

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Motivasi

Motivasi berasal dari kata Latin *movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Motivasi (*motivation*) dalam manajemen hanya ditujukan pada sumber daya manusia umumnya dan bawahan khususnya. Motivasi mempersoalkan bagaimana caranya mengarahkan daya dan potensi bawahan, agar mau bekerja sama secara produktif berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditentukan (Hasibuan, 2013:141).

Motivasi pada dasarnya adalah proses untuk mencoba mempengaruhi seseorang untuk melakukan sesuatu dalam mencapai suatu tujuan tertentu. Motivasi merupakan suatu aspek yang sangat penting dalam menentukan perilaku seseorang termasuk perilaku kerja. Untuk dapat memotivasi karyawan diperlukan adanya pemahaman mengenai bagaimana proses terbentuknya motivasi pada karyawan, yang mana pada dasarnya manusia bekerja untuk memenuhi kebutuhannya.

Untuk mempermudah pemahaman mengenai motivasi, dibawah ini dikemukakan beberapa pengertian motivasi menurut beberapa ahli:

1. Menurut Flipppo dalam Hasibuan (2013:143) motivasi adalah suatu keahlian, dalam mengarahkan pegawai dan organisasi agar mau bekerja secara berhasil, sehingga keinginan para pegawai dan tujuan organisasi sekaligus tercapai.
2. Menurut Berelson dan Steiner dalam Sunyoto (2013:192) motivasi adalah suatu usaha sadar untuk memengaruhi perilaku seseorang supaya mengarah tercapainya tujuan organisasi.
3. Menurut Greenberg dan Baron dalam Wibowo (2014:322) motivasi merupakan serangkaian proses yang membangkitkan (*arouse*), mengarahkan (*direct*), dan menjaga (*maintain*) perilaku manusia menuju pada pencapaian tujuan. Membangkitkan berkaitan dengan dorongan atau energi di belakang tindakan. Motivasi juga berkepentingan dengan pilihan yang dilakukan orang dan arah perilaku mereka. Sedang perilaku menjaga atau memelihara berapa lama orang akan terus berusaha untuk mencapai tujuan.
4. Menurut Sastrohadiwiryo (2005:267) motivasi adalah keadaan kejiwaan dan sikap mental manusia yang memberikan energi, mendorong kegiatan atau menggerakkan dan mengarah atau menyalurkan perilaku

ke arah mencapai kebutuhan yang memberi kepuasan atau mengurangi ketidakseimbangan.

5. Menurut Mangkunegara (2009:61) motivasi merupakan kondisi atau energi yang menggerakkan diri karyawan yang terarah atau tertuju untuk mencapai tujuan organisasi perusahaan.
6. Menurut Rivai dan Sagala (2011:837) motivasi adalah serangkaian sikap dan nilai-nilai yang mempengaruhi individu untuk mencapai hal yang spesifik sesuai dengan tujuan individu.

2.2 Pengertian Bekerja

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2011:681) kerja merupakan kegiatan melakukan sesuatu yang dilakukan (diperbuat), sedangkan pekerja adalah orang yang bekerja atau yang menerima upah atas hasil kerjanya dan bekerja adalah melakukan suatu pekerjaan (perbuatan) atau berbuat sesuatu.

Menurut Badan Pusat Statistik (2015) bekerja adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh seseorang dengan maksud memperoleh atau membantu memperoleh pendapatan atau keuntungan, paling sedikit 1 jam (tidak terputus) dalam seminggu yang lalu.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bekerja adalah aktifitas menyelesaikan sesuatu pekerjaan, dan jika selesai atau memenuhi kriteria atau aturan tertentu akan mendapatkan imbalan atau balas jasa.

2.3 Proses Timbulnya Motivasi

Menurut Gitosudarmo dalam Sunyoto (2013:192) proses timbulnya motivasi seseorang merupakan gabungan dari konsep kebutuhan, dorongan, tujuan dan imbalan. Proses motivasi terdiri dari beberapa tahapan proses sebagai berikut:

1. Apabila dalam diri manusia itu timbul suatu kebutuhan tertentu dan kebutuhan tersebut belum terpenuhi maka akan menyebabkan lahirnya dorongan untuk berusaha melakukan kegiatan.
2. Apabila kebutuhan belum terpenuhi maka seseorang kemudian akan mencari jalan bagaimana caranya untuk memenuhi keinginannya.
3. Untuk mencapai tujuan prestasi yang diharapkan maka seseorang harus didukung oleh kemampuannya, keterampilan maupun pengalaman dalam memenuhi segala kebutuhannya.
4. Melakukan evaluasi prestasi secara formal tentang keberhasilan dalam mencapai tujuan yang dilakukan secara bertahap.
5. Seseorang akan bekerja lebih baik apabila mereka merasa bahwa apa yang mereka lakukan dihargai dan diberikan suatu imbalan atau ganjaran.

6. Dari gaji atau imbalan yang diterima kemudian seseorang tersebut dapat mempertimbangkan seberapa besar kebutuhan yang bisa terpenuhi dari gaji atau imbalan yang mereka terima.

2.4 Tujuan Motivasi

Menurut Hasibuan (2013:146) tujuan motivasi antara lain sebagai berikut:

1. Meningkatkan moral dan kepuasan kerja karyawan
2. Meningkatkan produktivitas kerja karyawan
3. Mempertahankan kestabilan karyawan perusahaan
4. Meningkatkan kedisiplinan karyawan
5. Mengefektifkan pengadaan karyawan
6. Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik
7. Meningkatkan loyalitas, kreativitas, dan partisipasi karyawan
8. Meningkatkan tingkat kesejahteraan karyawan
9. Mempertinggi rasa tanggung jawab karyawan terhadap tugas-tugasnya
10. Meningkatkan efisiensi penggunaan alat-alat dan bahan baku

2.5 Pandangan Motivasi dalam Organisasi

Dalam perkembangannya motivasi dapat dipandang menjadi tiga model pendekatan (Rivai dan Sagala, 2011:852):

1. Model Tradisional
Model ini mengemukakan aspek yang sangat penting dari pekerjaan para manajer adalah bagaimana membuat para karyawan bisa menjalankan pekerjaan mereka yang membosankan dan berulang-ulang dengan cara yang paling efisien. Untuk memberikan dorongan kepada karyawan agar melakukan tugas mereka dengan berhasil, para manajer menggunakan sistem upah insentif, semakin banyak mereka menghasilkan atau mencapai hasil kerja yang sempurna, semakin besar penghasilan mereka. Alat motivasi ini didasarkan atas anggapan bahwa para karyawan sebenarnya adalah pemalas dan bisa didorong hanya dengan imbalan keuangan.
2. Model Hubungan Manusiawi
Model ini menganjurkan para manajer untuk memotivasi para karyawan dengan mengakui kebutuhan sosial mereka dan dengan membuat mereka merasa penting dan berguna. Perusahaan mencoba untuk mengakui kebutuhan sosial para karyawan, dan mencoba memotivasi mereka dengan meningkatkan kepuasan kerjanya.
3. Model Sumber Daya Manusia
Model ini menyatakan bahwa para karyawan sebenarnya mempunyai motivasi yang sangat beraneka ragam, bukan hanya motivasi karena

uang ataupun keinginan akan kepuasan, tetapi juga kebutuhan untuk berprestasi dan mempunyai arti dalam bekerja.

2.6 Asas-asas Motivasi

Menurut Hasibuan (2013:146) asas-asas motivasi mencakup:

1. **Asas Mengikutsertakan**
Asas mengikutsertakan maksudnya mengajak bawahan untuk ikut berpartisipasi dan memberikan kesempatan kepada mereka mengajukan ide-ide, rekomendasi dalam proses pengambilan keputusan. Dengan cara ini, bawahan merasa ikut bertanggung jawab atas tercapainya tujuan perusahaan sehingga moral dan gairah kerjanya akan meningkat.
2. **Asas Komunikasi**
Asas komunikasi maksudnya menginformasikan secara jelas tentang tujuan yang ingin dicapai, cara mengerjakannya, dan kendala yang dihadapi. Dengan asas komunikasi, motivasi kerja bawahan akan meningkat. Sebab semakin banyak seseorang mengetahui suatu soal, semakin besar pula minat dan perhatiannya terhadap hal tersebut.
3. **Asas Pengakuan**
Asas pengakuan maksudnya memberikan penghargaan dan pengakuan yang tepat serta wajar kepada bawahan atas prestasi kerja yang dicapainya. Bawahan akan bekerja keras dan semakin rajin, jika mereka terus-menerus mendapat pengakuan dan kepuasan dari usaha-usahanya.
4. **Asas Wewenang yang Didelegasikan**
Asas wewenang yang didelegasikan adalah mendelegasikan sebagian wewenang serta kebebasan karyawan untuk mengambil keputusan dan berkreaitivitas dan melaksanakan tugas-tugas atasan atau manajer. Dalam pendelegasian ini, manajer harus meyakinkan bawahan bahwa karyawan mampu dan dipercaya dapat meyelesaikan tugas-tugas itu dengan baik. Asas ini akan memotivasi morah/gairah bekerja bawahan sehingga semakin tinggi dan antusias.
5. **Asas Perhatian Timbal Balik**
Asas perhatian timbal balik adalah memotivasi bawahan dengan mengemukakan keinginan atau harapan perusahaan di samping berusaha memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang diharapkan bawahan dari perusahaan.

2.7 Jenis-jenis dan Alat-alat Motivasi

Menurut Hasibuan (2013:150) jenis motivasi dapat dibedakan menjadi beberapa kelompok:

1. **Motivasi positif**, maksudnya manajer memotivasi (merangsang) bawahan dengan memberikan hadiah kepada mereka yang berprestasi di

atas prestasi standar. Dengan motivasi positif, semangat kerja bawahan akan meningkat karena umumnya manusia senang menerima yang baik-baik saja.

2. Motivasi negatif, maksudnya manajer memotivasi bawahan dengan standar mereka akan mendapat hukuman. Dengan motivasi negatif ini semangat bekerja bawahan dalam jangka waktu pendek akan meningkat karena mereka takut dihukum, tetapi untuk jangka waktu panjang dapat berakibat kurang baik.

Menurut Hasibuan (2013:149) alat-alat motivasi (daya perangsang) yang diberikan kepada bawahan dapat berupa:

1. *Material incentive* adalah motivasi yang bersifat materiil sebagai imbalan prestasi yang diberikan oleh karyawan. Yang termasuk *material incentive* adalah yang berbentuk uang dan barang-barang.
2. *Nonmaterial incentive* adalah motivasi (daya perangsang) yang tidak berbentuk materi. Yang termasuk nonmaterial adalah penempatan yang tepat, pekerjaan yang terjamin, piagam penghargaan, bintang jasa, perlakuan yang wajar, dan sejenisnya.

2.8 Metode Motivasi

Menurut Hasibuan (2013:149) ada dua metode motivasi:

1. Motivasi langsung
Motivasi langsung adalah motivasi (materiil dan nonmateriil) yang diberikan secara langsung kepada setiap individu karyawan untuk memenuhi kebutuhan serta kepuasannya. Jadi sifat khusus, seperti pujian, penghargaan, tunjangan hari raya, bonus, dan bintang jasa.
2. Motivasi tak langsung
Motivasi tak langsung adalah motivasi yang diberikan hanya merupakan fasilitas-fasilitas yang mendukung serta menunjang gairah kerja/kelancaran tugas sehingga para karyawan betah dan bersemangat melakukan pekerjaannya.

2.9 Teori Motivasi Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow

Banyak teori motivasi yang telah dikemukakan oleh para ahli manajemen, seperti teori A.H. Maslow dengan *Maslow's Need Hierarchy Theory*, Douglas Mc. Gregor dengan Teori X dan Y, Frederich Herzberg dengan *Herzberg's Two Factor Theory*, atau David McQelland dengan *Mc. Clelland's Learned Needs Theory*. Salah satu teori motivasi yang banyak mendapat sambutan yang positif di bidang manajemen organisasi adalah teori "Hierarki Kebutuhan" yang dikemukakan Abraham Maslow (Samsudin, 2005:283).

Seperti yang dikatakan Maslow dalam Samsudin (2005:283), setiap individu memiliki kebutuhan-kebutuhan yang tersusun secara hierarki dari tingkat yang paling mendasar sampai pada tingkatan yang paling tinggi. Setiap kali kebutuhan pada tingkatan paling rendah telah terpenuhi maka akan muncul kebutuhan lain yang lebih tinggi. Pada tingkat yang paling bawah, dicantumkan berbagai kebutuhan dasar yang bersifat biologis. Pada tingkatan yang lebih tinggi dicantumkan berbagai kebutuhan bersifat sosial. Pada tingkatan yang paling tinggi dicantumkan kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri.



Gambar 2.1
Hierarki Kebutuhan Maslow

Sumber: Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan (Rivai dan Sagala, 2011:840)

Menurut Maslow dalam Hasibuan (2013:153) hierarki kebutuhan mengikuti teori jamak yakni seseorang berperilaku/bekerja, karena adanya dorongan untuk memenuhi bermacam-macam kebutuhan dan kebutuhan yang diinginkan manusia itu berjenjang. Artinya, jika kebutuhan yang pertama telah terpenuhi, kebutuhan tingkat kedua akan muncul menjadi yang utama. Selanjutnya jika kebutuhan tingkat kedua telah terpenuhi, muncul kebutuhan tingkat ketiga dan seterusnya sampai tingkat kebutuhan kelima.

Kelima tingkatan kebutuhan manusia menurut Maslow dalam Sunyoto (2013:194) adalah:

1. Kebutuhan fisiologis (*physiological needs*)
2. Kebutuhan rasa aman (*safety needs*)
3. Kebutuhan sosial (*social needs*)
4. Kebutuhan penghargaan (*esteem needs*)
5. Kebutuhan aktualisasi diri (*self actualization needs*)

2.9.1 Kebutuhan Fisiologis (*Physiological Needs*)

Menurut Griffin (2004:40) bagian paling bawah dari hierarki adalah kebutuhan-kebutuhan fisiologis seperti makanan, minuman, serta udara mewakili isu-isu kelangsungan hidup dan fungsi biologis dasar. Dalam organisasi, kebutuhan-kebutuhan ini secara umum dapat dipenuhi dengan upah dan lingkungan kerja yang memadai.

Menurut Hasibuan (2013:154) *physiological needs* yaitu kebutuhan untuk mempertahankan hidup. Yang termasuk ke dalam kebutuhan ini adalah kebutuhan makan, minum, perumahan, udara, dan sebagainya. Keinginan untuk memenuhi kebutuhan ini merangsang seseorang berperilaku atau bekerja giat.

Menurut Sunyoto (2013:194) kebutuhan fisiologis merupakan hierarki kebutuhan manusia yang paling dasar yang merupakan kebutuhan untuk dapat hidup seperti makanan, minum, perumahan, oksigen, tidur, dan sebagainya.

Suatu perusahaan yang mempekerjakan banyak SDM akan berusaha memenuhi kebutuhan tingkat dasar ini berupa pemberian kompensasi (gaji, upah), agar karyawan tersebut termotivasi melaksanakan pekerjaan dan terdorong untuk bekerja lebih baik (Saydam, 2005:341).

2.9.2 Kebutuhan Rasa Aman (*Safety Needs*)

Setelah kebutuhan tingkat pertama terpenuhi maka muncul kebutuhan tingkat kedua sebagai penggantinya, yaitu kebutuhan rasa aman. Menurut Mangkunegara (2009:64) kebutuhan rasa aman adalah kebutuhan akan perlindungan dari ancaman, bahaya, pertentangan, dan lingkungan hidup. Sedangkan menurut Bangun (2012:317) kebutuhan rasa aman adalah kebutuhan akan keselamatan dan perlindungan atas kerugian fisik. Dalam sebuah perusahaan, adanya asuransi, tunjangan kesehatan, dan tunjangan pensiun akan memberikan rasa aman tenaga kerja untuk mengerjakan pekerjaannya.

Menurut Hasibuan (2013:154) kebutuhan rasa aman adalah kebutuhan akan kebebasan dari ancaman yakni merasa aman dari ancaman kecelakaan dan keselamatan dalam melaksanakan pekerjaan. Kebutuhan ini mengarah kepada dua bentuk, yaitu:

1. Kebutuhan akan keamanan dan keselamatan jiwa di tempat pekerjaan pada saat mengerjakan pekerjaan waktu jam-jam kerja, seperti para karyawan membutuhkan alat pelindung diri.
2. Kebutuhan akan keamanan harta di tempat pekerjaan pada waktu jam-jam kerja, seperti motor yang disimpan jangan sampai hilang. Bentuk lain dari pemuasan kebutuhan ini adalah dengan memberikan perlindungan asuransi (astek) kepada para karyawan.

2.9.3 Kebutuhan Sosial (*Social Needs*)

Menurut Griffin (2004:41) kebutuhan sosial meliputi kebutuhan akan cinta dan kasih sayang serta kebutuhan untuk diterima oleh rekan kerja. Bagi sebagian besar orang, kebutuhan-kebutuhan ini terpenuhi melalui keluarga dan hubungan dengan komunitas di luar pekerjaan serta persahabatan di lingkungan kerja. Seorang manajer bisa membantu memenuhi kebutuhan-kebutuhan ini dengan membolehkan interaksi sosial dengan membuat karyawan merasa sebagai bagian dari sebuah tim atau kelompok kerja.

Menurut Samsudin (2005:283) kebutuhan sosial meliputi kebutuhan untuk dicintai dan disayangi, seperti interaksi dengan rekan kerja, kebebasan melakukan aktivitas sosial, dan kesempatan yang diberikan untuk menjalin hubungan yang akrab dengan orang lain.

Kebutuhan sosial meliputi kebutuhan untuk persahabatan, afiliasi, dan interaksi yang lebih erat dengan orang lain. Dalam organisasi akan berkaitan dengan kebutuhan akan adanya kelompok kerja yang kompak, supervisi yang baik, rekreasi bersama (Sunyoto, 2013:194).

2.9.4 Kebutuhan Penghargaan (*Esteem Needs*)

Menurut Sunyoto (2013:194) kebutuhan ini meliputi kebutuhan keinginan untuk dihormati, dihargai atas prestasi seseorang, pengakuan atas faktor kemampuan dan keahlian seseorang serta efektivitas kerja seseorang.

Menurut Bangun (2012:317) kebutuhan penghargaan menyangkut faktor penghormatan diri seperti, harga diri, otonomi dan prestise, dan faktor penghormatan dari luar misalnya, status, pengakuan, dan perhatian. Pada tingkat ini, manusia sudah menjaga *image*, karena merasa harga dirinya sudah meningkat dari sebelumnya.

Menurut Sedarmayanti (2010:234) kebutuhan ini meliputi kebutuhan akan harga diri dan penghargaan dari orang lain.

2.9.5 Kebutuhan Aktualisasi Diri (*Self Actualization Needs*)

Kebutuhan ini muncul setelah keempat kebutuhan sebelumnya terpenuhi. Menurut Rivai dan Sagala (2011:840) kebutuhan aktualisasi diri meliputi kebutuhan untuk menggunakan kemampuan, skill, potensi, kebutuhan untuk berpendapat dengan mengemukakan ide-ide, dan memberikan penilaian dan kritik terhadap sesuatu. Sedangkan menurut Bangun (2012:318) kebutuhan ini merupakan dorongan agar

menjadi seseorang yang sesuai dengan ambisinya yang mencakup pertumbuhan, pencapaian potensi, dan pemenuhan kebutuhan diri.

Menurut Hasibuan (2013:156) *self actualization* adalah kebutuhan akan aktualisasi diri dengan menggunakan kemampuan, keterampilan, dan potensi optimal untuk mencapai prestasi kerja yang sangat memuaskan/luar biasa. Kebutuhan ini merupakan realisasi lengkap potensi seseorang secara penuh.

Menurut Sedarmayanti (2010:234) kebutuhan aktualisasi diri yaitu kebutuhan untuk kepuasan diri sendiri dengan memaksimalkan potensi, kemampuan dan keterampilan.