

Hubungan antara perilaku pengambilan keputusan intuitif dan rasional terhadap prestasi kerja manajer tingkat pertama pemasaran dan produksi

Lucia Sukartini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=80847&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bermula dari terbatasnya penelitian yang dilakukan pada salah satu kegiatan manajerial khususnya kemampuan pengambilan keputusan dikaitkan dengan prestasi kerja para manajer. Ini menimbulkan keingintahuan untuk meneliti hubungan antara proses pengambilan keputusan intuitif dan rasional terhadap prestasi kerja para manajer di bidang pemasaran dan produksi.

Manajer selaku ujung tombak perusahaan, semua kegiatan yang dilaksanakan harus diarahkan demi kemajuan perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan prestasi kerja (performance) para manajernya. Dalam penelitian ini faktor yang menentukan prestasi adalah faktor kuantitatif, kualitatif dan karakteristik perorangan.

Proses pengambilan keputusan intuitif yang cenderung menggunakan fungsi belahan otak sebelah kanan diduga banyak dilakukan oleh para manajer pemasaran. Ini disebabkan tugas manajer pemasaran harus berhubungan dengan lingkungan yang berubah cepat dan tidak menentu. Urgensi keputusan yang harus segera diambil menyebabkan mereka tidak dapat memperoleh data yang lengkap dan akurat untuk menentukan keputusan. Sehingga dalam proses pengambilannya lebih mengandalkan pada persepsi, pengalaman, perasaan, dugaan dan sebagainya. Sedangkan pengambilan keputusan rasional cenderung dilakukan manajer produksi karena tugas yang dilaksanakan lebih stabil sehingga menyebabkan mereka mempunyai waktu untuk memikirkan dengan lebih rinci keputusan yang akan dibuat dibandingkan manajer pemasaran. Sehingga dalam prosesnya dimungkinkan dapat diperoleh data yang akurat, lengkap, dilakukan secara rasional dengan menggunakan tahap-tahap tertentu. Dalam proses tersebut akan lebih digunakan fungsi belahan otak sebelah kiri.

Penelitian ini berusaha mengungkapkan, pertama, bagaimanakah kecenderungan umum manajer di bidang pemasaran dan produksi dalam proses pengambilan keputusan. Kedua, adakah perbedaan yang signifikan dalam proses pengambilan keputusan antara manajer pemasaran dan manajer produksi. Ketiga, adakah hubungan antara proses pengambilan keputusan intuitif dan rasional terhadap prestasi kerja manajer tingkat pertama pemasaran dan produksi.

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan di atas, dilakukan studi lapangan, non eksperimental, di perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan barang. Sebagai sampel penelitian adalah : 18 manajer tingkat menengah pemasaran, 16 manajer tingkat menengah produksi, 37 manajer tingkat pertama pemasaran dan 35 manajer tingkat pertama produksi. Alat pengumpul data yang digunakan adalah kuesioner dengan pengukuran model Likert yang berskala I sampai 6. Teknik analisis pengolahan data yaitu Analisis Varian (Anava) AB Dua Arah, Uji T dan Regresi Berganda dengan taraf signifikansi 0.05.

Hasil olahan data dengan Anava AB Dua Arah menunjukkan bahwa manajer tingkat pertama pemasaran cenderung lebih intuitif dan rasional dibandingkan manajer tingkat pertama produksi dalam pengambilan keputusan. Analisis data dengan Uji T membuktikan bahwa ada perbedaan secara signifikan dalam proses pengambilan keputusan intuitif antara manajer tingkat pertama pemasaran dan produksi. Regresi Berganda membuktikan pengambilan keputusan rasional mempunyai korelasi bermakna terhadap prestasi manajer tingkat pertama produksi. Tetapi korelasi pengambilan keputusan intuitif terhadap prestasi manajer tingkat pertama pemasaran kurang bermakna.