

BAB I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Permasalahan

Bisnis perumahan (*real estate*) semakin berkembang dan mengalami kondisi persaingan yang ketat pada pertengahan tahun 2006. Dalam era persaingan bisnis *real estate*, kelangsungan hidup pengembang *real estate* tidak hanya ditentukan oleh keunggulan klasik seperti produk yang dihasilkan maupun jasa yang diberikan, tetapi juga ditentukan oleh kuat atau lemahnya kondisi faktor internal dan eksternal perusahaan. Salah satu faktor internal yang mempengaruhi keberhasilan dalam penjualan bisnis *real estate* adalah tenaga penjualan personal (*salesperson*) atau agen pemasar *real estate*.

Seorang tenaga penjualan personal atau *salesperson* biasa dipakai dalam jasa *broker* asuransi, agen *real estate* dan agen travel. Sistem penjualan yang digunakan oleh tenaga penjualan personal dalam bisnis *real estate* adalah sistem dasar penjualan *personal selling*. *Personal selling* digunakan tenaga penjualan personal *real estate* karena produk dan jasa yang akan dijual yaitu rumah tinggal (perumahan) termasuk produk yang tergolong kompleks serta membutuhkan asistensi aplikasi kebutuhan pelanggan. Peter dan Jerry (2000: 183) juga menyatakan bahwa beberapa produk konsumsi tertentu biasanya dipromosikan melalui penjualan personal seperti asuransi jiwa, mobil, dan perumahan. Selain itu, produk yang akan dibeli menyangkut keputusan pembelian utama (berkaitan dengan dana besar dan pengendalian kualitas yang ketat) dan harga final perlu dinegosiasikan antara penjual dengan pembeli.

Tjiptono (2001: 224) mendefinisikan sistem *personal selling* sebagai komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga calon pelanggan akan mencoba dan membelinya. Sifat-sifat *personal selling* antara lain *personal confrontation*, *cultivation*, *response*. Fungsi utama *personal selling* adalah untuk menyediakan informasi produk, saran teknis, layanan pelanggan sekaligus mengidentifikasi perubahan kebutuhan pelanggan. *Personal selling* juga merupakan komponen integral dalam komunikasi pemasaran terintegrasi serta mencakup sejumlah tanggung jawab yang berkaitan dengan lima tahap evolusi penjualan yaitu (Chandra, 2002: 209) *provider stage*, *persuader stage*, *prospector stage*, *problem-solver stage*, dan *procreator stage*. Kelima tahap evolusi penjualan menunjukkan perkembangan dari teknik penjualan yang menekankan usaha persuasif ke arah upaya menjalin hubungan kemitraan dengan pelanggan. Hubungan kemitraan dengan pelanggan harus dijalin dengan baik oleh para tenaga penjualan personal *real estate* dengan pembeli, karena dalam proses jual beli *real estate* para tenaga penjualan personal akan berhubungan dalam jangka waktu yang relatif panjang dengan pembeli.

Tenaga penjualan personal secara umum memiliki beberapa fungsi tugas spesifik yang harus dikerjakan saat melakukan proses jual beli (Tjiptono, 2001: 224) yaitu *prospecting*, *targeting*, *communicating*, *selling*, *servicing*, *information gathering*, *allocating*. Ketujuh fungsi tugas dalam proses jual beli harus dilakukan oleh tenaga penjualan personal *real estate*, karena para agen pemasar *real estate*

merupakan ujung tombak perusahaan dalam menjalin relasi dengan pelanggan. Tenaga penjualan personal *real estate* akan memberikan banyak informasi umpan balik mengenai pelanggan dan pesaing. Tanpa para tenaga penjualan personal *real estate* yang dapat melakukan ketujuh tugas spesifik dalam proses jual beli, sebuah perusahaan pengembang *real estate* akan mengalami kesulitan dalam mengimbangi kompetisi persaingan bisnis *real estate* yang terjadi.

Para tenaga penjualan personal *real estate* juga harus mempunyai kualitas kinerja yang baik untuk dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Kualitas kinerja maksimal akan memungkinkan mendapat profit yang maksimal. Kualitas kinerja personal juga akan berpengaruh pada pendapatan personal para tenaga penjualan *real estate*. Perusahaan dapat menilai prestasi kerja secara formal melalui kualitas kinerja personal yang dihasilkan para agen,. Stoner *et al.*, (1996: 88) menuliskan mengenai empat tujuan penilaian prestasi kerja formal, yaitu 1) memberitahu karyawan secara formal bagaimana nilai prestasi kerjanya, 2) menentukan karyawan mana yang berhak mendapatkan kenaikan gaji, 3) mengetahui karyawan mana yang memerlukan pelatihan tambahan, dan 4) menentukan calon yang dapat dipromosikan.

Sistem kompensasi juga merupakan salah satu cara yang dapat membuat perusahaan lebih produktif pada kinerja strategisnya, selain menggunakan penilaian prestasi kerja tenaga penjualan personal. Kompensasi juga dapat membuat karyawan, khususnya tenaga penjual termotivasi untuk memberikan kinerja terbaik. Kompensasi yang efektif dan sesuai dibuat untuk menarik dan mempertahankan orang-orang yang kompeten dan berbakat yang dapat membantu

perusahaan tersebut mencapai misi maupun sasaran-sasaran strategiknya (Robbins dan Marry, 1999: 342).

Kompensasi total terdiri dari gaji dasar, gaji variabel (gaji insentif), dan gaji tidak langsung (tunjangan). Gaji insentif atau variabel digunakan untuk memberi penghargaan atas peningkatan prestasi. Kompensasi yang diberikan sesuai kinerja yang dihasilkan akan memotivasi produktivitas, memacu profitabilitas dan kualitas kerja (Hunger dan Thomas, 2003: 412-413). Gaji insentif dapat meningkatkan pendapatan personal. Gaji insentif menyebabkan para tenaga penjualan personal *real estate* berkompetisi dalam memberikan kinerja yang berkualitas untuk perusahaan dan menciptakan prestasi kerja.

Prestasi yang dihasilkan melalui kinerja yang berkualitas dalam *personal selling* dapat dievaluasi berdasarkan ukuran kuantitatif dan kualitatif (Chandra, 2002: 211). Kriteria untuk mengevaluasi kinerja tenaga penjualan personal secara kuantitatif dan kualitatif dapat dilihat melalui hasil penjualan dan upaya penjualan. Setelah kinerja tenaga penjualan personal dievaluasi berdasarkan kriteria kuantitatif dan kualitatif, kompensasi dapat diberikan sesuai hasil evaluasi kinerja.

Kompensasi secara tradisional dapat dihubungkan dan dievaluasi dengan pekerjaan atau uraian pekerjaan tertentu (Stoner and *friends*, 1996: 88). Faktor-faktor tradisional dapat mempengaruhi perbedaan kompensasi pendapatan seorang tenaga penjualan personal. Faktor tradisional yang digunakan antara lain: jenis pekerjaan yang dilakukan, keterampilan, jenis usaha perusahaan, serikat buruh, perusahaan padat karya/padat modal, falsafah pembayaran pimpinan, lokasi

geografis perusahaan, tingkat keuntungan perusahaan, ukuran perusahaan, dan masa kerja (Robbins dan Marry, 1999: 343-344).

Faktor-faktor tradisional juga meliputi faktor-faktor demografi. Stoner *et al.* (1996:192-197) menyatakan bahwa statistik lebih jauh mengungkapkan adanya perbedaan pendapatan, yaitu ketidaksamaan kemampuan memperoleh penghasilan dari pekerja dipengaruhi oleh faktor demografi yaitu latar belakang pendidikan, jenis kelamin, dan usia. Selain itu, jenis status karyawan seorang tenaga penjualan dalam suatu perusahaan juga sangat mempengaruhi pendapatan personal (Tjiptono, 2001: 250).

Johnson *et al.* (2005) dalam penelitian yang berjudul *Listing Specialization and Residential Real Estate Licensee Income* mengatakan meskipun besar jumlah riset yang telah dihasilkan untuk meneliti faktor penentu pendapatan agen *real estate*, sedikit perhatian telah diarahkan pada bagaimana pendapatan ini dihasilkan. Dikutip dari jurnal penelitian Johnson, Zumpano dan Anderson (2005), banyak dokumen yang ditulis oleh Follain, Lutes dan Meier (1987), Glower dan Hendershott (1988), Crellin, Frew, dan Jud (1988) sudah menemukan bahwa pendidikan, pengalaman, ukuran perusahaan dan jam kerja dipastikan mempunyai pengaruh positif yang berdampak pada pendapatan tenaga penjualan. Abelson, Kacmar, dan Jackofsky (1990), Sirmans dan Swicegood (1997), dan Sirmans dan Swicegood (2000), juga menemukan suatu hubungan positif antara faktor yang tidak berkaitan dengan pendapatan seperti kepuasan kerja dan prestasi agen.

Faktor tradisional yang berpengaruh terhadap pendapatan tenaga penjualan

personal menimbulkan ketertarikan bagi peneliti untuk meneliti lebih lanjut dengan objek penelitian tenaga penjualan personal dalam bisnis *real estate*. Bisnis *real estate* dipilih karena merupakan salah satu bisnis yang menggunakan tenaga penjualan personal sebagai ujung tombak penjualan dan memiliki situasi persaingan yang ketat pada pertengahan tahun 2006. Faktor tradisional yang berpengaruh pada pendapatan bukan hanya faktor kuantitatif namun kualitatif, sehingga membuat topik ini menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Penelitian dilakukan dengan pengujian untuk membuktikan kebenaran teori. Penelitian ini akan menggunakan variabel beberapa faktor tradisional (tradisional regressor) yang berpengaruh pada pendapatan tenaga penjualan personal *real estate*, yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan, status perkawinan, besar keluarga, pengalaman, keterampilan, jam kerja, masa kerja, jenis status pekerja dalam perusahaan, ukuran perusahaan, tingkat keuntungan perusahaan, jenis perusahaan padat modal/padat karya, lokasi geografis perusahaan, pendapatan personal tenaga penjualan, data hasil penjualan dan upaya penjualan dilihat secara kuantitatif dan kualitatif.

Tenaga penjualan personal yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah tenaga penjualan personal perumahan (*real estate*) yang dijual per unit rumah (tidak termasuk apartemen, kondominium, paviliun, retail, ruang perkantoran), khususnya yang bekerja pada perusahaan pemasar *real estate* di daerah Denpasar (Bali) dan Jogjakarta. Perbedaan daerah dipilih karena penelitian ini akan membuktikan teori yang mengatakan bahwa lokasi geografis perusahaan akan menyebabkan perbedaan pendapatan yang akan diperoleh seorang tenaga

penjualan personal. Alasan lain dipilih daerah Denpasar (Bali) dan Jogjakarta karena perkembangan *real estate* di Denpasar (Bali) dan Jogjakarta meningkat walaupun tidak ada statistik yang tepat untuk menunjukkan peningkatan. Peningkatan terjadi karena kedua daerah yang dipilih adalah daerah pariwisata yang cukup dikenal dan daerah tujuan pendidikan (terutama untuk Jogjakarta). Sehingga banyak orang cenderung berkeinginan mempunyai tempat tinggal di kedua wilayah yaitu Denpasar (Bali) dan Jogjakarta.

I.2. Perumusan Masalah

Pada penelitian ini akan digunakan 2 variabel utama yaitu: faktor-faktor tradisional regressor yang berpengaruh terhadap pendapatan personal tenaga penjualan *real estate* dan besarnya pendapatan personal tenaga penjualan. Faktor-faktor tradisional regressor yang dipakai dalam penelitian ini yaitu: wilayah geografis perusahaan tempat tenaga penjualan personal bekerja, jenis kelamin, usia, pendidikan, status perkawinan, besar keluarga, pengalaman, keterampilan, jam kerja, masa kerja, jenis status pekerja dalam perusahaan, ukuran perusahaan, tingkat keuntungan perusahaan, jenis perusahaan padat modal/padat karya, data hasil penjualan, serta upaya penjualan dilihat secara kuantitatif dan kualitatif.

Berdasarkan 2 variabel utama tersebut, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan dalam penelitian ini:

1. Bagaimanakah pengaruh faktor-faktor tradisional regressor terhadap besarnya pendapatan personal yang didapat oleh seorang tenaga penjualan *real estate*?

2. Apakah terdapat perbedaan pada pendapatan personal tenaga penjualan *real estate* yang bekerja di perusahaan dengan lokasi geografis yang berbeda yaitu di Denpasar dan di Jogjakarta?

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh faktor-faktor tradisional regressor pada pendapatan personal yang didapat seorang tenaga penjualan *real estate*.
2. Untuk menganalisis adanya perbedaan pada pendapatan personal tenaga penjualan *real estate* yang bekerja di perusahaan dengan lokasi geografis yang berbeda yaitu di Denpasar dan di Jogjakarta.

I.4. Manfaat Penelitian

Pembahasan tentang penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman dan pengetahuan tentang pengaruh faktor-faktor tradisional regressor dalam mempengaruhi besarnya pendapatan personal yang didapat seorang tenaga penjualan *real estate* dan ada tidaknya perbedaan pada pendapatan personal tenaga penjualan *real estate* yang bekerja di perusahaan dengan lokasi geografis yang berbeda yaitu di Denpasar dan di Jogjakarta.

Penelitian juga bermanfaat bagi para pemilik perusahaan khususnya perusahaan *real estate* untuk menentukan strategi dasar penilaian prestasi kinerja karyawan secara tepat, memilih strategi penggajian yang tepat atau untuk

memberikan kompensasi pendapatan yang tepat sesuai evaluasi kinerja karyawan yang besarnya didasarkan pada faktor-faktor tradisional regressor yang mempengaruhi pendapatan.

Sesuai dengan yang dikatakan Hunger dan Thomas (2003: 412) bahwa untuk menjamin kesesuaian antara kebutuhan perusahaan secara keseluruhan dan kebutuhan para karyawannya sebagai individu, pihak manajemen dan dewan komisaris perusahaan harus menghargai kualitas kinerja karyawan dengan memberikan kompensasi pendapatan yang tepat dan sesuai. Penghargaan atas kualitas kinerja karyawan akan menciptakan motivasi kerja para karyawan sehingga dapat memberi peluang besar bagi sasaran atau tujuan strategik perusahaan dapat cepat tercapai.

Pemahaman dan pengetahuan yang dihasilkan dari penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi para karyawan khususnya para tenaga penjualan *real estate* untuk lebih meningkatkan kinerja personal mereka berdasarkan faktor regresor yang mempengaruhi pendapatan agar nantinya dapat mencapai pendapatan personal yang tinggi dan diharapkan berguna untuk pertimbangan dalam memilih tempat atau lokasi perusahaan untuk bekerja.

Penelitian diharapkan dapat memberi sumbang pikir guna mendukung perkembangan ilmu pengetahuan dalam bisnis *real estate* pada khususnya dan bidang pemasaran pada umumnya. Penelitian ini juga diharapkan dapat melengkapi dan memperkaya penelitian yang telah ada sebelumnya serta dapat menjadi referensi yang baik bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

I.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang akan dipakai dalam penyusunan dalam tesis yang berjudul Pengaruh Faktor-Faktor Tradisional Regressor pada Pendapatan Personal Tenaga Penjualan Perumahan (*Real Estate*), yaitu :

I. Pendahuluan

Pendahuluan terdiri dari: latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

II. Tinjauan Konseptual dan Hipotesis

Menjelaskan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan personal agen, hasil riset sebelumnya, dan hipotesis.

III. Metoda Penelitian

Menjelaskan mengenai metoda penelitian yang dipakai yang terdiri dari lingkup penelitian, metoda sampling dan teknik pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, dan metoda analisis data.

IV. Analisis Data

Analisis data terdiri dari: analisis presentase (frekuensi) yang berisi data responden, analisis korelasi dan analisis regresi.

V. Kesimpulan, Implikasi Manajerial dan Saran

Berisi kesimpulan dari analisis yang telah dilakukan, implikasi manajerial yang dapat diterapkan serta saran yang berguna untuk penelitian selanjutnya.