

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah dan Perkembangan PT. Bank Sumut Syariah

PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) atau disingkat PT. Bank Sumut didirikan pada tanggal 04 November 1961 berdasarkan Notaris Roesli No. 22 tanggal 04 November 1961 dalam bentuk Bank Umum Milik Daerah (BUMD) berdasarkan UU No. 13 Tahun 1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara. Pendirian PT. BPDSU diprakarsai oleh Adnan Nur Lubis (Anggota DPRD Gotong Royong Sumatera Utara), James Warren Harahap (Direktur Bank Pembangunan Daerah Asahan) dan H. Abu Bakar (Pengusaha).

Gagasan dan wacana untuk mendirikan Unit Usaha Syariah sebenarnya telah berkembang cukup lama di kalangan *stakeholders* PT. Bank Sumut, khususnya direksi dan komisarisnya, yaitu sejak dikeluarkannya UU No. 10 Tahun 1998 yang memberikan kesempatan bagi bank konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah. Pendirian Unit Usaha Syariah juga didasarkan pada khultur masyarakat Sumatera Utara yang religious, khususnya umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajarannya dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi.

Komitmen untuk mendirikan Unit Usaha Syariah semakin menguat seiring dikeluarkannya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bunga adalah haram. Tentunya, fatwa ini mendorong keinginan masyarakat muslim untuk mendapatkan layanan jasa – jasa perbankan berdasarkan prinsip Syariah. Dari hasil survey yang dilakukan 8 (Delapan) kota di Sumatera Utara, menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap pelayanan Bank Syariah cukup tinggi yaitu mencapai 70% untuk tingkat ketertarikan dan di atas 50% untuk keinginan mendapatkan pelayanan perbankan Syariah.

Atas dasar ini, dan komitmen PT. Bank Sumut terhadap pengembangan layanan perbankan Syariah maka pada tanggal 04 November 2004 PT. Bank

Sumut membuka Unit Usaha Syariah dengan 2 kantor Cabang Syariah yaitu Kantor Cabang Syariah Medan dan Kantor Cabang Syariah Padang Sidempuan sesuai izin dari BI No. 6/DPIP/PRz/Mdn tanggal 18 Oktober 2004. Diikuti dengan dibukanya Cabang Syariah Tebing Tinggi pada tanggal 26 Desember 2005 sesuai dengan izin operasional Bank Indonesia sesuai dengan surat BI Medan kepada Direksi PT. Bank Sumut No. 07/117/DPIP/Prz/Mdn tanggal 15 Desember 2005 perihal rencana pembukaan Cabang Syariah, Kantor Cabang Pembantu dan Kantor Kas Bank Sumut.

2. Visi dan Misi Bank Sumut Syariah

Adapun Visi dan Misi Bank Sumut Syariah adalah :

a. |

1) █

2) █

b. Misi PT. Bank Sumut

█

1) █

| █Unit Usaha|

| █Unit Usaha|

| █Unit Usaha█

3. Produk – produk PT. Bank Sumut Syariah

Tata cara beroperasi Bank Syariah umumnya dan Bank Sumut Syariah khususnya mengacu kepada ketentuan ketentuan Al – Qur’an dan Hadits. Adapun produk sumber dana dan penyaluran dana di PT. Bank Sumut Syariah adalah sebagai berikut:

a. Produk Penghimpunan Dana

1) Tabungan

a) Tabungan Martabe Wadiah (Marwah)

Tabungan Marwah adalah tabungan yang dikelola berdasarkan prinsip wadiah yad-dhamanah yang merupakan titipan murni dengan seizin pemilik dana (sahibul mal), bank

dapat mengelolanya di dalam operasional bank untuk mendukung sektor riil, dengan menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh pemilik dana.

b) Tabungan Martabe Mudharabah (Marhamah)

iB Martabe Bagi Hasil (Tabungan Marhamah) merupakan produk penghimpunan dana yang dalam pengelolaannya menggunakan prinsip mudharabah mutlaqah, yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah sebagai pemilik dana (shahibul maal) dan bank sebagai pihak yang bebas tanpa pembatasan dari pemilik dana menyalurkan dana nasabah tersebut dalam bentuk pembiayaan kepada usaha-usaha yang menguntungkan dan tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Keuntungan yang didapat dari penyaluran dana oleh bank akan memberi bagi hasil dengan nasabah sesuai dengan nisbah yang telah disepakati.

2) Giro

a) Simpanan Giro Wadi'ah

Simpanan giro wadi'ah merupakan produk penyimpanan dana yang menggunakan prinsip wadi'ah yad adh-dhamanah (titipan murni). Pada produk ini nasabah menitipkan dana dan bank akan mempergunakan dana tersebut sesuai dengan prinsip syariah dan menjamin akan mengembalikan dana titipan tersebut secara utuh bila sewaktu-waktu nasabah membutuhkannya.

b) Giro iB Mudharabah

Giro iB Mudharabah adalah investasi yang dilakukan oleh nasabah sebagai pemilik dana dan Bank sebagai pengelola dana. Dimana giro dengan akad mudharabah akan memperoleh bagi hasil bulanan dengan nisbah 25% nasabah dan 75% untuk bank. Adapun syarat untuk membuka rekening giro iB mudharabah sama dengan Giro iB Wadi'ah.

3) Deposito Ibadah Mudharabah

Investasi berjangka yang aman dengan bagi hasil yang menguntungkan dan akan terus tumbuh. Deposito berdasarkan Fatwa Majelis Ulama Nomor 03/DSN MU/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/ 1 April 2000 M.

Dengan prinsip *Mudharabah Mutlaqah*, deposito ibadah akan mengelola dana investasi anda sebagai investasi berjangka yang akan terus tumbuh dengan aman, berkah, tentram dan menguntungkan.

b. Penyaluran Dana (*Financing*)

1) Pembiayaan iB Multiguna Dengan Akad Murabahah

Murabahah merupakan akad jual beli atas barang dengan harga yang disepakati diawal, dimana bank menyebutkan harga pembelian dan margin yang diperoleh bank. Bank dapat mensyaratkan pembeli untuk membayar uang muka (*urbun*).

2) Pembiayaan iB Modal Kerja dengan Akad Mudharabah dan Akad Musyarakah

Pembiayaan iB Modal Kerja dengan akad mudharabah adalah akad kerjasama antara bank sebagai pemilik dana penuh dengan nasabah sebagai pengelola dana untuk melaksanakan kegiatan usaha tertentu dimana pembagian keuntungan/bagi hasil dihitung dengan menggunakan metode bagi pendapatan antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati. Kerugian ditanggung oleh pemilik modal/dana berdasarkan bagian dana modal masing-masing.

3) KPR iB Griya

Pembiayaan pemilik rumah iB Griya ini adalah pembiayaan yang di berikan secara perorangan untuk kebutuhan pembelian rumah tinggal yang dijual melalui pengembangan di lokasi-lokasi yang diinginkan nasabah dengan menggunakan akad murabahah (*jual beli*).

4) KPR FLPP (Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan)

Program KPR bersubsidi FLPP (Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan) merupakan salah satu program dukungan pembiayaan perumahan bagi masyarakat berpenghasilan rendah untuk mendapatkan rumah layak huni yang diterbitkan oleh bank pelaksanaan dengan KEMENPERA dalam rangka memfasilitasi pemilikan atau pemberian hunian bersubsidi yang dibangun oleh pengembang kepada masyarakat berpenghasilan rendah.

c. Produk Jasa

1) Kiriman Uang (Transfer)

Kiriman uang (transfer) yaitu suatu jasa bank dalam pengiriman dana dari satu cabang ke cabang yang lain atas permintaan pihak ketiga (ijab dan qabul) untuk dibayarkan kepada penerima ditempat lain.

2) Kliring

Kliring adalah tata cara perhitungan utang piutang dalam bentuk surat-surat dagang dan surat berharga antara bank-bank peserta kliring dengan maksud agar perhitungan utang piutang itu terselenggara dengan mudah, cepat, dan aman. Kliring menggunakan prinsip wakalah.

3) Bank Garansi

Bank Garansi yaitu pemberian janji bank (penjamin) kepada pihak lain (terjamin) untuk jangka waktu tertentu, jumlah tertentu dan keperluan tertentu, bahwa bank akan membayar kewajiban nasabah yang diberi garansi bank kepada pihak lain tersebut, apabila nasabah tersebut cedera janji. Bank garansi menggunakan prinsip kafalah al-mutlaqah.

4) ATM Bank Sumut Syariah

ATM Syariah adalah fasilitas yang diberikan kepada nasabah tabungan iB Martabe bagi hasil untuk memudahkan dalam melakukan transaksi penarikan uang tunai, transfer dana antar

cabang Bank Sumut dan transfer antar Bank lainnya.

B. Deskripsi Data Responden

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengolahan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 4 item pernyataan untuk variabel pengaruh *Reward* (X_1), 4 item pernyataan untuk variabel pengaruh efikasi diri (X_2), 4 item pernyataan untuk variabel pengaruh *targeting* (Z), dan 4 item pernyataan untuk variabel kinerja karyawan (Y). Kuesioner yang disebarikan ini diberikan kepada 34 orang karyawan di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan sebagai variabel penelitian.

1. Karakteristik Identitas Responden

Sampel penelitian pengaruh *reward* dan efikasi diri terhadap kinerja karyawan dengan *targeting* sebagai variabel intervening pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan. Bagian ini menyajikan informasi mengenai gambaran secara umum responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan Pendidikan masa kerja. Berikut ini penjelasan masing – masing karyawan.

Tabel 4. 1
Persentase Jenis Kelamin Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	19	55.9	55.9	55.9
Perempuan	15	44.1	44.1	100.0
Total	34	100.0	100.0	

Hasil olahan data angket melalui SPSS 23

Dari data di atas menunjukkan bahwa jenis kelamin laki – laki sebanyak 19 orang (55,9%) dan jenis kelamin perempuan sebanyak 15 orang (44,1%). Dengan demikian dapat disimpulkan dari total responden laki – laki memiliki pengaruh yang cukup besar dari responden perempuan.

Tabel 4. 2

Persentase Usia Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 23-29	12	35.3	35.3	35.3
30-40	22	64.7	64.7	100.0
Total	34	100.0	100.0	

Hasil olahan data angket melalui SPSS 23

Dari data di atas menunjukkan bahwa usia responden, frekuensi responden berusia 23-29 tahun sebanyak 12 orang (35,3%) dan usia 30-40 tahun sebanyak 22 orang (64,7%).

Tabel 4. 3

Persentase Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid D3	9	26.5	26.5	26.5
S1_S2_S3	25	73.5	73.5	100.0
Total	34	100.0	100.0	

Hasil olahan data angket melalui SPSS 23

Dari data di atas menunjukkan Pendidikan responden yang dijadikan sampel yaitu frekuensi responden dengan Pendidikan D3 sebanyak 9 orang (26,5%) dan responden dengan Pendidikan S1, S2, atau S3 sebanyak 25 orang (73,5%).

C. Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor konstruk atau variable. Sedangkan skor masing – masing item pernyataan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria statistic sebagai berikut:

- 1) Jika r hitung $>$ r table dan bernilai positif, maka variable tersebut valid.
- 2) Jika r hitung $<$ r table, maka variable tersebut tidak valid.
- 3) Jika r hitung $>$ r table tetapi bertanda negative, maka H_0 akan tetap ditolak dan H_1 diterima.

Uji validitas variable dalam penelitian ini korelasi standar yang digunakan adalah 0.338, jadi apabila nilai *Person Correlation* lebih kecil dari 0.338 maka butir pernyataan dalam kuesioner untuk variable yang digunakan tidak valid.

Tabel 4. 4

Hasil Uji Validitas Variabel *Reward*

Item Pernyataan	<i>Person Correlation</i>	<i>r Table</i>	Keterangan
1	0.687	0.338	Valid
2	0.675	0.338	Valid
3	0.876	0.338	Valid
4	0.714	0.338	Valid

Hasil olahan data angket melalui SPSS 23

Tabel 4. 5

Hasil Uji Validitas Variabel Efikasi Diri

Item Pernyataan	<i>Person Correlation</i>	<i>r Table</i>	Keterangan
1	0.700	0.338	Valid
2	0.587	0.338	Valid
3	0.636	0.338	Valid
4	0.725	0.338	Valid

Hasil olahan data angket melalui SPSS 23

Tabel 4. 6

Hasil Uji Validitas Variabel Targeting

Item Pernyataan	<i>Person Correlation</i>	<i>r Table</i>	Keterangan
1	0.850	0.338	Valid
2	0.627	0.338	Valid
3	0.743	0.338	Valid
4	0.631	0.338	Valid

Hasil olahan data angket melalui SPSS 23

Tabel 4. 7

Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja

Item Pernyataan	<i>Person Correlation</i>	<i>r Table</i>	Keterangan
1	0.865	0.338	Valid
2	0.633	0.338	Valid
3	0.655	0.338	Valid
4	0.766	0.338	Valid

Hasil olahan data angket melalui SPSS 23

Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dapat disimpulkan semua item pernyataan yang digunakan dalam variable *reward* (X_1), efikasi diri (X_2),

targeting (Z), dan kinerja (Y) pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS yang akan memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic *Cronbach Alpha*. Jika pengujian dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha* maka r hitung akan diwakili oleh nilai *Alpha* pada table berikut ini:

Tabel 4. 8

Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Nilai Alpha	Tingkat Reliabilitas
0.0 – 0.20	Kurang Reliabel
0.20 – 0.40	Agak Reliabel
0.40 – 0.60	Cukup Reliabel
0.60 – 0.80	Reliabel
0.80 – 1.00	Sangat Reliabel

Adapun tingkat reliabilitas pernyataan variable *reward* (X_1), variable efikasi diri (X_2), *targeting* (Z), dan kinerja (Y) pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan berdasarkan SPSS versi 23 dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel 4. 9

Hasil Uji Reliabilitas

Indikator Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Reward</i> (X_1)	0.723	Reliabel

Efikasi Diri (X_2)	0.573	Cukup Reliabel
<i>Targeting</i> (Z)	0.681	Reliabel
Kinerja (Y)	0.711	Reliabel

Hasil olahan data angket melalui SPSS 23

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa hasil uji reliabilitas memperlihatkan variable *reward* (X_1), *targeting* (Z), dan kinerja (Y) dinyatakan reliabel dan untuk variable efikasi diri (X_2) berada pada kategori cukup reliabel atau dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat ukur variable.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah data yang ada dalam penelitian sudah terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah apabila data tersebut normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan dua cara yaitu dengan grafik dan uji statistic. Untuk uji statistic menggunakan Kolmogorov-Smirnov melalui pendekatan Monte Carlo. Jika melalui uji statistik yaitu dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov itu harus lebih dari 0.05 berarti data berdistribusi normal.

Tabel 4. 10

Hasil Uji Normalitas Persamaan Substruktur Pertama

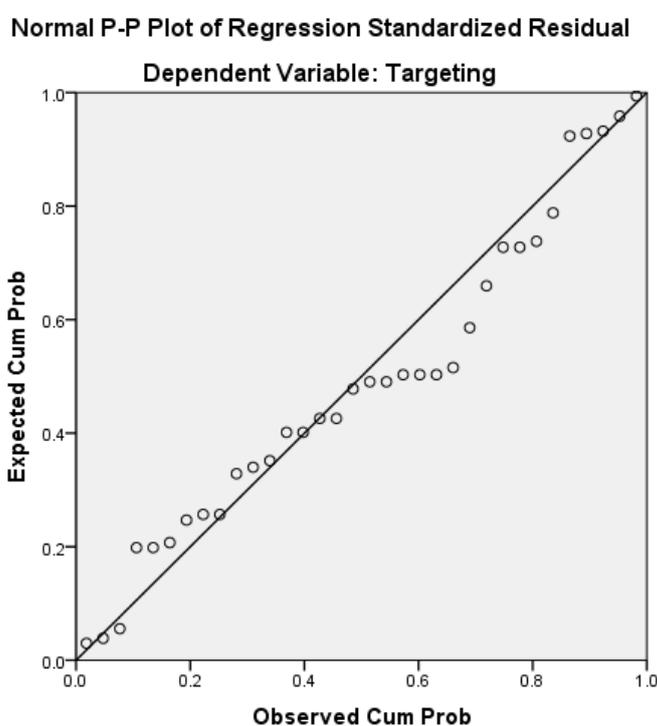
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		34
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.13356216
Most Extreme Differences	Absolute	.160
	Positive	.160
	Negative	-.103
Test Statistic		.160

Asymp. Sig. (2-tailed)			.026 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.311 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.299
		Upper Bound	.323

Hasil olahan data angket melalui SPSS 23

Hasil uji normalitas diperoleh nilai nilai signifikansi dari Kolmogorov-Smirnov dengan pendekatan Monte Carlo di atas tingkat 5% atau 0.05 yaitu dengan nilai 0.311. sehingga dapat disimpulkan bahwa data substruktur pertama berdistribusi normal.

Uji normalitas juga dapat diuji dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal *P-P plot of regression standardized residual*, jika titik – titik menyebar sekita garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.



Gambar 4. 1 Kurva Normal Probability P-Plot Persamaan Substruktur Pertama

Berdasarkan gambar 4.1 tersebut, dapat dilihat bahwa grafik normal p-plot menunjukkan jika sebaran data berada pada posisi di sekitar daerah garis lurus dan mengikuti garis diagonal yang membentuk garis miring dari arah kiri ke kanan atas yang menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.

Tabel 4. 11

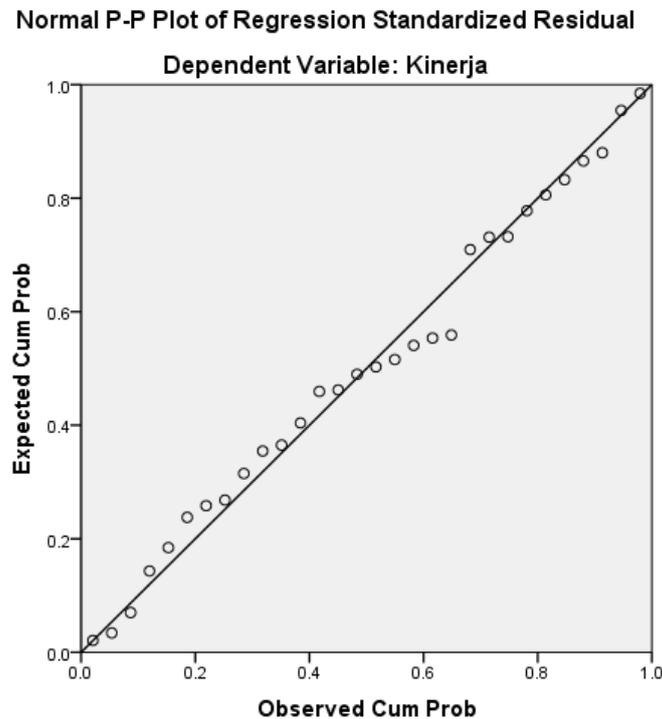
Hasil Uji Normalitas Persamaan Substruktur Kedua

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			34
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.30969501
Most Extreme Differences	Absolute		.187
	Positive		.123
	Negative		-.187
Test Statistic			.187
Asymp. Sig. (2-tailed)			.004 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	99% Confidence Interval	Sig.	.168 ^d
		Lower Bound	.158
		Upper Bound	.178

Hasil olahan data angket melalui SPSS 23

Hasil uji normalitas diperoleh nilai nilai signifikansi dari Kolmogorov-Smirnov dengan pendekatan Monte Carlo di atas tingkat 5% atau 0.05 yaitu dengan nilai 0.168. sehingga dapat disimpulkan bahwa data substruktur kedua berdistribusi normal.



Gambar 4. 2 Kurva Normal Probability P-Plot Persamaan Substruktur Kedua

Berdasarkan gambar 4.2 tersebut, dapat dilihat bahwa grafik normal p-plot menunjukkan jika sebaran data berada pada posisi disekitar daerah garis lurus dan mengikuti garis diagonal yang membentuk garis miring dari arah kiri ke kanan atas yang menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada kolerasi di antara variabel bebas (independent). Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas di antara variabel independent dapat dilihat dari nilai toleran maupun *varian inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* > 0.05 atau nilai *VIF* < 5 maka tidak ada multikolinearitas di antara variabel independent. Hasil multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 12
Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan Substruktur Pertama

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Reward	.592	1.689
	Efikasi Diri	.592	1.689

a. Dependent Variable: Targeting

Hasil olahan data angket melalui SPSS 23

Hasil uji multikolinearitas untuk persamaan pertama mempunyai nilai VIF sebesar $1.689 < 10$ dan nilai *tolerance* $0.592 > 0.1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan pertama tidak terjadi gejala multikolinearitas. Uji multikolinearitas untuk persamaan substruktur kedua dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 13
Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan Substruktur Kedua

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Reward	.892	1.121
	Efikasi Diri	.850	1.177
	Targeting	.949	1.054

a. Dependent Variable: Kinerja

Hasil olahan data melalui SPSS 23

Hasil uji multikolinearitas untuk persamaan kedua mempunyai nilai VIF untuk *reward* sebesar $1.121 < 10$, untuk efikasi diri nilai VIF sebesar $1.177 < 10$, untuk *targeting* nilai VIF sebesar $1.054 < 10$. Nilai *tolerance* untuk *reward* sebesar $0.892 > 0.1$, untuk efikasi diri nilai *tolerance* sebesar $0.850 > 0.1$, dan untuk *targeting* nilai *tolerance*

sebesar $0.949 > 0.1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan kedua terbebas dari gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

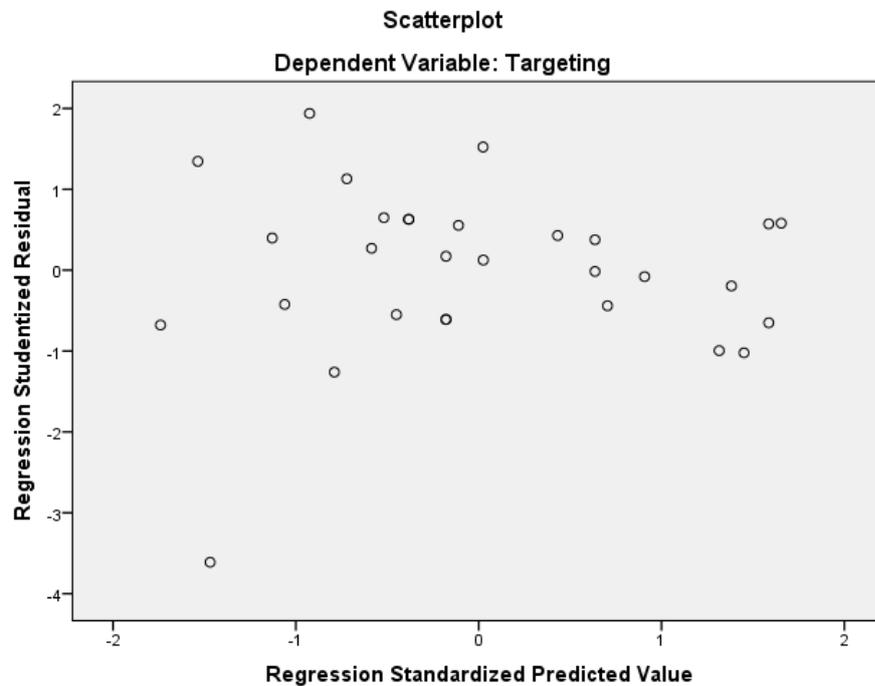
Heterokedastisitas terjadi karena adanya perubahan situasi yang tidak tergambarakan dalam spesifikasi model regresi. Dalam pengujian ini menggunakan diagram pancar residual dan uji glesjer.

Tabel 4. 14
Hasil Uji Heterokedastisitas Substruktur Pertama

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.985	.970		3.078	.004
Reward	-.035	.060	-.118	-.581	.565
Efikasi Diri	-.093	.060	-.315	-1.557	.130

a. Dependent Variable: Abs_Res1

Hasil olahan data melalui SPSS 23



Gambar 4. 3 Scatterplot Persamaan Pertama

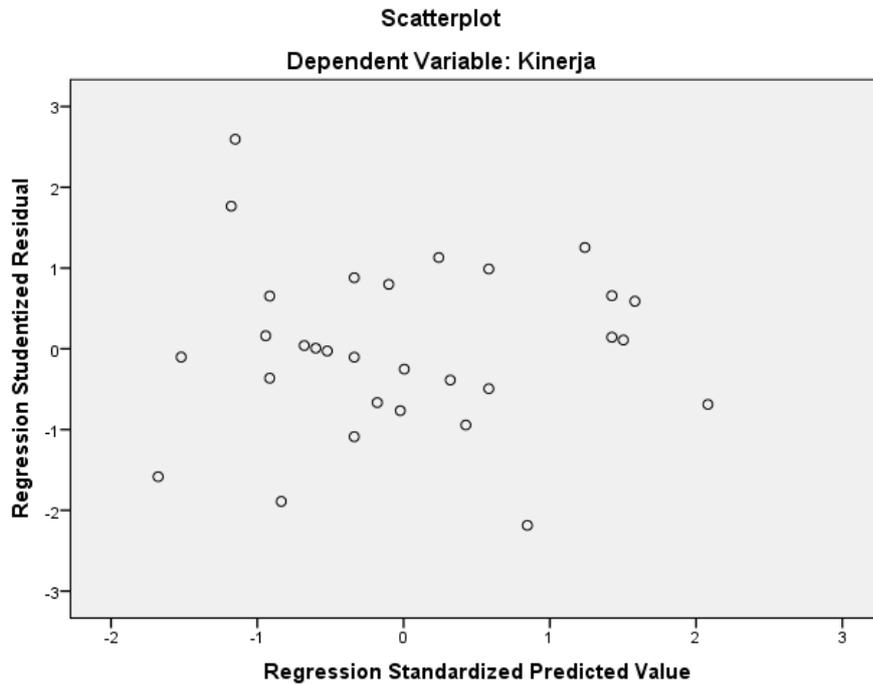
Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas di atas terlihat bahwa nilai signifikansi variabel independen variabel *reward* (X_1) dan efikasi diri (X_2), dan *Targeting* (Z) masing – masing sebesar 0.565 dan 0.130. Nilai dari masing – masing variabel tersebut tidak signifikan yaitu lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi heteroskedastisitas baik melalui metode Glesjer maupun melalui *Scatterplot*.

Tabel 4. 15
Hasil Uji Heterokedastisitas Substruktur Kedua

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.328	1.818		-.181	.858
	Reward	.177	.110	.346	1.601	.120
	Efikasi Diri	.009	.162	.018	.056	.956
	Targeting	-.113	.160	-.217	-.706	.486

a. Dependent Variable: Abs_Res2

Hasil olahan data melalui SPSS 23



Gambar 4. 4 Scatterplot Persamaan Kedua

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas di atas terlihat bahwa nilai signifikansi variabel independen variabel *reward* (X_1), efikasi diri (X_2), dan *targeting* (Z) masing – masing sebesar 0.120, 0.956, dan 0.486. Nilai dari masing – masing variabel tersebut tidak signifikan yaitu lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi heteroskedastisitas baik melalui metode Glesjer maupun melalui *Scatterplot*.

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk melihat ada tidaknya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Pengujian secara parsial masing – masing variabel bebas dimaksudkan untuk mengetahui apakah secara individual variabel, *reward*, efikasi diri dan *targeting* mempunyai pengaruh signifikan atau tidak terhadap Kinerja karyawan. Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan dengan pengujian secara parsial (Uji t), pengujian secara simultan (Uji F), serta pengujian koefisien determinasi (R^2).

a. Analisis Jalur Persamaan Substruktur Pertama

Persamaan substruktur pertama dalam model penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara positif dan signifikan *reward* dan efikasi diri terhadap *targeting*. Dengan persamaan substruktur I:

1) Uji t (Parsial)

Uji t (uji parsial) substruktur pertama pada tabel 4.16 berikut:

Tabel 4. 16
Hasil Uji t (Uji Parsial)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.983	1.816		1.643	.111
	Reward	.765	.134	.781	5.722	.000
	Efikasi Diri	.049	.112	.060	.438	.664

a. Dependent Variable: Targeting

Hasil olahan data melalui SPSS 23

Hasil uji t pada table 4.16 untuk substruktur pertama:

a) *Reward*

Hasil uji t menunjukkan nilai sig sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05. jika dilihat dari nilai t diperoleh nilai t-hitung sebesar 1.643 sedangkan nilai t-tabel dengan taraf signifikan 0.05 dan $df = n - k - 1 = 34 - 2 - 1 = 31$ diperoleh nilai t-tabel sebesar 2.039, sehingga t-hitung lebih besar dari t-tabel. Sehingga berdasarkan nilai signifikan dan nilai t hitung hipotesis *reward* berpengaruh terhadap *targeting*. Besarnya pengaruh *reward* (X_1) terhadap *targeting* (Z) dapat diketahui sebesar 0.781. nilai ini menunjukkan bahwa *reward* yang tinggi akan menyebabkan *targeting* yang terpenuhi sebesar 0.781. hasil ini menunjukkan bahwa jika semakin tinggi *reward* yang diberikan oleh PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan akan meningkatkan *targeting* yang telah ditetapkan dengan signifikan.

b) Efikasi Diri

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS versi 23.0 dapat diketahui bahwa hasil uji t untuk variabel efikasi diri (X_2), diperoleh t hitung sebesar 0.438 dan nilai signifikansi sebesar 0.664. nilai signifikan $0.664 > 0.05$ dengan menggunakan signifikansi (α) 0.05 dan $df = n - k - 1 = 34 - 2 - 1 = 31$ maka diperoleh nilai t-tabel sebesar 2.039. Dengan demikian $t\text{-hitung } 0.428 < t\text{-tabel } 2.039$. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa H_5 ditolak, yaitu menunjukkan bahwa ada efikasi diri (X_2) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *targeting*.

2) Uji F (Simultan)

Pengujian untuk uji F yaitu uji serempak variable bebas terhadap variable terikat. Dalam hal ini *reward* dan efikasi diri secara bersama terhadap *targeting*. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 17
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38.655	2	19.328	14.130	.000 ^b
	Residual	42.404	31	1.368		
	Total	81.059	33			

a. Dependent Variable: Targeting

b. Predictors: (Constant), Efikasi Diri, Reward

Hasil olahan data melalui SPSS 23

Hasil uji F pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai F hitung substruktur pertama adalah sebesar 14.130 dengan nilai signifikan yaitu 0.000. Nilai F tabel dengan signifikan 0.05 dan dk pembilang = $k - 1 = 3 - 1 = 2$, dk penyebut = $n - k = 34 - 3 = 31$ diperoleh F tabel = 3.305. Nilai probabilitas 0.000 lebih kecil dari 0.05 sehingga hipotesis diterima. Dilihat dari nilai F hitung sebesar $14.130 > F$ tabel, ini berarti *reward* dan efikasi diri berpengaruh secara bersama – sama terhadap *targeting*.

3) Koefisien Determinasi (*R Square*)

Nilai koefisien determinasi pada persamaan pertama dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 18
Nilai Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.691 ^a	.477	.443	1.170

a. Predictors: (Constant), Efikasi Diri, Reward

c. Dependent Variable: Targeting

Hasil olahan data melalui SPSS 23

Tabel di atas menjelaskan koefisien determinasi dengan nilai R Square sebesar 0.477 pada substruktur pertama yang berarti bahwa 47,7% variabel intervening (*targeting*) dapat dijelaskan oleh variabel independen (*reward* dan efikasi diri). Sedangkan sisanya sebesar 52,3% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Analisis Jalur Persamaan Substruktur Kedua

Model penelitian pada persamaan kedua adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara positif dan signifikan *reward*, efikasi diri, dan *targeting* terhadap kinerja. Dengan persamaan substruktur II:

1) Uji t (Parsial)

Uji parsial dimaksudkan untuk mengetahui apakah masing – masing variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat atau variabel independent.

Tabel 4. 19
Hasil uji T (Parsial) Persamaan Kedua

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.355	1.729		1.362	.183
Reward	.256	.096	.316	2.681	.012
Efikasi Diri	.402	.145	.399	2.769	.010
Targeting	.268	.114	.295	2.355	.025

a. Dependent Variable: Kinerja
 Hasil olahan data melalui SPSS 23

Hasil uji t pada tabel 4.19 untuk substruktur kedua:

a) *Reward*

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS versi 23.0 dapat diketahui bahwa hasil uji t untuk variabel *Reward* (X_1), diperoleh t hitung sebesar 2.681 dengan probabilitas sebesar 0.012. nilai probabilitas $0.012 < 0.05$ dengan menggunakan signifikansi (α) 0.05 $df = n - k - 1 = 34 - 3 - 1 = 30$, maka diperoleh nilai t-tabel sebesar 2.042. Dengan demikian $t\text{-hitung } 2.681 > t\text{-tabel } 2.042$. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa H_1 , yaitu menunjukkan bahwa ada pengaruh antara *Reward* terhadap kinerja karyawan pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan.

b) Efikasi diri

Hasil uji t untuk variabel efikasi diri (X_2) diperoleh hasil t hitung sebesar 2.769 dengan probabilitas sebesar 0.010. nilai probabilitas $0.01 < 0.05$ dengan menggunakan signifikansi (α) 0.05 $df = n - k - 1 = 34 - 3 - 1 = 30$, maka diperoleh nilai t-tabel sebesar 2.042. dengan demikian $t\text{-hitung } 2.796 > t\text{-tabel } 2.042$. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima, yaitu menunjukkan bahwa ada pengaruh antara efikasi diri terhadap kinerja karyawan pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan.

c) *Targeting*

Hasil uji t untuk variabel *targeting* (Z) diperoleh hasil t-hitung 2.355 dengan probabilitas sebesar 0.025. nilai signifikan $0.025 < 0.05$ dengan menggunakan signifikansi (α) 0.05 dan $df = n - k - 1 = 34 - 3 - 1 = 30$, maka diperoleh nilai t-tabel sebesar 2.042. Dengan demikian t-hitung $2.355 > t\text{-tabel } 2.042$. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima, yaitu menunjukkan bahwa ada pengaruh antara *targeting* terhadap kinerja karyawan pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan.

2) Uji F (Uji Simultan)

Pengujian uji F untuk menguji pengaruh variable bebas secara serempak terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan menetapkan hipotesis bahwa *reward*, efikasi diri, dan *targeting* berpengaruh secara bersama – sama terhadap kinerja.

Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 20

Hasil Uji F (Simultan) Substruktur Kedua

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50.501	3	16.834	30.717	.000 ^b
	Residual	16.440	30	.548		
	Total	66.941	33			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Targeting, Reward, Efikasi Diri

Hasil olahan data angket melalui SPSS 23

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai probabilitas lebih kecil dari 0.05 yaitu dengan sig 0.000. Nilai F hitung sebesar 30.717 dan nilai F tabel dengan dk pembilang = $k - 1 = 4 - 1 = 3$, dk penyebut = $n - k = 34 - 4 = 30$ diperoleh F tabel sebesar 2.922. Nilai F hitung sebesar 30.717 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 2.922. Berdasarkan nilai signifikan dan nilai F hitung, hipotesis *reward*, efikasi diri, dan *targeting* berpengaruh secara bersama – sama terhadap kinerja karyawan.

3) Koefisien Determinasi (*R Square*)

Nilai koefisien determinasi pada persamaan kedua dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 21
Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.869 ^a	.754	.730	.740

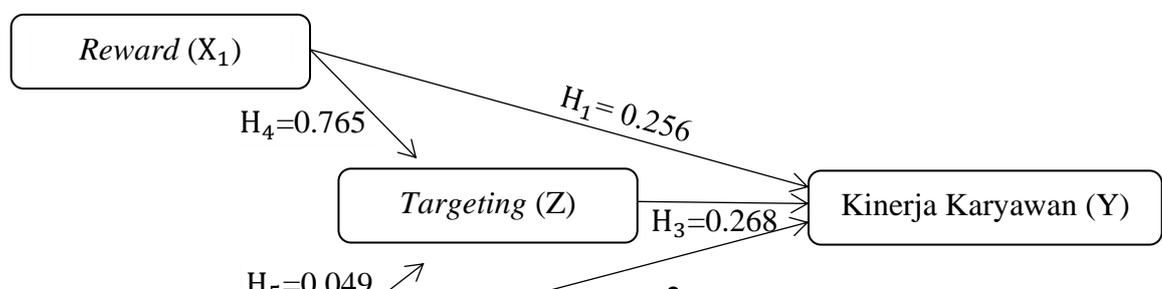
a. Predictors: (Constant), Targeting, Reward, Efikasi Diri
Hasil olahan data angket melalui SPSS 23

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0.754 ini berarti kontribusi variabel *Reward*, Efikasi diri, dan *targeting* secara bersama – sama dapat menjelaskan variable kinerja sebesar 75.4% sedangkan sisanya sebesar 24.6% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

4. Uji Path Analisis

Untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur yang merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model casual) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori dan menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis.

Berdasarkan tabel 4.16 dan 4.19 Maka akan menghasilkan model analisis jalur seperti di bawah ini:



Gambar 4. 5
Model Analisis Jalur

Diuji dengan sobel test menggunakan rumus:

$$Sp2p3 = \sqrt{P3^2 SP2^2 + P2^2 SP3^2 + SP2^2 SP3^2}$$

Keterangan:

P3 : Koefisien Variabel Mediasi

P2 : Koefisien Variabel Bebas

Sp2 : Standar error koefisien bebas

Sp3 : Standar error koefisien mediasi

1) Pengaruh *Reward* (X₁) terhadap Kinerja (Y) yang dimediasi oleh *Targeting* (Z)

Besarnya pengaruh langsung 0.256 sedangkan pengaruh tidak langsung harus dihitung yaitu $0.765 \times 0.268 = 0.205$. dengan total pengaruh $0.256 + 0.205 = 0.461$.

Pengaruh mediasi yang ditunjukkan oleh perkalian koefisien (P2 × P3) untuk X₁ sebesar 0.205 signifikan atau tidaknya diuji dengan menggunakan Sobel Test dengan menghitung *standart error* dari koefisien *indirect effect* (Sp2p3).

$$\begin{aligned} Sp2p3 &= \sqrt{P3^2 SP2^2 + P2^2 SP3^2 + SP2^2 SP3^2} \\ &= \sqrt{(0.268 \times 0.134)^2 + (0.765 \times 0.114)^2 + (0.134 \times 0.114)^2} \\ &= \sqrt{0.00128967174 + 0.007655841 + 0.00023335618} \\ &= \sqrt{0.00912861202} \\ &= 0.009128 \end{aligned}$$

Berdasarkan Sp_{2p3} dapat menghitung nilai t statistic pengaruh mediasi dengan rumus :

$$t = \frac{p_{2p3}}{Sp_{2p3}} = \frac{0.030552}{0.009128} = 3.346$$

oleh karena t hitung = 3.346 > dari t tabel = 2.042 maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh mediasi. *Targeting* dapat memediasi pengaruh *Reward* terhadap kinerja. Hal ini berarti H_6 diterima.

2) Pengaruh Efikasi Diri (X_2) terhadap Kinerja (Y) yang dimediasi oleh *Targeting* (Z)

Besarnya pengaruh langsung 0.402 sedangkan pengaruh tidak langsung harus dihitung yaitu $0.049 \times 0.268 = 0.013132$. dengan total pengaruh $0.402 + 0.013132 = 0.415132$.

Pengaruh mediasi yang ditunjukkan oleh perkalian koefisien ($P_2 \times P_3$) untuk X_2 sebesar 0.013132 signifikan atau tidaknya diuji dengan menggunakan Sobel Test dengan menghitung *standart error* dari koefisien *indirect effect* (Sp_{2p3}).

$$\begin{aligned} Sp_{2p3} &= \sqrt{P_3^2 SP_2^2 + P_2^2 SP_3^2 + SP_2^2 SP_3^2} \\ &= \sqrt{(0.268 \times 0.112)^2 + (0.049 \times 0.114)^2 + (0.112 \times 0.114)^2} \\ &= \sqrt{0.00090096026 + 0.0000312034 + 0.00016302182} \\ &= \sqrt{0.00109518548} \\ &= 0.03309 \end{aligned}$$

Berdasarkan Sp_{2p3} dapat menghitung nilai t statistic pengaruh mediasi dengan rumus :

$$t = \frac{p_{2p3}}{Sp_{2p3}} = \frac{0.013132}{0.03309} = 0.3968$$

oleh karena t hitung = 0.3968 < dari t tabel = 2.042 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh mediasi. *Targeting* tidak dapat memediasi pengaruh efikasi diri terhadap kinerja. Hal ini H_7 ditolak.

D. Pembahasan Hasil Uji Hipotesis

1. *Reward* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja

Kesediaan karyawan untuk mencurahkan kemampuan, pengetahuan, keterampilan, tenaga dan waktunya, sebenarnya mengharapkan adanya imbalan dari pihak perusahaan yang dapat memuaskan kebutuhannya. Harus ada kesesuaian harapan dengan apa yang didapat oleh karyawan atas kinerjanya.

Dalam Islam, Allah pasti akan menilai semua perbuatan manusia. Allah akan menghitung usaha dan amalan umatnya yang berusaha dan beramal. Mereka akan dapat melihat bagaimana hasil usaha dan menerima balasan atas usaha dan amal mereka perbuat. Hasil yang didapatkan seseorang adalah berasal dari usaha – usaha baik yang mereka lakukan dalam rangka meraih apa yang mereka mohonkan.

Pandangan ekonomi Islam, kinerja terkait dengan segala sesuatu yang telah dilakukan oleh seorang individu relevan dengan standar tertentu. Dalam pandangan syariat Islam, *reward* merupakan hak dari orang yang bekerja dan kewajiban bagi orang yang memperkerjakan yang disepakati dengan akad *ijarah*. Berkaitan dengan *reward* yaitu dalam bentuk upah/gaji, upah juga harus diberikan tepat waktu. Rasulullah memerintahkan agar para pemberi kerja atau majikan memberikan upah bagi pekerja atau buruh sebelum kering keringatnya. Perampasan terhadap upah adalah suatu perbuatan buruk yang akan mendapat ancaman siksa dari Allah SWT. Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa pihak PT. Bank Sumut Syariah telah menerapkan prinsip *reward* sesuai Syariah karena pada penelitian ini didapat bahwa *reward* yang diberikan dapat mempengaruhi kinerja karyawan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhammad Shafuwandi yang dilakukan pada tahun 2019 menyatakan bahwa *reward* berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. BNI Syariah Pekanbaru. Penelitian Sri Samijatun dan Sri Siswandi yang dilakukan pada tahun 2021 juga membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel *reward* terhadap variabel kinerja pada PT. Unilever Indonesia Tbk. Hal ini menunjukkan bahwa

semakin tinggi *reward* yang diberikan maka akan semakin meningkat pula kinerja karyawan. Dengan kata lain jika *reward* yang diberikan semakin baik kepada karyawan, maka secara otomatis akan meningkatkan kinerja karyawan yang bekerja di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan.

2. Efikasi Diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja

Efikasi diri merupakan keyakinan individu bahwa mereka memiliki kemampuan dalam menjalankan suatu pekerjaan. Individu yang memiliki efikasi diri yang tinggi akan mencurahkan seluruh usaha dan perhatiannya untuk mencapai tujuan dan kegagalan pun yang akan terjadi akan membuatnya berusaha lebih giat lagi. Seorang karyawan yang memiliki efikasi diri yang tinggi akan mampu melakukan sesuatu untuk mengubah kejadian – kejadian disekitar lingkungan kerjanya, sedangkan orang yang memiliki efikasi diri yang rendah akan menganggap dirinya tidak mampu melakukan suatu pekerjaan atau tidak dapat mengatasi masalah yang timbul dari pekerjaan. Semakin tinggi efikasi diri seseorang maka semakin besar motivasi dan kinerja.

Dalam Islam, seorang muslim dianjurkan agar selalu optimis dan yakin bahwa ia mampu menghadapi berbagai permasalahan. Karena Allah SWT telah berjanji dalam Al – Qur'an bahwa Allah SWT tidak akan membebani seseorang melainkan sesuatu yang sesuai dengan kadar kemampuannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fajri Rafsanjani pada tahun 2020 yang menunjukkan bahwa efikasi diri berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan PT. Surya Anugerah Globalindo. Penelitian Mukrodi dan Muhammad Reza juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara efikasi diri dengan kinerja. Dengan demikian efikasi diri karyawan yang dimiliki oleh setiap karyawan di PT. Bank Sumut Syariah haruslah tinggi agar kinerja yang diberikan juga meningkat. Semakin tinggi efikasi diri maka semakin besar kinerja yang diberikan karyawan.

3. Targeting berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja

Hasil pengujian membuktikan bahwa *targeting* berpengaruh terhadap kinerja. *Target* adalah sasaran (batas ketentuan) yang telah ditetapkan untuk dicapai. Kinerja dapat diketahui dan diukur jika individu atau sekelompok karyawan telah mempunyai kriteria atau standar keberhasilan tolak ukur yang ditetapkan oleh organisasi. Oleh karena itu, jika tanpa tujuan dan *target* yang ditetapkan dalam pengukuran, maka kinerja pada seseorang atau kinerja organisasi tidak mungkin dapat diketahui bila tidak ada tolak ukur keberhasilannya.

Targeting yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW ketikatliah beliau masih bekerja dengan Khadijah yang belum menjadi istrinya. Rasulullah sangat mengenal barang apa yang disenangi oleh penduduk dan diserap oleh pasar setempat. Rasulullah sangat professional dan memahami baik *target* sehingga dapat menyenangkan hati Khadijah karena barang – barang yang diperdagangkan oleh Rasulullah selalu cepat terjual dan sesuai dengan *target* yang ditetapkan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Hanida pada tahun 2019 yang menunjukkan bahwa *targeting* berpengaruh terhadap kinerja pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Semarang. Beserta penelitian Malik Abdul Rohman dan Rully Moch. Ichsan yang dilakukan pada tahun 2021 menunjukkan juga bahwa terdapat pengaruh antara *targeting* dengan kinerja karyawan.

4. *Reward* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Targeting*

Bentuk *reward* adalah suatu bentuk apresiasi suatu prestasi tertentu yang diberikan, baik oleh dan dari perseorangan ataupun suatu Lembaga yang biasanya diberikan dalam bentuk material atau ucapan. Pemberian *reward* untuk karyawan dimaksudkan untuk menimbulkan motivasi terhadap diri karyawan dan dapat memengaruhi perilaku positif dalam kegiatan bekerja karyawan. Salah satu factor yang mempengaruhi tercapainya target ialah *reward*. Karyawan akan loyal untuk mencurahkan seluruh usahanya untuk dapat mencapai target yang ditetapkan jika dimotivasi dengan adanya pemberian *reward*.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arianto Lahagu pada tahun 2021 yang menunjukkan bahwa *reward* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja, semakin besar imbalan yang diberikan perusahaan kepada karyawan, maka semakin besar juga penjualan yang diperoleh oleh perusahaan.

5. Efikasi Diri berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *targeting*

Self efficacy atau efikasi diri yang dimiliki seseorang biasanya akan berpengaruh pada individu tersebut dalam menentukan sebuah tindakan atau keputusan. Dimana tindakan tersebut dilakukan untuk mencapai suatu tujuan atau beberapa hal atau kemungkinan – kemungkinan yang akan terjadi di masa depan.

Seseorang yang memiliki efikasi diri yang tinggi tidak hanya diukur dari tingkat kepercayaan dirinya saja, tetapi juga tentang mawas diri yang mereka miliki. Selain itu juga kemampuan mereka merencanakan suatu tindakan dan mampu menutupi kekurangan mereka supaya mereka dapat memperoleh target yang telah ditentukan. Dari penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa karyawan pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan belum memiliki efikasi diri yang tinggi dan berdampak tidak tercapainya target yang telah ditetapkan.

Penjelasan ini juga sesuai dengan pengujian yang telah dilakukan yang membuktikan bahwa bahwa efikasi diri tidak berpengaruh terhadap *targeting*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Kadek Sri Wangi pada tahun 2014, dengan judul Analisis Belum Tercapainya Target Penjualan Elektronik dan Furniture ketika seseorang memiliki keyakinan atau optimisme yang baik terutama pada hal pencapaian target belum tentu hal tersebut bisa mengatasi permasalahan untuk meraih target yang diberikan perusahaan.

6. *Reward* dapat menjadi mediator dalam *Targeting*

Reward didefinisikan sebagai salah satu tindakan timbal balik yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada karyawan ketika mereka telah

dianggap mampu melakukan tindakan atau tugas yang diberikan kepadanya. Besar kecilnya *reward* yang diberikan kepada yang berhak ditentukan oleh tingkat pencapaian yang diraih. System penghargaan berbasis kinerja merupakan suatu alat pengendalian penting yang digunakan oleh perusahaan untuk memotivasi karyawan agar mencapai tujuan atau target perusahaan dengan perilaku yang sesuai dengan yang diharapkan perusahaan. Semakin tinggi tingkat kemampuan seorang karyawan memaknai serta merasakan adanya manfaat yang mereka terima dari *reward* tersebut, maka akan semakin meningkatkan pula kualitas kinerja dalam suatu organisasi atau perusahaan. Karena apa yang mereka lakukan dengan penuh usaha untuk mencapai target dianggap bernilai positif, maka semakin meningkat pula rasa dan keinginannya untuk bekerja dengan maksimal agar target yang ditetapkan tetap tercapai.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arianto Lahagu pada tahun 2021 dengan judul Peningkatan Target Penjualan Melalui Pemberian Komisi Kepada Tenaga Pemasaran pada PT. Syalom Anugerah Perkasa, bahwa semakin besar imbalan yang diberikan perusahaan kepada karyawan, maka semakin besar juga pencapaian target yang ditetapkan perusahaan dengan kinerja yang baik. Dan penelitian Nur Hanida pada tahun 2019 menunjukkan bahwa *targeting* dapat memediasi terhadap kinerja karyawan.

7. Efikasi Diri tidak dapat menjadi mediator *Targeting*

Mewujudkan pelayanan yang berkualitas diperlukan efikasi diri dari karyawan dalam bekerja yang nantinya akan mempengaruhi kinerja yang dihasilkan. Byrne mengemukakan bahwa efikasi diri merupakan penilaian individu terhadap kemampuan atau kompetensinya untuk melakukan suatu tugas, mencapai suatu tujuan dan menghasilkan sesuatu. Beberapa studi empiris mengidentifikasi efikasi diri sebagai predictor kinerja. Tingkat keberhasilan dalam penyelesaian tugas sangat dipengaruhi oleh tingkat efikasi diri dan ketertarikan individu dalam menyelesaikan tugas, sehingga hal ini sangat mendukung asumsi bahwa efikasi diri memberikan pengaruh

dalam keberhasilan individu menyelesaikan tugasnya. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa efikasi diri tidak berpengaruh terhadap kinerja melalui *targeting* karena efikasi diri sendiri telah mempengaruhi kinerja walaupun tanpa adanya *targeting*.

Hasil pengujian membuktikan bahwa tidak ada pengaruh mediasi. Efikasi diri tidak dapat menjadi mediator dalam *targeting*. *Targeting* tidak memiliki peran dalam mempengaruhi efikasi diri dengan kinerja, efikasi diri sudah berpengaruh terhadap kinerja dengan tidak adanya *targeting*. Penelitian Nur Hanida pada tahun 2019 menunjukkan bahwa *targeting* tidak dapat menjadi mediasi terhadap kinerja karyawan.