suatu proses kerja organisasi.

Dinamika proses kerjasama untuk mencapai tujuan organisasi dapat ditingkatkan melalui komunikasi. Dengan komunikasi yang baik maka seluruh komponen dalam organisasi tersebut akan dapat secara sistematis bekerja dalam satu arah yang sama yaitu meningkatkan produktivitas atau kinerja organisasi.

Selain komunikasi, faktor motivasi juga tidak kalah penting dalam meningkatkan kinerja pegawai. Motivasi menjadi pendorong seseorang melaksanakan suatu kegiatan guna mendapatkan hasil yang terbaik. Oleh karena itulah tidak heran jika pegawai yang mempunyai motivasi kerja yang tinggi biasanya mempunyai kinerja yang tinggi pula. Masih rendahnya motivasi kerja pegawai dapat terlihat dari rendahnya semangat pegawai untuk menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Hal ini berakibat pada rendahnya kinerja yang dimiliki pegawai yang terlihat dari sering terjadinya keterlambatan dalam penyelesaian pekerjaan. Untuk itu motivasi kerja perlu dibangkitkan agar pegawai dapat menghasilkan kinerja yang terbaik. Dalam tujuan pencapaian peningkatan kinerja yang maksimal, sangat dibutuhkan peranan

dari komunikasi dan motivasi kerja yang tinggi dari pegawai sehingga efektifitas kerja dapat berjalan.

Berdasarkan uraian latar belakang, terlihat betapa pentingnya peranan faktor komunikasi yang efektif dan motivasi kerja dalam meningkatkan kinerja pegawai . Dapat diketahui bahwa sistem komunikasi yang kurang efektif dan kurangnya motivasi pegawai dapat menyebabkan kemerosotan kinerja yang tentunya akan berdampak buruk bagi kelangsungan hidup organisasi/organisasi. Adanya fenomena dari komunikasi kerja dan motivasi kerja pegawai mendorong penulis untuk meneliti seberapa besar **“Pengaruh Perilaku Organisasi dan Komunikasi Terhadap Motivasi Kerja Dan Kinerja Pegawai Pada PT. Mitra Adi Perkasa Cabang Surabaya”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah perilaku organisasi berpengaruh terhadap motivasi pegawai pada PT. Mitra Adi Perkasa Cabang Surabaya?
2. Apakah perilaku organisasi berpengaruh terhadap kinerja pegawai pada PT. Mitra Adi Perkasa Cabang Surabaya?
3. Apakah komunikasi berpengaruh terhadap motivasi pegawai pada PT. Mitra Adi Perkasa Cabang Surabaya?
4. Apakah komunikasi berpengaruh terhadap kinerja pegawai pada PT. Mitra Adi Perkasa Cabang Surabaya?

5. Apakah motivasi berpengaruh terhadap kinerja pegawai pada PT. Mitra Adi Perkasa Cabang Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh perilaku organisasi terhadap motivasi pegawai pada PT. Mitra Adi Perkasa Cabang Surabaya
2. Untuk menguji pengaruh perilaku organisasi terhadap kinerja pegawai pada PT. Mitra Adi Perkasa Cabang Surabaya
3. Untuk menguji pengaruh komunikasi terhadap motivasi pegawai pada PT. Mitra Adi Perkasa Cabang Surabaya
4. Untuk menguji pengaruh komunikasi terhadap kinerja pegawai pada PT. Mitra Adi Perkasa Cabang Surabaya
5. Untuk menguji pengaruh motivasi terhadap kinerja pegawai pada PT. Mitra Adi Perkasa Cabang Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat baik secara praktis yang dapat digunakan sebagai masukan untuk membuat suatu kebijakan oleh pihak-pihak yang berkepentingan, maupun secara teoritis yang diharapkan dapat mengembangkan serta membantu penelitian-penelitian lainnya. Secara rinci manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dibidang manajemen sumberdaya manusia.

2. Manfaat Akademis

Hasil penelitian diharapkan dapat dipakai oleh para mahasiswa sebagai pendalaman terhadap masalah-masalah yang berhubungan dengan sumber daya manusia serta upaya identifikasi faktor perilaku organisasi, komunikasi dan motivasi yang mempengaruhi kinerja pegawai .

3. Manfaat bagi Objek Penelitian

Diharapkan dapat memberikan gambaran dan rekomendasi bagi Pimpinan dan seluruh jajaran khususnya di lingkungan Kantor PT. Mitra Adi Perkasa Cabang Surabaya dalam menentukan kebijaksanaan dan mengambil keputusan untuk meningkatkan kinerja para pegawainya.

4. Bagi Penulis

Sebagai upaya lebih mendalami masalah-masalah Sumber Daya Manusia serta menerapkan teori-teori yang telah diperoleh di bangku kuliah terhadap praktek di lapangan.

5. Bagi STIE Mahardika Surabaya

Sebagai pelengkap literatur perpustakaan yang dapat dijadikan referensi bagi pihak-pihak yang memerlukan atau sebagai bahan acuan mahasiswa yang akan melakukan penelitian lebih lanjut tentang pengaruh perilaku organisasi, komunikasi dan motivasi terhadap kinerja pegawai .