

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Seperti diketahui bahwa Indonesia memiliki sumber daya alam yang melimpah dan ditunjang dengan sumber daya manusia yang cukup banyak. Bagi Indonesia sebagai negara berkembang, sumber daya yang ada merupakan suatu modal yang potensial untuk meningkatkan perekonomian bangsa dan negara. Jumlah sumber daya manusia yang cukup besar tersebut perlu dimaksimalkan potensinya agar menjadi sumber daya yang produktif karena faktor yang berperan penting dalam meningkatkan produktivitas adalah tenaga kerja.

Dewasa ini persaingan dunia bisnis makin pesat, khususnya bagi perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk barang. CV. Jonan sebagai perusahaan bahan kimia penghasil aroma pun turut bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis untuk dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumennya melalui pelayanan dan harga yang cukup bersaing. Dalam memasarkan produknya, perusahaan memanfaatkan tenaga pemasar yang berhadapan langsung dengan konsumen dan diharapkan dapat melakukan komunikasi untuk membantu konsumen mengembangkan pemikiran dan keinginannya serta mengarahkannya dalam pengambilan keputusan.

Untuk dapat bertahan dan tidak ingin ketinggalan dengan yang lain, CV. Jonan selalu berusaha untuk memperbaiki kedudukannya dengan cara peningkatan pelayanan/service kepada konsumen, perbaikan mutu produk dan penarikan calon tenaga kerja seselektif mungkin. Penarikan calon tenaga kerja (dalam hal ini tenaga pemasar) yang berkualitas dapat mempengaruhi prestasi perusahaan juga. Dalam memasarkan produk melalui tenaga pemasar memang cukup efektif mengingat para tenaga pemasar tersebut melakukan komunikasi secara langsung pada konsumen sehingga yang terjadi adalah komunikasi dua arah.

Setelah diterima dalam perusahaan, tenaga pemasar akan mendapatkan pelatihan sebagai modal dasarnya, namun hal tersebut belum menjamin dapat menghasilkan prestasi dapat yang diharapkan karena ada faktor lain yang turut mempengaruhi prestasi yang dihasilkannya yakni faktor temperamen masing-masing tenaga pemasar. Temperamen di sini mempengaruhi perilaku tenaga pemasar dalam setiap pemikiran, ucapan serta sikapnya dalam melaksanakan tugasnya. Sehubungan dengan tugasnya ini, maka seorang tenaga pemasar harus memiliki kemampuan bergaul dan berkomunikasi yang tajam serta peka fleksibel dengan keadaan yang dihadapinya. Dengan demikian tenaga pemasar dapat membantu konsumen untuk mengembangkan pemikiran dan keinginannya untuk memutuskan apa yang sebenarnya diinginkan konsumen tersebut. Melalui komunikasi dua arah tersebut dapat diketahui apakah konsumen tersebut tertarik atau tidak produk yang ditawarkan tenaga pemasar dan hal ini akan mempengaruhi prestasi tenaga pemasar tersebut.

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh temperamen karyawan bagian pemasaran terhadap prestasi Kerjanya ?
2. Berdasarkan 4 temperamen yang ada yaitu Sanguinis, Koleris, melankolis dan Flegmatis, temperamen manakah yang paling berpengaruh terhadap prestasi tenaga pemasar ?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan permasalahan yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor temperamen terhadap prestasi kerja tenaga pemasar di CV. Jonan.
2. Untuk mengetahui diantara 4 temperamen yang ada tersebut, temperamen manakah yang paling berpengaruh terhadap prestasi tenaga pemasar di CV. Jonan.

## 1.4. Manfaat Penelitian

### A. Bagi penulis

Diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan bagi penulis.

### B. Bagi Perusahaan

Dapat menjadi masukan bagi CV. Jonan akan pentingnya untuk mempertimbangkan faktor temperamen dari masing-masing tenaga pemasar.

### 1.5. Sistematika Penulisan

Di bagian ini akan diuraikan secara singkat sistematika skripsi yang dibuat :

**Bab 1 : Pendahuluan**

Akan memuat secara singkat latar belakang penulisan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

**Bab 2 : Tinjauan Kepustakaan**

Bab ini akan memuat teori-teori yang digunakan sebagai pedoman pembahasan masalah yang meliputi pengertian manajemen sumber daya manusia dan personal selling, fungsi penjualan, tugas dan tanggung jawab tenaga pemasar, personal selling yang sukses, dan macam-macam temperamen yang ada dan penelaahannya, sistem penilaian prestasi, berprestasi merupakan kunci keberhasilan, teori motivasi dan hipotesis.

**Bab 3 : Metode Penelitian**

Bab ini akan membahas tentang penelitian mulai dari desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data hingga teknik analisisnya.

**Bab 4 : Analisis dan Pembahasan**

Bab ini akan membahas rekapitulasi jawaban yang ada dalam kuesioner tentang temperamen tenaga pemasar. Variabel tersebut terhadap prestasi tenaga pemasar. Hasil yang didapatkan dari analisis tersebut merupakan dasar untuk memecahkan masalah.

**Bab 5 : Simpulan dan Saran**

Bab ini berisi simpulan dan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi CV. Jonan yang menjadi objek penelitian penulis.