

BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Nama : PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.



Gambar 1.1

Logo PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.

Sumber: <http://www.muamalatbank.com>

Visi : Menjadi Bank Syari'ah pertama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dikagumi di pasar rasional

Misi : Menjadi role model Lembaga Keuangan Syari'ah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimumkan nilai kepada *stakeholder*.

Pendirian : Berawal dari loka karya “Bunga Bank dan Perbankan” yang diselenggarakan Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus di Cisarua akhirnya terlaksana penandatanganan Akte Pendirian PT. Bank Muamalat di Sahid Jaya Hotel pada tanggal 1 November 1991 dengan saham sebanyak Rp. 48 miliar.

Bidang Usaha : Bank Syari’ah.

Kepemilikan : *Islamic Development Bank (IDB)* sebesar 32,74%, *Boubyan Bank of Kuwait* sebesar 25,03%, *Atwill Holdings Limited* sebesar 17,91%, Abdul Rohim sebesar 3,94%, *IDF Foundation* sebesar 3,48%, *BMF Holdings Limited* sebesar 3,48%, Rizal Ismael sebesar 3,23%, Kopkapindo sebesar 1,92%, Badan Pengelola Dana ONHI sebesar 1,43%, dan masyarakat lain sebesar 6,84% (*sumber: <http://www.infobank.com>*)

1.1.2 Produk Bank Muamalat

Produk Pendanaan

- a. Giro Perorangan
- b. Giro Institusi
- c. Tabungan Muamalat
- d. Tabungan Haji Arafah

- e. Tabungan Muamalat Umroh
- f. TabunganKu
- g. Tabungan iB Muamalat Wisata dan Prima
- h. Deposito *Mudharabah* dan *Fullivnes*

Produk Pembiayaan

- a. KPR Muamalat iB
- b. Auto Muamalat
- c. Dana Talangan Porsi Haji
- d. Pembiayaan Muamalat Umroh
- e. Pembiayaan Anggota Koperasi
- f. Pembiayaan Modal Kerja
- g. Pembiayaan LKM Syariah
- h. Pembiayaan Investasi Pembiayaan Hunian Syariah Bisnis

1.2 Latar belakang penelitian

Industri perbankan syariah telah mengalami perkembangan yang pesat. Pesatnya perkembangan tersebut ditandai dengan volume usaha perbankan syariah yang rata-rata tumbuh 60 persen per tahun selama 5 tahun terakhir. Mengacu pada statistik perbankan Indonesia, aset perbankan syariah telah mencapai Rp. 168 trilliun pada september 2012. Angka tersebut ternyata telah tumbuh 37% secara tahunan (*year on year*). Penabung aktif di bank syariah pun terus berkembang dari tahun ke tahun. Jumlah bank syariah di Indonesia juga mengalami peningkatan yang cukup pesat, jika pada tahun 2006 baru terdapat 637 total kantor Perbankan Syariah di Indonesia, baik itu Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat syariah, maka pada November 2012 total kantor perbankan syariah telah

mencapai 2610 unit (*sumber:www.bi.go.id*). Dengan demikian, tantangan pengembangan industri perbankan syariah semakin meningkat termasuk operasional dan model-model bank syaria'ah yang dapat dikembangkan kedepan.

Mengingat semakin ketatnya persaingan industri bank syariah di Indonesia dan banyaknya tantangan yang harus dihadapi oleh perbankan syariah, maka bank-bank syaria'ah di Indonesia harus memiliki sumber daya manusia (SDM) yang memenuhi semua kriteria/standar yang dibutuhkan oleh perusahaan agar hasil kerja masing-masing SDM tersebut dapat maksimal dan sesuai dengan harapan maupun target perusahaan. Sumber daya manusia merupakan bagian terpenting dalam suatu organisasi.

Sumber daya manusia saat ini memainkan peranan vital dalam suatu organisasi. Schuler (2000) dalam Fajar dan Heru (2010:2) mengemukakan bahwa *"sumber daya manusia adalah orang yang berbakat dan bersemangat tinggi yang tersedia bagi organisasi sebagai kontributor potensial untuk menciptakan dan merealisasikan tujuan, visi, serta misi organisasi"*. Organisasi yang berhasil dan efektif ditopang oleh sumber daya yang berkualitas. Sumber daya manusia menentukan tercapai atau tidaknya suatu organisasi.

Salah satu hal terpenting dalam pencapaian tujuan perusahaan adalah kinerja sumber daya manusia yang ada didalamnya. Setiap perusahaan pasti mengharapkan kinerja yang maksimal dari seluruh karyawannya karena hal tersebut akan berdampak pada pencapaian target dan tujuan perusahaan. Pada dasarnya tujuan bersama yang ingin diwujudkan oleh organisasi adalah mencari keuntungan. Oleh karena itu, diperlukan SDM-SDM yang mempunyai kinerja tinggi. Banyak organisasi yang berhasil karena ditopang oleh kinerja sumber daya manusia dan tidak sedikit pula organisasi yang gagal

karena faktor kinerja sumber daya manusia (Sudarmanto 2009:6). Menurut Simamora dalam Mangkunagara (2010:14) terdapat 3 faktor yang mempengaruhi kinerja, yaitu : faktor individu yang terdiri dari kemampuan dan keahlian, latar belakang dan demografi, faktor psikologis yang terdiri dari persepsi, *attitude*, *personality*, pembelajaran dan motivasi dan faktor organisasi yang terdiri dari sumber daya, kepemimpinan, penghargaan, struktur dan *job design*.

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk merupakan pelopor Bank Syariah di Indonesia. Bank Muamalat juga merupakan satu-satunya bank yang murni syari'ah, bukan hasil *spin-off* ataupun akuisisi dari bank konvensional. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri perbankan syari'ah saat ini tentunya Bank Muamalat telah menyadari bahwa kinerja setiap sumber daya manusianya memainkan peranan penting agar dapat terus bersaing dan berkompetisi dengan bank-bank lainnya yang bergerak dalam bidang yang sama.

SDM *marketing* merupakan salah satu elemen penting di Bank Muamalat karena unit *marketing* merupakan unit kerja ujung tombak keberhasilan suatu perusahaan atau usaha bisnis yang berhubungan langsung dengan nasabah/*klien*, dimana nasabah merupakan salah satu sumber aset terbesar perusahaan. Nama resmi jabatan untuk *marketing* di Bank Muamalat adalah *relationship manager*. Berikut ini adalah *Job descriptions* karyawan *marketing (relationship manager)* Bank Muamalat adalah :

- Mengidentifikasi peluang-peluang penjualan.
- mengenali setiap bisnis yang potensial dari nasabah/*klien*.
- mempertahankan dan memperdalam hubungan baik dengan nasabah.

- Menyediakan pelayanan yang prima untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu pertumbuhan dan profitabilitas.

Oleh karena itu, setiap SDM *marketing (relationship manager)* di Bank Muamalat dituntut untuk memenuhi beberapa kriteria yang telah ditetapkan yang dibagi kedalam dua kelompok yaitu *general requirements* dan *specific requirements*. Seperti yang dijelaskan pada tabel berikut :

TABEL 1.1
JOB SPECIFICATIONS RELATIONSHIP MANAGER BANK
MUAMALAT

<i>General Requirements</i>	<i>Specific Requirements</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Laki – laki dan perempuan • Tinggi minimal 170 cm untuk laki – laki dan 160 cm untuk perempuan. • Menarik secara fisik, mengetahui cara berpakaian yang baik dan percaya diri. • Pendidikan minimal S1 dengan ipk 3.00 • Memiliki pengetahuan yang cukup tentang agama islam. • Mampu berbahasa inggris dengan lancar. • Memiliki kemampuan untuk mengoperasikan komputer termasuk program MS Office. 	<ul style="list-style-type: none"> • Maksimal 27 tahun. • Memiliki keahlian dalam bidang penjualan dan hubungan baik dengan nasabah. • Memiliki kemampuan presentasi dan komunikasi yang baik. • Memiliki motivasi tinggi, disiplin dan mampu bekerja dibawah tekanan. • Seorang yang ambisius dan memiliki motivasi kuat untuk bekerja dalam tim. • Menyukai pekerjaan dengan target <i>marketing</i>. • Memiliki kemampuan untuk memelihara hubungan baik

	<p>dengan nasabah.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memiliki kemampuan untuk bernegosiasi.
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber : HRD Bank Muamalat

Dengan sumber daya manusia yang dimiliki sekarang ini, dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan seperti dijelaskan pada tabel 1.1, tentunya Bank Muamalat berharap kinerja seluruh SDM *marketing* dapat maksimal, dalam artian bahwa setiap karyawan *marketing* Bank Muamalat dapat menggunakan seluruh keterampilan dan keahlian yang mereka miliki secara maksimal. Nilai maksimal dari hasil kerja yang dapat diraih oleh karyawan adalah 4,5 – 5 dengan nilai mutu A, artinya karyawan tersebut diharapkan mampu mencapai minimal 90% dari target yang telah ditetapkan oleh perusahaan diawal tahun. Penilaian kinerja pada karyawan *marketing* Bank Muamalat ini merupakan penilaian kinerja yang berorientasi kepada hasil dari pekerjaan yang bisa mereka capai dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan target yang ditetapkan oleh perusahaan.

Target yang harus dicapai karyawan *marketing* Bank Muamalat :

- *Marketing funding* target dana masuk antara 12-18 Miliar per tahun.
- *Marketing lending* target pencairan/pembiayaan kredit antara 12-18 Miliar per tahun. (*sumber*: HRD Bank Muamalat).

Berikut adalah hasil kerja karyawan marketing Bank Muamalat tahun 2012 yang dapat dilihat dari tabel berikut :

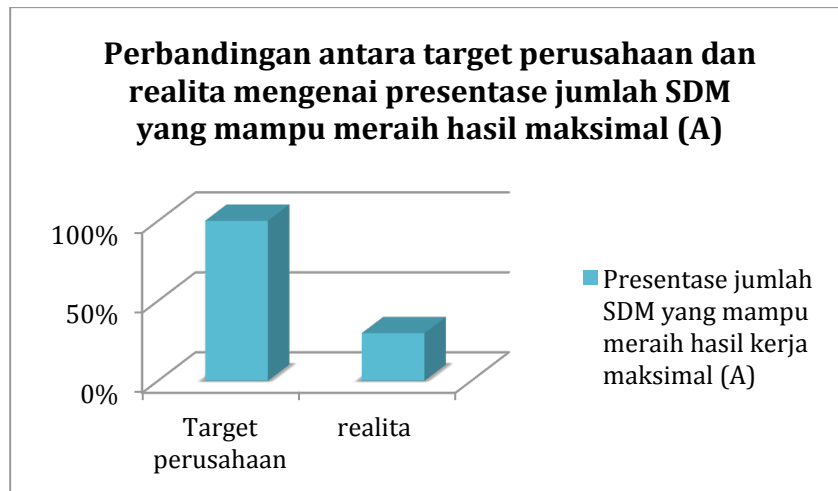
Tabel 1.2
Hasil kerja karyawan *Marketing* Bank Muamalat Tahun 2012

Hasil Kerja	<i>Range</i> pencapaian target dana masuk/pencairan kredit (per tahun)	Jumlah Karyawan	Presentase jumlah karyawan
4,5 – 5 (A)	Rp. 10,8M – Rp. 18M	19	29,7%
3,5 – 4,49 (B)	Rp. 8,4M – Rp. 10,63M	30	46,8%
2,5 – 3,49 (C)	Rp. 6M – Rp. 8,28M	7	10,93%
1,5 – 2,49 (D)	Rp. 3,6M – Rp. 5,88M	3	4,68%
< 1,5 (E)	< Rp. 3,6M	5	7,8%
	TOTAL	64	100%

Sumber: Unit HRD Bank Muamalat, Diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, dari 64 orang karyawan marketing Bank Muamalat cabang Bandung, hanya 19 karyawan (29,7%) yang mampu meraih hasil maksimal dengan nilai A, sedangkan 45 karyawan lainnya belum mencapai hasil yang maksimal. Padahal, hasil kerja karyawan marketing Bank Muamalat memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap *growth* (pertumbuhan) dan *profitability* (profitabilitas) perusahaan. Untuk tetap mampu bersaing dengan bank-bank lain yang bergerak di bidang syariah,

Bank Muamalat tentu berharap bahwa hasil kerja yang dihasilkan oleh semua karyawannya dapat maksimal. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Rian selaku Manajer HRD Bank Muamalat Cabang Buah Batu Bandung pada tanggal 03 April 2013, Bank Muamalat sendiri mengharapkan bahwa dengan SDM yang dimiliki sekarang ini, nilai minimal yang dihasilkan adalah 4,5 artinya 100% karyawan *marketing* Bank Muamalat seharusnya mampu meraih hasil kerja dalam *range* 4,5 – 5 (A), namun pada kenyataannya baru 29,7% yang mampu meraih hasil kerja sesuai dengan yang diharapkan.



Gambar 1.2

Perbandingan antara target perusahaan dan realita yang terjadi

Berdasarkan gambar 1.2 diatas, terdapat ketidaksesuaian antara apa yang diharapkan dengan kenyataan yang ada. Karena pada kenyataannya hanya 29,7% karyawan yang mampu memenuhi target perusahaan, hasil ini tentu sangat jauh dibawah ekspektasi perusahaan yang menargetkan seluruh karyawannya mampu mencapai setidaknya 90% dari target yang telah ditentukan sebelumnya. Menurut Simamora dalam Mangkunagara (2009:14),

kinerja SDM ini dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor individu yang terdiri dari kemampuan, keahlian, latar belakang dan demografi. Faktor psikologis yang terdiri dari persepsi, *attitude*, *personality*, pembelajaran dan motivasi. Faktor organisasi yang terdiri dari sumber daya, kepemimpinan, penghargaan, struktur organisasi, dan desain pekerjaan. Oleh karena itu, penulis bermaksud untuk meneliti komponen mana yang paling dominan perannya terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan pada SDM *marketing* Bank Muamalat Cabang Bandung. Ini dimaksudkan supaya Bank Muamalat bisa mengambil langkah yang tepat untuk dapat memaksimalkan seluruh kinerja karyawan *marketing*nya. Penulis akan mengambil judul ***“Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan marketing Bank Muamalat Cabang Bandung”***.

1.3 Perumusan Masalah

Perumusan masalah berdasarkan latar belakang penelitian di atas adalah sebagai berikut :

1. Komponen manakah yang lebih dominan perannya dari faktor individu yang mempengaruhi kinerja pada SDM *marketing* Bank Muamalat Cabang Bandung ?
2. Komponen manakah yang lebih dominan perannya dari faktor psikologis yang mempengaruhi kinerja pada SDM *marketing* Bank Muamalat Cabang Bandung ?
3. Komponen manakah yang lebih dominan perannya dari faktor organisasi yang mempengaruhi kinerja pada SDM *marketing* Bank Muamalat Cabang Bandung ?

1.4 Tujuan Penelitian

Mengacu pada permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui komponen mana yang lebih dominan peranannya dari faktor individu yang mempengaruhi kinerja pada karyawan *marketing* Bank Muamalat Cabang Bandung.
2. Untuk mengetahui komponen mana yang lebih dominan peranannya dari faktor psikologis yang mempengaruhi kinerja pada karyawan *marketing* Bank Muamalat Cabang Bandung.
3. Untuk mengetahui komponen mana yang lebih dominan peranannya dari faktor organisasi yang mempengaruhi kinerja pada karyawan *marketing* Bank Muamalat Cabang Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, yaitu :

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu wujud kontribusi akademik dalam rangka mengetahui setiap faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja sumber daya manusia sesuai dengan teori yang ada dan mengetahui faktor apa yang paling dominan mempengaruhi kinerja sumber daya manusia serta menambah penelitian di bidang tersebut sebagai referensi penelitian selanjutnya.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai literatur maupun bahan rujukan dan masukan bagi Bank Muamalat agar mengetahui setiap faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja dan komponen apakah dari setiap faktor tersebut yang paling dominan terhadap kinerja sumber

daya manusia sehingga Bank Muamalat dapat mengambil langkah yang tepat agar seluruh karyawan marketing Bank Muamalat yang mampu meraih hasil kerja maksimal dengan nilai A dapat meningkat.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Tugas akhir ini terdiri dari lima bab yang disertai oleh gambar, tabel, dan diberi pelengkap berupa judul, abstrak, daftar isi, serta daftar pustaka.

Bab I berisi tentang pendahuluan, yang didalamnya terdapat penjabaran tentang gambaran objek penelitian, termasuk logo organisasi, visi, misi, serta bidang usaha dalam perusahaan. Kemudian dilanjutkan dengan latar belakang penelitian yang membuat penulis mengangkat masalah dalam penelitian ini. Setelah itu, penjelasan mengenai rumusan masalah yang dibuat dalam bentuk pertanyaan dan tujuan penelitian yang dibuat dalam bentuk kalimat pernyataan dari pertanyaan yang ada dalam rumusan masalah. Dilanjutkan dengan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir.

Bab II berisi tentang tinjauan pustaka penelitian berupa rangkuman teori maupun penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi dasar penyusunan kerangka pemikiran penelitian dengan penjabarannya. Disertai juga hipotesis berdasarkan literatur yang sudah disertakan oleh penulis.

Bab III berisi tentang metode penelitian yang memiliki sub bab jenis penelitian, variabel operasional penelitian, teknik sampling yang digunakan dalam penelitian, data dan teknik pengumpulan data penelitian, uji validitas dan reliabilitas, serta analisis data yang digunakan dalam penelitian untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan.

Bab IV berisi tentang hasil dan pembahasan yang dijabarkan dalam sub-sub bab karakteristik responden penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

Bab V berisi tentang kesimpulan dari penelitian ini serta saran yang diberikan penulis untuk penelitian sejenis yang akan datang dan bagi Bank Muamalat.