

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Sumber Daya Manusia

Manusia merupakan komponen penting dalam organisasi yang akan bergerak dan melakukan aktifitas untuk mencapai tujuan. Keberhasilan suatu organisasi ditentukan dari kualitas orang-orang yang berada di dalamnya. Sumber daya manusia akan bekerja secara optimal jika organisasi dapat mendukung kemajuan karir mereka dengan melihat apa sebenarnya kompetensi mereka. Biasanya, pengembangan sumber daya manusia berbasis kompetensi akan mempertinggi produktivitas karyawan sehingga kualitas kerja pun lebih tinggi pula dan berujung pada puasnya pelanggan dan organisasi akan diuntungkan. Sumber Daya Manusia dapat didefinisikan sebagai semua manusia yang terlibat di dalam suatu organisasi dalam mengupayakan terwujudnya tujuan organisasi tersebut.¹³

Pengertian sumber daya manusia dibagi menjadi dua, yaitu pengertian secara makro dan mikro. Pengertian sumber daya manusia secara makro adalah semua manusia sebagai penduduk atau warga negara suatu negara atau dalam batas wilayah tertentu yang sudah memasuki usia angkatan kerja, baik yang sudah maupun belum memperoleh pekerjaan (lapangan kerja). sumber daya manusia dalam arti mikro adalah manusia yang bekerja atau menjadi anggota suatu organisasi yang disebut personil, pegawai, karyawan, pekerja, tenaga kerja dan lain-lain.¹⁴

¹³ Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, 15.

¹⁴ Hadari Nawawi, *Perencanaan Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2014), 37.

Menurut Veithzal Rivai sumber daya manusia adalah seorang yang siap, mau dan mampu memberi sumbangan usaha pencapaian tujuan organisasi. Selain itu sumber daya manusia merupakan salah satu unsur masukan (*input*) yang bersama unsur lainnya seperti modal, bahan, mesin dan metode/teknologi diubah menjadi proses manajemen menjadi keluaran (*output*) berupa barang atau jasa dalam usaha mencapai tujuan perusahaan.¹⁵

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sumber daya manusia adalah orang-orang yang terlibat dalam pelaksanaan organisasi di berbagai level, baik level pimpinan atau top manajer, middle manajer maupun staf atau karyawan termasuk di dalamnya investor atau pemodal. Hal ini menjadikan sumber daya manusia merupakan faktor penting yang harus ada dalam berjalannya perusahaan.

Sumber daya yang paling penting bagi suatu organisasi adalah orang yang memberikan kerja, bakat, kreativitas, dan semangat kepada organisasi. Oleh karena itu kesulitan sumber daya manusia merupakan sumber masalah dalam organisasi. Konsekuensi dari hal ini adalah tersedianya sumber daya manusia yang mempunyai kapasitas sebagai perencana dan pelaksana program kegiatan. Kapasitas ini ditentukan oleh kapabilitas, kompetensi dan produktivitas kerja.

Kapabilitas sumber daya manusia yang berorientasi pada pengetahuan (*knowledge*) dan keterampilan (*skill*) yang akan menentukan berhasilnya seseorang menyelesaikan pekerjaan yang dibebankan kepadanya secara optimal. Masalah sumber daya manusia masih menjadi sorotan dan tumpuhan bagi perusahaan untuk tetap dapat

¹⁵ Veithzal Rivai, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2015), 6.

bertahan di era globalisasi. Sumber daya manusia mempunyai peran utama dalam setiap kegiatan perusahaan. Walaupun didukung dengan sarana dan prasarana serta sumber dana yang beriebihan, tetapi tanpa dukungan sumber daya manusia yang andal kegiatan perusahaan tidak akan terselesaikan dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa sumber daya manusia merupakan kunci pokok yang harus diperhatikan dengan segala kebutuhannya.

Secara umum sumber daya manusia dalam organisasi terbagi kepada tiga kelompok yaitu sebagai berikut:

1. Investor, merupakan setiap orang yang menginvestasikan modalnya untuk memperoleh pendapatan dan besarnya pendapatan itu tidak menentu tergantung pada laba yang dicapai perusahaan tersebut.
2. Karyawan, merupakan penjual jasa (pikiran dan tenaganya) untuk mengerjakan pekerjaan yang diberikan dan berhak memperoleh kompensasi yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu (sesuai perjanjian). Posisi karyawan dalam suatu perusahaan dibedakan menjadi:
 - a. Karyawan Operasional, mweupakan setiap orang yang secara langsung harus mengerjakan sendiri pekerjaannya sesuai dengan perintah atasan.
 - b. Karyawan Manajerial, merupakan setiap orang yang berhak memerintah bawahannya untuk mengerjakan sebagian pekerjaannya dan dikerjakan sesuai dengan perintah.
 - c. Pemimpin, merupakan seseorang yang mempergunakan wewenang dan kepemimpinannya untuk mengarahkan orang lain serta bertanggung jawab atas pekerjaan orang tersebut dalam mencapai suatu tujuan.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kecakapan kompetensi seseorang, yaitu sebagai berikut:

1. Keyakinan dan nilai-nilai. Keyakinan orang tentang dirinya maupun terhadap¹⁶ dan inovatif, mereka tidak akan berusaha berfikir tentang cara baru atau berbeda dalam melakukan sesuatu. Setiap orang harus berpikir positif baik terhadap dirinya maupun orang lain dan menunjukkan ciri orang yang berpikir kedepan.
2. Keterampilan. Keterampilan merupakan peran penting di kebanyakan kompetensi. Berbicara di depan umum merupakan keterampilan yang dapat dipelajari, dipraktikkan, dan diperbaiki. Keterampilan menulis juga dapat diperbaiki dengan instruksi, praktik dan umpan balik. Dengan memperbaiki keterampilan berbicara di depan umum dan menulis, individu akan meningkatkan kecakapannya dalam kompetensi tentang perhatian terhadap komunikasi. Pengembangan keterampilan yang secara spesifik berkaitan dengan kompetensi dapat berdampak baik pada budaya organisasi dan kompetensi individual.
3. Pengalaman. Keahlian dari banyak kompetensi memerlukan pengalaman mengorganisasikan orang, komunikasi di hadapan kelompok, menyelesaikan masalah, dan sebagainya. orang yang tidak pernah berhubungan dengan organisasi besar dan kompleks tidak mungkin mengembangkan kecerdasan

¹⁶ Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi* (Jakarta: Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015).

- organisasi untuk memahami dinamika kekuasaan dan pengaruh dalam lingkungan.
4. Karakteristik Kepribadian. Dalam kepribadian termasuk banyak faktor yang diantaranya sulit untuk berubah. Akan tetapi, kepribadian bukannya sesuatu yang tidak dapat berubah. Kenyataanya, kepribadian seseorang dapat berubah sepanjang waktu. Orang merespon dan berinteraksi dengan kekuatan dan lingkungan sekitarnya. Kepribadian dapat mempengaruhi keahlian seorang karyawan dalam sejumlah kompetensi, termasuk dalam penyelesaian konflik, menunjukkan kepedulian interpersonal, kemampuan bekerja dalam tim, memberikan pengaruh dalam membangun hubungan dalam tim.
 5. Motivasi. Motivasi merupakan faktor dalam kompetensi yang dapat berubah. Dengan memberikan dorongan, apresiasi terhadap pekerjaan bawahan, memberikan pengakuan dan perhatian individual dari atasan dapat berpengaruh positif terhadap motivasi bawahan.
 6. Isu Emosional. Hambatan emosional dapat membatasi penguasaan kompetensi. Takut membuat kesalahan, menjadi malu, merasa tidak disukai atau tidak menjadi bagian, semuanya cenderung membatasi motivasi dan inisiatif.
 7. Kemampuan Intelektual. Kompetensi bergantung pada pemikiran kognitif seperti pemikiran konseptual dan pemikiran analitis. Faktor pengalaman dapat meningkatkan kecakapan dalam kompetensi.

B. Kompetensi Sumber Daya Manusia

Yendrawati menyatakan bahwa pengertian kompetensi Sumber Daya Manusia adalah kemampuan seseorang atau individu suatu organisasi (kelembagaan) atau suatu sistem untuk melaksanakan fungsi-fungsi atau kewenangannya untuk mencapai tujuannya secara efektif dan efisien.

Pengertian kompetensi adalah tingkat keterampilan, pengetahuan, dan tingkah laku yang dimiliki oleh individu untuk melakukan tugasnya dalam organisasi. Kompetensi sumber daya manusia adalah kemampuan yang dimiliki seseorang berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan karakteristik kepribadian yang mempengaruhi secara langsung terhadap kinerja yang dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Secara umum, kompetensi sumber daya manusia adalah tingkat kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang guna melakukan suatu kegiatan dalam rangka untuk memenuhi kebutuhannya. Semakin tinggi kemampuan dan pengetahuannya, maka semakin tinggi juga kualitas kompetensi sumber daya manusianya.

C. Indikator Sumber Daya Manusia

Indikator sumber daya manusia meliputi:

1. Pengembangan diri. Kemampuan untuk melakukan perubahan dalam segala bidang, terutama perilaku dan kemampuan mengembangkan diri.
2. Profesional. Kemampuan dalam memahami setiap pekerjaan yang diberikan dan siap melakukan pengembangan kemampuan yang dimiliki.

3. Jenjang pendidikan. Kemampuan untuk memiliki pengetahuan atau latar belakang pendidikan yang sesuai dalam melaksanakan bidang pekerjaan.
4. Usia Produktif merupakan usia seseorang masih mampu bekerja, berpenghasilan, atau menghasilkan sesuatu. Usia produktif ini ditandai dengan kemampuan seseorang dalam melakukan aktivitas sehari-hari secara efektif dan efisien. Kesehatan fisik yang baik juga menjadi faktor penting dalam mendukung produktivitas dan kualitas hidup.
5. Keahlian. Kemampuan untuk mempertanggungjawabkan pekerjaannya secara detail dan juga memiliki kemampuan untuk memecahkan masalah secara efektif dan efisien.

D. Peningkatan penjualan

1. Penjualan

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen(pembeli).¹⁷

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi. Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya

¹⁷ Fandy Tjiptono Dkk, *Pemasaran Startegi* (Yogyakarta: Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, 2015).

kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan si pembeli, negosiasi harga, dan syarat-syarat pembayaran. dalam hal ini, penjualan ini, seperti penjual harus menentukan kebijaksanaan dan prosedur yang akan diikuti memungkinkan dilaksanakannya rencana penjualan yang ditetapkan.¹⁸

2. Tujuan Penjualan

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Adapun tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu :

- a. Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk- produk yang lebih menguntungkan.
- b. Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru.
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Penjualan tidak selalu berjalan mulus, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak

¹⁸ M Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), Hal. 166. (Jakarta: Jakarta: Salemba Empat, 2009, 2014).

dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran. Lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.¹⁹

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan

Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup atau untuk menjaga kestabilan usahanya dan untuk berkembang. Oleh karena itu para pengusaha harus mempertimbangkan faktor apa sajakah yang bisa mempengaruhi penjualan sehingga perusahaan bisa terus meningkatkan penjualan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan mereka.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut sebagai berikut:²⁰

- a. Kondisi dan kemampuan penjual Transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan pada pembelinya, agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang di harapkan, untuk maksud tersebut harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni: jenis dan karakteristik yang di tawarkan, harga produk, syarat penjual seperti pembayaran, penghantaran, pelayanan penjual, garansi dan sebagainya.
- b. Kondisi pasar
 - 1) Jenis pasar, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah atau pasar internasional.

¹⁹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Jakarta: Rajawali Pers, 2018).

²⁰ Kevin lane keller Philip Kotler, *Marketing Magement* (Prentice Hall, 2014).

- 2) Kelompok pembeli atau segmen pasar.
 - 3) Daya beli.
 - 4) Frekuensi pembelian.
 - 5) Keinginan dan kebutuhan.
- c. Modal Untuk memperkenalkan barangnya kepada pembeli atau konsumen, diperlukannya adanya usaha promosi, alat transportasi, tempat peragaan baik dalam perusahaan maupun di luar perusahaan dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.
- d. Kondisi organisasi perusahaan Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipimpin oleh orang-orang tertentu atau ahli di bidang penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil, dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya sedikit, sistem organisasinya lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi, serta sarana yang dimilikinya tidak sekomplek perusahaan-perusahaan besar. Biasanya, masalah penjualan ini ditangani sendiri oleh pimpinan dan tidak diberikan kepada orang lain.
- e. Faktor-faktor lain Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan.

Indikator meningkatnya penjualan Volume penjualan merupakan penjualan bersih dari laporan laba perusahaan. Penjualan bersih diperoleh melalui hasil penjualan seluruh produk selama jangka waktu tertentu dan hasil

penjualan yang di capai dari pangsa pasar yang merupakan penjualan potensial yang dapat terdiri dari kelompok pembeli selama jangka waktu tertentu.

4. Indikator peningkatan penjualan

Terdapat beberapa indikator dalam menentukan peningkatan penjualan:²¹

- a. Mencapai volume penjualan. Mencapai volume penjualan merupakan penjualan yang dinyatakan dalam jumlah penjualan banyaknya satuan fisik atau jumlah uang yang harus di capai.
- b. Mendapatkan laba Mendapatkan laba adalah banyaknya jumlah pendapatan keuntungan yang di peroleh.
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan. Jika perusahaan mencapai target penjualan yang di tetapkan tentunya usaha yang di lakukan akan cepat berkembang.

²¹ T Hani Handoko Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran ; Analisa Prilaku Konsumen* (Yogyakarta: BPFE UGM, 2014).