

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sudah menjadi sifat dasar manusia untuk menjadi lebih baik, lebih maju dari posisi yang dimiliki saat ini, apalagi dalam masyarakat yang selalu berkembang dimana manusia senantiasa berusaha memperoleh kedudukan yang makin penting. Seiring dengan perkembangan zaman dewasa ini, karyawan tidak lagi dipandang sebagai alat produksi semata namun sudah dipandang sebagai sumber daya yang penting dan perlu mendapat perhatian khusus dan mendalam.

Djawahir (Swa, 2002) mengatakan manajemen masih memposisikan diri sebagai *thinkers*, sedangkan karyawannya disarankan hanya untuk bekerja. Dengan kata lain, karyawan hanya dijadikan semacam robot. Kenyataan seperti itu hanya akan melahirkan orang-orang yang hanya bisa berpikir, tapi tidak bisa bekerja. Di sisi lain, karyawan hanya bekerja, tapi tidak bisa berpikir.

Pengembangan karyawan mempunyai arti yang sangat penting bagi karyawan karena karyawan akan merasa berharga bagi perusahaan. Keadaan ini akan memotivasi karyawan untuk bekerja lebih baik dan semangat kerja tinggi, sehingga karyawan mengerti apa yang telah dilakukan untuk memperoleh imbalan yang akan memberi kepuasan bagi karyawan dalam

bekerja. Sependapat dengan Mc Gregor dan Maslow (Handoko, 1997: 161), bahwa para karyawan dimotivasi oleh banyak faktor bukan hanya faktor uang, tetapi juga kebutuhan untuk berprestasi memperoleh pekerjaan yang berarti.

Motivasi berprestasi yang tinggi dapat terwujud apabila ada pemahaman dari perusahaan, tetapi hal ini tidak akan tercapai tanpa pemahaman dari karyawan itu sendiri terhadap dirinya. Bagaimana karyawan tersebut mengenal konsep pribadinya, sehingga karyawan dapat memiliki motivasi berprestasi yang tinggi. Menurut Lindgren (dalam Hamka, 2002), motivasi merupakan dorongan yang berhubungan dengan prestasi, yaitu adanya keinginan karyawan untuk menguasai lingkungan sosial maupun lingkungan fisik, mengatasi rintangan, mempertahankan kualitas kerja yang tinggi dan bersaing melalui usaha-usaha yang keras untuk melebihi prestasinya sendiri, tetapi masih banyak karyawan yang tidak memahami bagaimana cara untuk memiliki motivasi berprestasi yang tinggi. Karyawan yang tidak memiliki motivasi berprestasi yang tinggi tidak dapat mengarahkan potensi-potensi yang dimiliki sehingga karyawan bisa menjadi pusat persoalan, maka dari itu mengapa motivasi berprestasi karyawan merupakan hal yang penting bagi kesuksesan perusahaan.

Menurut As'ad (1998:47) motivasi merupakan motor penggerak bagi manusia baik dari dalam maupun dari luar, faktor pendorong penting yang menyebabkan manusia bekerja adalah adanya kebutuhan yang harus dipenuhi,

aktivitas dalam kerja mengandung unsur kegiatan sosial menghasilkan sesuatu dan pada akhirnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan.

Timbulnya motivasi dalam bekerja dapat mendorong semangat kerja, kuat lemahnya motivasi kerja seseorang ikut menentukan besar kecilnya prestasi. Motivasi kerja karyawan perlu ditingkatkan karena adanya faktor tantangan yang terkandung dalam pekerjaan, sehingga karyawan lebih bersemangat dalam menjalankan tugas-tugas kerja. Bila tidak ada tantangan dalam pekerjaan karyawan akan cepat merasa bosan, tidak bergairah dan malas-malasan dalam bekerja. Jadi adanya tantangan dalam pekerjaan akan memotivasi karyawan dalam meningkatkan kinerja, sehingga akan memberikan kepuasan kerja yang tinggi.

As'ad (1998: 45) menyatakan bahwa motivasi kerja adalah sesuatu yang menimbulkan semangat atau dorongan kerja. Tanpa adanya dorongan-dorongan motivasi kerja akibatnya akan banyak terjadi masalah dan keterlambatan kerja yang akhirnya target produksi tidak tercapai. Sebaliknya dengan motivasi kerja tinggi dapat membantu organisasi atau perusahaan mencapai tujuannya, karena karyawan akan bekerja dengan sepenuh hati sesuai dengan dorongan motivasi kerja, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan lebih cepat dan lebih baik.

Jelaslah disini hubungan timbal balik antara karyawan dan perusahaan akan menimbulkan perkembangan kearah yang positif. Perusahaan yang memperhatikan kebutuhan karyawannya akan membuat karyawan

termotivasi untuk berprestasi yang lebih tinggi. Karyawan diharapkan agar dapat memperoleh apa yang menjadi tujuan sebuah organisasi dapat tercapai maka diperlukan motivasi yang dapat menjadikan karyawan bersemangat dalam bekerja, akan tetapi salah satu motivator yang penting bagi karyawan adalah kesempatan untuk maju yang bisa disebut dengan promosi jabatan. Namun dalam kenyataannya tidak semua karyawan mempunyai persepsi yang sama tentang promosi jabatan yang diselenggarakan oleh pihak perusahaan tempat karyawan bekerja. Sebagian karyawan menganggap promosi jabatan hanya akan mempersulit diri sendiri dengan tanggung jawab yang lebih besar dan lingkungan kerja yang berbeda, yang memungkinkan merosotnya prestasi kerja bila hal ini dipaksakan.

Menurut Handoko (1997: 121), karier sebagai suatu urutan promosi atau pemindahan lateral ke jabatan-jabatan yang lebih menuntut tanggung jawab atau ke lokasi-lokasi yang lebih baik dalam menyilang hierarki hubungan selama kehidupan kerja seseorang. Sedangkan Siagian (1997: 296) berpendapat semakin tinggi kedudukan seseorang dalam suatu organisasi, pada umumnya tingkat kepuasannya-pun cenderung lebih tinggi pula. Dikaitkan dengan prospek promosi yang dimaksud adalah apabila sudah menduduki jabatan tertentu, apalagi sudah berada pada tingkat manajerial melihat bahwa terdapat prospek yang cerah untuk menduduki jabatan yang lebih tinggi lagi, kepuasan kerjanya cenderung lebih besar. Prospek demikian akan mendorong seseorang untuk merencanakan kariernya dan mengambil

langkah-langkah yang diperlukan, misalnya dengan mengikuti pendidikan dan pelatihan tambahan sehingga tingkat jabatan yang lebih tinggi benar-benar dapat dicapai.

Telah umum diketahui bahwa yang dimaksud dengan promosi jabatan adalah seorang karyawan dipindahkan dari suatu pekerjaan ke pekerjaan lain yang tanggung jawabnya lebih besar tingkatannya dalam hierarki jabatan lebih tinggi dan penghasilan yang lebih besar pula. Dalam Siagian (1997: 169-170), setiap pegawai mendambakan promosi karena dipandang sebagai penghargaan atas penghasilan seseorang menunaikan kewajibannya dalam pekerjaan dan jabatan yang dipangkunya sekarang, sekaligus sebagai pengakuan atas kemampuan dan potensi yang bersangkutan untuk menduduki posisi yang lebih tinggi dalam organisasi.

Persepsi karyawan tentang promosi jabatan adalah karyawan yang pada umumnya menginginkan jabatan yang lebih tinggi dari sebelumnya. Naiknya jabatan yang lebih tinggi berarti naik gaji pula, serta kebutuhan hidup yang lebih menunjang dan tanggung jawab yang lebih besar serta pengetahuan yang lebih baik. Mendapatkan jabatan yang lebih tinggi sangat sulit karena adanya persaingan antar karyawan yang ingin mendapatkan jabatan yang lebih baik sebelumnya, karyawan diharapkan memiliki motivasi berprestasi yang tinggi jika menginginkan promosi yang lebih tinggi. Motivasi berprestasi sangat diperlukan pada setiap karyawan untuk meningkatkan kinerjanya dan memperoleh jabatan yang lebih tinggi, maka dari itu penulis mencoba

mengetahui apakah ada persepsi yang positif pada karyawan terhadap promosi jabatan dengan motivasi berprestasi yang tinggi yang dimiliki karyawan disuatu perusahaan.

Namun pada kenyataannya tidaklah semua karyawan mempersepsikan sama tentang promosi jabatan itu sendiri. Berdasarkan Heidjrachman dan Husnan (1999: 111), hal ini disebabkan oleh beberapa faktor antara lain kemungkinan gaji yang diterima tidak sebanding dengan tambahan tanggung jawab, keengganan mereka meninggalkan kelompok-kelompok lamanya untuk masuk ke kelompok baru yang belum tentu menerimanya, dan faktor keamanan karena pekerjaan baru selalu menyangkut resiko dan tanggung jawab baru dan perubahan karena pekerjaan baru selalu penuh dengan faktor-faktor ketidakpastian.

Berangkat dari permasalahan diatas, maka peneliti mengambil judul “HUBUNGAN PERSEPSI KARYAWAN TERHADAP PROMOSI JABATAN DENGAN MOTIVASI BERPRESTASI PADA PERUSAHAAN BATIK TULIS HARJONO DI SRAGEN”.

B. Pembatasan Masalah

Untuk mempermudah memahami permasalahan, perlu adanya pembatasan masalah. Agar tidak terjadi penyimpangan dari persoalan pokok, maka pembatasan terbatas pada “Hubungan Persepsi Karyawan Terhadap Promosi Jabatan Dengan Motivasi Berprestasi Karyawan Perusahaan Batik Tulis Harjono di Sragen”.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan permasalahan yang ada, untuk memudahkan dalam menyelesaikan masalah yang menjadi dasar dalam penelitian ini, maka penulis merumuskan sebagai berikut:

“Adakah hubungan positif dan signifikan antara persepsi karyawan terhadap promosi jabatan dengan motivasi berprestasi karyawan Perusahaan Batik Tulis Harjono di Sragen”?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya dan seberapa besar hubungan antara persepsi karyawan terhadap promosi jabatan dengan motivasi berprestasi karyawan Perusahaan Batik Tulis Harjono di Sragen.

E. Manfaat Penelitian

Keberhasilan dalam suatu penelitian diharapkan dapat dimanfaatkan untuk tujuan tertulis maupun tujuan praktis. Penelitian ini mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Pimpinan Perusahaan

Secara praktis hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pimpinan tentang pentingnya motivasi berprestasi sebagai pemacu semangat kerja karyawan untuk mendapatkan promosi jabatan yang lebih baik.

2. Bagi Karyawan

Penelitian ini karyawan diharapkan lebih memahami persepsinya terhadap promosi jabatan dan motivasi berprestasi baik secara teoritis maupun praktis.

3. Bagi peneliti sendiri.

Merupakan suatu tugas akademis dengan menambah wawasan serta mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama berada dibangku kuliah.

F. Sistematika Skripsi

Untuk mengetahui gambaran dari skripsi ini maka disusun sistematika skripsi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang: pengertian motivasi, jenis-jenis motivasi, fungsi motivasi, teori-teori motivasi, pengertian motivasi berprestasi, pengertian persepsi, karakteristik persepsi, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi, pengertian promosi jabatan, asa-asa promosi jabatan, dasar penentuan promosi jabatan, jenis-jenis promosi, tujuan promosi jabatan, dampak promosi jabatan, hubungan persepsi karyawan terhadap promosi

jabatan dengan motivasi berprestasi, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang: pengertian metode penelitian, bentuk metode penelitian, penentuan obyek penelitian, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, uji coba angket, uji persyaratan analisis dan analisis data.

BAB IV PENYAJIAN ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang: gambaran umum perusahaan, uji instrumen, penyajian data, uji persyaratan analisis data, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

Bab ini disajikan kesimpulan hasil analisa data yang dilakukan penulis dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN