

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan tentunya menginginkan tercapainya segala tujuan Organisasi yang sudah ditargetkan tanpa kendala berarti. Hal itu akan dapat terwujud jika perusahaan tersebut dalam menjalankan aktivitasnya didukung oleh faktor-faktor produksi yang mumpuni, salah satunya adalah sumberdaya manusia yang handal dan kompeten. Untuk mencapai hal itu maka dibutuhkan suatu strategi untuk meningkatkan kinerja karyawan agar mampu menjadi SDM yang handal dan kompeten pada pekerjaannya.

Salah satu cara manajemen untuk meningkatkan prestasi kerja, memotivasi dan meningkatkan kepuasan kerja para karyawan adalah melalui kompensasi (Mathis dan Jackson, 2001). Dengan adanya kompensasi yang baik dan adil akan memacu semangat dan kreativitas dalam bekerja sehingga dapat menunjukkan prestasi kerja yang akhirnya akan meningkatkan produktivitas kerja yang bagus. Kompensasi yang diberikan kepada karyawan sangat berpengaruh pada tingkat kepuasan kerja dan motivasi kerja, serta hasil kerja. Adanya persepsi ketidakadilan atau ketidakwajaran yang dilakukan perusahaan berkaitan dengan keadilan distributif akan mempengaruhi emosi karyawan. Persepsi karyawan mengenai ketidakadilan tersebut akan mendorong mereka untuk melakukan balas dendam terhadap organisasi tempat mereka bekerja (Hollinger dan Clark, 1983 dikutip Skarlicky dan Folger, 1997 dalam Palupi, 2013).

PT. Nissan Motor Indonesia didirikan pada tahun 2001, beroperasi dalam bidang penjualan, distribusi, juga suku cadang resmi Nissan, serta menjalankan layanan purna jual di Indonesia. Sebagai bagian dari Nissan Motor Corporation Ltd, PT. Nissan Motor Indonesia memiliki peran penting dari rencana bisnis global Nissan Power 88 dimana akan terus meningkatkan kekuatan brand dan penjualan untuk menguasai 8% pangsa pasar global dan secara berkelanjutan meningkatkan laba operasional perusahaan rata-rata menjadi 8% di akhir tahun fiskal 2016.

PT. Nissan Motor Indonesia menghadirkan rangkaian produk yang kompetitif dengan segmen kendaraan terlengkap. Kampanye "Innovation that Excites" yang diusung, menggarisbawahi komitmen Nissan atas produk-produk yang inovatif dengan teknologi terdepan dan penuh semangat. Menaungi 3 brand yaitu Nissan, Infiniti dan Datsun, saat ini PT. Nissan Motor Indonesia memiliki lebih dari 98 dealer yang tersebar di seluruh Indonesia dan sebuah pabrik perakitan berlokasi di Purwakarta, Jawa Barat dengan kapasitas produksi 90.000 unit per tahun.

Nissan Yogyakarta adalah Main Dealer Nissan untuk area DIY dan sekitarnya. Memiliki 3 buah Outlet/dealer yaitu Nissan Mlati, Nissan Tegalrejo, dan Nissan Bantul dengan jumlah karyawan 133 orang dan 57 orang diantaranya adalah tenaga Marketing. Sedangkan obyek dalam penelitian ini yaitu Nissan Bantul adalah dealer ketiga di Yogyakarta dengan jumlah karyawan sebanyak 58 orang dengan 25 orang diantaranya adalah tenaga Marketing. Dalam

perkembangannya sampai tahun 2014, Nissan Yogyakarta telah menjadi dealer yang menguasai lebih dari 8-10% *market share* penjualan mobil di wilayah ini.

Nissan Yogyakarta merupakan perusahaan distribusi Nissan di Yogyakarta yang berbasis penyediaan fasilitas konsumen yang lengkap, sumber daya manusia yang kompeten, kreatif, inovatif dan berkomitmen tinggi dibidangnya, finance yang kuat dan sistem teknologi yang handal.

Penciptaan produk yang sesuai dengan selera konsumen dan meningkatkan brand image merupakan cara yang efektif dalam memenangkan persaingan. Namun kita tidak bisa memungkiri bahwa strategi marketing yang tepat dan optimal juga merupakan salah satu faktor penting dalam mencapai tujuan tersebut. Nissan Yogyakarta nampaknya sudah menyadari hal ini, sebagai distributor utama Nissan untuk wilayah DIY dan Perusahaan berusaha untuk mengoptimalkan divisi Marketingnya. Jalan yang ditempuh salah satunya adalah memberikan kompensasi terhadap karyawan divisi Marketing yang dibuat berbeda dari karyawan non marketing.

Perbedaan mendasar struktur gaji seorang marketing dengan karyawan non Marketing dimana jika karyawan lain mendapatkan kompensasi berupa gaji pokok, uang makan dan uang transport yang diterima jumlahnya tetap tiap bulan atau berdasarkan waktu, maka pada divisi marketing ini selain mendapatkan insentif diatas, mereka juga mendapatkan kompensasi penjualan berupa insentif penjualan per unit jika konsumen membeli mobil secara cash, ditambah refund kredit per unit jika konsumen membeli mobil secara kredit atau dengan kata lain kompensasi yang diterima berdasarkan prestasi kerja. Karyawan marketing

menerima gaji yang tidak tetap perbulannya bahkan berbeda dari sesama marketing sekalipun, karena besarnya gaji tergantung dari jumlah unit mobil yang berhasil mereka jual, sehingga jika ingin mendapatkan penghasilan yang besar, maka karyawan harus bisa menjual mobil dengan jumlah yang besar pula. Intinya adalah bahwa jumlah nominal gaji yang mereka dapatkan adalah tidak tetap karena sesuai hasil kerja yang telah mereka lakukan. Hal ini menarik peneliti untuk melakukan sebuah studi tentang apakah pemberian kompensasi sistem insentif tersebut sudah dirasa adil bagi karyawan baik marketing maupun non marketing dan mempengaruhi kepuasan kerja mereka.

Setiap orang pasti menghendaki perlakuan yang adil baik dari sisi distribusi dan prosedur atau disebut sebagai keadilan distributif dan keadilan prosedural (Tjahjono, 2007). Karyawan juga mengharapkan adanya keadilan dan keterbukaan pada sistem dan proses pemberian kompensasi (Retnaningsih dan Sudarwanti, 2007 dalam Sutisna dan Rahyuda). Namun dalam pemberian kompensasi terkadang menimbulkan kecemburuan sosial antara karyawan satu dengan karyawan lainnya, jika pemberian kompensasi tersebut dirasa tidak adil dan baik, maka akan mengakibatkan menurunnya tingkat kepuasan kerja karyawan, hal ini terjadi karena karyawan merasa tidak diberlakukan adil dalam pemberian kompensasi. Kondisi tersebut akan mengakibatkan kepuasan kerja pegawai tidak tercapai dan menjadi tidak produktif dalam bekerja. Hal buruk lain adalah kadang terjadi persaingan yang tidak sehat antar sesama marketing sehingga target yang dibebankan kepada marketing tidak tercapai. Hal ini sangat merugikan bagi perusahaan karena dirasa tidak efektif, efisien, dan optimal.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka saya mencoba menganalisa permasalahan tersebut dengan mengemukakan karya tulis yang berjudul *“Analisis Pengaruh Keadilan Kompensasi Terhadap kepuasan kerja dan perbedaan persepsi Keadilan Kompensasi dan Kepuasan Kerja berdasarkan Jenis Pekerjaan pada Karyawan Nissan Bantul Yogyakarta”*.

1.2 Lingkup Penelitian

Dalam tesis ini ada banyak faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja. Maka permasalahan dibatasi pada ruang lingkup *“Analisis Pengaruh Keadilan Kompensasi Terhadap kepuasan kerja dan perbedaan persepsi Keadilan Kompensasi dan Kepuasan Kerja berdasarkan Jenis Pekerjaan pada Karyawan Nissan Bantul Yogyakarta”*.

Penelitian ini membahas pengaruh Keadilan Distributif dan Prosedural Kompensasi. Fungsi dari variabel Jenis Pekerjaan disini adalah sebagai variabel pembanding yang mana dari variabel ini akan diketahui terdapat atau tidaknya perbedaan persepsi dari karyawan marketing dan divisi non marketing.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah keadilan distributif kompensasi berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan di Nissan Bantul Yogyakarta?”

2. Apakah keadilan prosedural kompensasi berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan di Nissan Bantul Yogyakarta?”
3. Apakah terjadi perbedaan persepsi keadilan distributif kompensasi antara karyawan divisi marketing dan divisi non marketing di Nissan Bantul Yogyakarta?
4. Apakah terjadi perbedaan persepsi keadilan prosedural kompensasi antara karyawan divisi marketing dan divisi non marketing di Nissan Bantul Yogyakarta?
5. Apakah terjadi perbedaan persepsi kepuasan kerja antara karyawan divisi marketing dan divisi non marketing di Nissan Bantul Yogyakarta?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah, penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh keadilan distributif kompensasi terhadap kepuasan kerja karyawan di Nissan Bantul Yogyakarta.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh keadilan prosedural kompensasi terhadap kepuasan kerja karyawan di Nissan Bantul Yogyakarta.
3. Menguji dan menganalisis perbedaan persepsi keadilan distributif kompensasi antara karyawan divisi marketing dan divisi non marketing di Nissan Bantul Yogyakarta?

4. Menguji dan menganalisis perbedaan persepsi keadilan prosedural kompensasi antara karyawan divisi marketing dan divisi non marketing di Nissan Bantul Yogyakarta?
5. Menguji dan menganalisis perbedaan persepsi kepuasan kerja antara karyawan divisi marketing dan divisi non marketing di Nissan Bantul Yogyakarta?

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada tujuan yang telah dikemukakan penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori sumber daya manusia terutama yang berkaitan dengan keadilan organisasi.
2. Bagi para karyawan, dapat membantu untuk mengenali dan peka terhadap masalah-masalah yang berkaitan dengan keadilan kompensasi dan secara spesifik dapat meningkatkan pemahaman atas faktor-faktor yang mempengaruhi sikap individu terhadap kepuasan kerja.
3. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi organisasi guna kesuksesan perencanaan dan implementasi kepuasan kerja melalui keadilan kompensasi.