

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha jasa perbankan pada saat ini semakin maju sebagai lembaga keuangan yang mempunyai nilai strategis dalam kehidupan perekonomian di Indonesia. Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan negara tersebut. Seperti yang kita ketahui fungsi dasar dari bank itu adalah menghimpun dana masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat dan melakukan pelayanan jasa kepada masyarakat dengan tujuan untuk mempermudah segala bentuk transaksi yang dilakukan oleh masyarakat dan dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. (Kasmir, 2003). Berperan aktif dalam layanan jasa di negara Indonesia harus ditunjang melalui kinerja perusahaan dan kinerja perusahaan yang baik dibentuk melalui kinerja karyawan, karena karyawan adalah tumpuan utama organisasi atau perusahaan. Oleh karena itu, sumber daya manusia yang diperlukan pada saat ini adalah yang sanggup menguasai teknologi dengan cepat, adaptif dan responsif terhadap perubahan-perubahan teknologi. (Sutrisno E. , 2017) Sumber daya manusia mempunyai peran utama dalam setiap kegiatan perusahaan. Sebagai kunci pokok, sumber daya manusia akan menentukan keberhasilan pelaksanaan kegiatan perusahaan. Tuntutan perusahaan untuk mengembangkan dan mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.

Salah satu kunci keberhasilan sebuah usaha dengan melihat bagaimana kinerja suatu perusahaan. Yang mana kinerja tersebut ditentukan oleh tingkat kesiapan sumber daya manusia yaitu karyawan yang bekerja dan mengelolanya. Kesiapan ini pada umumnya dilihat dalam tiga hal: yaitu pengetahuan, keterampilan dan kemampuan. Apabila ketiga keadaan ini terpadu secara tepat pada diri seorang karyawan dalam hal ini *Marketing*, itulah pada hakikatnya yang membentuk watak dan karakter kerja yang dapat mengantarkannya kepada target yang ditetapkan pada perusahaan. (Nuruddin, 2009).

Kinerja merupakan perilaku nyata yang ditampilkan setiap orang sebagai

prestasi kerja yang dihasilkan oleh karyawan sesuai dengan perannya dalam perusahaan. (Dz, 2008) Kinerja karyawan merupakan tuntutan utama bagi perusahaan agar kelangsungan hidup atau operasionalnya dapat terjamin. Guna lebih meningkatkan kualitas kinerja karyawan dapat diusahakan melalui etos kerja dari pada karyawan. Karyawan adalah ujung tombak dalam kemajuan perusahaan, karena itu kemajuan dan kemunduran suatu perusahaan tergantung pada kinerja karyawan. Kinerja yang buruk akan berakibat pada minimnya produktivitas karyawan dalam perusahaan. Perusahaan membutuhkan karyawan yang mampu bekerja dengan lebih baik dan cepat, sehingga diperlukan karyawan yang mempunyai kinerja (*job performance*) tinggi.

Kinerja yang bagus sangat dipengaruhi oleh kompetensi dari karyawan tersebut, kompetensi diartikan sebagai kemampuan yang dibutuhkan untuk melakukan atau melaksanakan pekerjaan yang dilandasi oleh pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja. Sehingga dapatlah dirumuskan bahwa kompetensi sebagai kemampuan seseorang yang dapat terobservasi mencakup atas pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja dalam menyelesaikan suatu pekerjaan atau tugas menyelesaikan suatu pekerjaan atau tugas sesuai dengan standar performa yang ditetapkan. (Busro, 2018).

Adanya kompetensi karyawan yang mumpuni sangat dipengaruhi oleh oleh adanya kompensasi yang mendukung. Kompensasi merupakan hal yang wajar yang biasa terjadi di sebuah perusahaan untuk memberikan penghargaan kepada karyawan. Kompensasi sebanding dengan hadiah. Namun dalam dunia kerja atau bisnis, kompensasi lebih sering dilihat dalam bentuk gaji dan/atau tunjangan. Kompensasi merupakan hal wajar yang biasa terjadi di dalam sebuah perusahaan untuk menghargai karyawan mereka. Kompensasi mirip dengan imbalan. Tetapi di dalam dunia pekerjaan atau bisnis, kompensasi lebih sering terlihat dalam bentuk gaji dan/atau tunjangan. (Abu Fahmi, 2014).

Kompetensi merupakan kemampuan kerja setiap individu yang mencakup aspek pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang sesuai dengan standar yang ditetapkan. Kompetensi meliputi pengetahuan, keterampilan dan nilai-nilai dasar yang direfleksikan dalam kebiasaan berfikir dan bertindak

secara konsisten dan terus menerus yang memungkinkan seseorang menjadi kompeten, dalam arti memiliki pengetahuan, keterampilan, nilai-nilai dan sikap dasar untuk melakukan sesuatu. Kebiasaan berpikir dan bertindak itu didasari oleh budi pekerti luhur baik dalam kehidupan pribadi, sosial, kemasyarakatan, keberagaman, dan kehidupan berbangsa dan bernegara. (Sutrisno E. , 2017).

Kompensasi biasanya dikaitkan dengan penghargaan terhadap para karyawan yang telah mendukung perkembangan bisnis secara positif dan berkelanjutan. Hal yang termasuk di luar gaji pokok seperti parkir gratis, jaminan kesehatan, atau lainnya bisa dimasukkan ke dalam kompensasi. Kompensasi ini adalah daya tarik yang menjadi sorotan para perusahaan dalam mencari calon pekerja baru agar menarik minat pencari kerja yang berkualitas.

Motivasi kerja merupakan suatu sikap mental yang tercipta baik dari dalam diri sendiri maupun faktor eksternal yang membuat seseorang berperilaku antusias, tekun, dan ikhlas untuk melakukan suatu kegiatan seperti pekerjaan dengan sebaik mungkin untuk mencapai tujuan spesifik atau tujuan organisasi pada umumnya. Motivasi kerja merupakan hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia supaya mau bekerja giat serta antusias mencapai hasil yang optimal. (Hasibuan, 2000).

Hal yang dimaksud ini adalah gejala proses mental, seperti kognitif proses mental kognitif (akal) atau afeksi (perasaan). Spesifiknya, motivasi termasuk ke dalam proses mental atau gejala jiwa konasi yang berarti kehendak atau kemauan seseorang. Dengan demikian motivasi juga dapat dikatakan sebagai proses mental seseorang yang memiliki kehendak atau kemauan untuk melakukan suatu hal. (Dz, 2008).

Untuk meningkatkan jumlah pembiayaan tidak sedikit bank syariah yang menggunakan marketing. Dengan adanya marketing diharapkan PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan bisa memperoleh jumlah pembiayaan yang semakin meningkat. Secara sederhana dapat dilihat bahwa semakin banyak Marketing yang mereka miliki berarti mereka dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Informasi mengenai produk pembiayaan mereka dapat disampaikan ke lebih banyak calon konsumen. Namun jumlah tenaga pemasar yang banyak

kemudian bisa tidak menimbulkan efek yang diharapkan apabila kinerja atau performa dari tenaga pemasar tersebut tidak maksimal atau mereka tidak bisa mencapai target yang diberikan. Akhirnya jumlah tidak menjadi berguna apabila tidak diiringi dengan kualitas dari tenaga pemasar atau Marketing tersebut. Oleh karena itu kinerja yang maksimal dari seorang Marketing sangat diharapkan guna mencapai dan meningkatkan produktivitas sebuah perusahaan.

Marketing adalah orang yang bertugas untuk memperkenalkan, mempromosikan, memasarkan produk perbankan, dan memperluas jaringan atau relasi antar perbankan atau dengan dunia diluar perbankan itu sendiri. Selain mensosialisasikan produk-produk yang ada di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan, seorang marketing juga memiliki target yang diberikan perusahaan. Seorang marketing PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan juga harus berusaha untuk mencapai target yang diberikan sehingga dapat meningkatkan produktivitas perusahaan.

Karyawan bidang pemasaran sebagai penggerak pembiayaan haruslah mampu memenuhi target pencapaian jumlah pembiayaan dengan cara meningkatkan kinerja. Dengan kinerja karyawan yang baik secara tidak langsung akan membuat nasabah merasa puas. Nasabah yang merasa puas akan pelayanan yang diberikan akan meningkatkan keaktifannya dalam melakukan pembiayaan dan angsurannya, hal ini akan berdampak pada kemajuan bank itu sendiri.

Menurut (Nurbaiti, 2019) mengemukakan bahwa dalam bidang pemasarannya semua lembaga perbankan syariah juga membangun website khusus untuk melakukan proses e-banking untuk memberikan kemudahan kepada nasabahnya dalam bertransaksi dan memperoleh informasi tentang perbankan syariah maupun produk-produknya.

Permasalahan kinerjajapun menjadi fenomena yang sangat menarik untuk diangkat karena menurut (Hasibuan, 2011) kinerja yang buruk berakibat pada pencapaian target yang menurun dalam perusahaan. Oleh karena itu dapat kita lihat pada tabel 1.1 bagaimana tingkat *Target* dan *Realisasi* jumlah pembiayaan PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Tahun 2017-2019.

Tabel 1.1
Jumlah pembiayaan PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah

Jenis Pembiayaan	Jumlah Pembiayaan									
	2017		2018		2019		2020		2021	
	Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi
Murabahah	146,992,308	145,408,114	176,301,665	133,951,580	220,941,031	104,238,075	221,761,514	158,902,617	250,621,739	175,349,220
Mudharabah	9,445,990	2,838,664	9,349,625	7,609,069	10,799,865	7,107,655	12,870,654	10,612,347	15,752,319	13,726,144
Musyarakah	359,495,286	306,579,837	732,564,430	548,070,773	633,491,495	290,703,206	580,156,834	325,714,641	620,652,731	490,215,734
Total	515,933,584	454,826,615	918,215,720	689,631,422	865,232,391	402,048,936	814,789,002	495,229,605	887,026,789	679,291,098

Sumber: Laporan Keuangan PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah

Pada tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2017 realisasi jumlah pembiayaan pada produk Murabahah, Mudharabah, dan Musyarakah yang diperoleh bank tidak mampu mencapai target yang direncanakan. Di tahun selanjutnya yaitu tahun 2018 juga tidak ada yang mencapai target. Pada tahun selanjutnya yaitu tahun 2019 dapat dilihat bahwa realisasi jumlah pembiayaan yang diperoleh tidak mampu mencapai target. Pada tahun 2020 dan 2021 juga tidak ada pembiayaan yang mencapai target.

Di sini dapat disimpulkan bahwa penyebabnya adalah menurunnya kinerja karyawan Marketing PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan. Ini sesuai dengan teori yang dikemukakan (Hasibuan, 2011). Kinerja merupakan capaian hasil kerja seseorang dalam melaksanakan tugas pekerjaan yang dibebankan kepadanya berdasarkan atas kesungguhan, kecakapan, waktu dan pengalaman. Sehingga dapat disimpulkan secara sederhana terdapat fenomena permasalahan kinerja Marketing pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan.

Untuk mencapai suatu kinerja yang baik maka sebuah perusahaan memiliki cara agar kinerja karyawan semakin baik. Salah satu upaya yang dilakukan agar kinerja semakin baik adalah dengan memberikan pelatihan dan pengembangan kepada karyawan agar karyawan dapat lebih fokus dalam melaksanakan pekerjaannya sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. (Tohir, 2012) Selain memberikan pelatihan, perusahaan juga memberikan motivasi

berupa memberikan bonus serta gaji yang sesuai dengan hasil kerja karyawan.

Ada banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kinerja karyawan, diantaranya faktor internal antara lain: kemampuan intelektualitas, disiplin kerja, kepuasan kerja dan motivasi karyawan, sedangkan faktor eksternal meliputi: gaya kepemimpinan, lingkungan kerja, kompensasi dan sistem manajemen yang terdapat di perusahaan tersebut. Faktor penting yang dapat menentukan kinerja karyawan dan kemampuan suatu organisasi beradaptasi dengan lingkungan adalah disiplin, motivasi, dan prestasi kerja.

Dari uraian tersebut, PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan merupakan lembaga keuangan yang memiliki fungsi menyimpan dana berupa tabungan dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan. Biasanya seorang *marketing* adalah orang yang berperan penting untuk meningkatkan jumlah pembiayaan, begitu halnya di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan. Dari latar belakang masalah yang diuraikan di atas maka penulis mengambil judul yaitu: **“Analisis Kinerja Karyawan Marketing Terhadap Jumlah Pembiayaan (Studi Kasus PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan)”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dikemukakan di atas, maka penulis merumuskannya ke dalam beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apa saja variabel yang dijadikan alat untuk mengukur kinerja karyawan marketing di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan?
2. Bagaimana strategi yang dilakukan PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan dalam meningkatkan kinerja karyawan marketing?
3. Apa yang menjadi kendala PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan dalam meningkatkan kinerja karyawan marketing?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel apa saja yang dijadikan alat untuk mengukur kinerja karyawan marketing PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan.
2. Untuk menganalisis strategi yang dilakukan PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan dalam meningkatkan kinerja karyawan marketing.
3. Untuk menganalisis kendala yang dialami PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan dalam meningkatkan kinerja karyawan marketing.



D. Manfaat Penelitian

1. Praktis
 - a. Bagi PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau kontribusi pemikiran baik berguna untuk bahan rujukan maupun pertimbangan dalam melakukan strategi meningkatkan kinerja karyawan marketing.
 - b. Bagi Penulis
 - 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan wawasan mengenai kegiatan operasional PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan secara umum serta menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapat selama masa perkuliahan dalam dunia nyata yang terkait dengan tema penelitian ini.
 - 2) Untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana S1 Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.
 - c. Bagi Pembaca dan Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi

tambahan bagi peneliti lain yang tertarik dengan permasalahan kinerja karyawan marketing atau pengembangan lain dari sisi penelitian ini.

2. Teoritis

Adapun teori-teori yang di dapat berupa teori tentang kinerja karyawan Marketing dan tentang pembiayaan. Secara ilmiah penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan dan tambahan terhadap ilmu pemikiran ekonomi islam pada umumnya dan keuangan islam pada khususnya.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN