

**ANALISIS PEMBAYARAN INSENTIF KARYAWAN *MARKETING*
MIKRO PADA BANK SYARIAH MANDIRI KC BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu Syarat penulisan Skripsi
Dalam Bidang Perbankan Syariah (SE)

OLEH:

SELVIA WLANDARI
NIM. 1416142312

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
2018/1439 H**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi dengan judul “Analisis Faktor Pemberian Insentif *Marketing* Mikro Di Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan didalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya yang sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, _____ 2018M
1439 H

Mahasiswa yang menyatakan



Selvia Wlandari
NIM 1416142312



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax : (0736) 51171 Bengkulu

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh: **Selvia Wlandari, NIM 1416142312** dengan judul: **"Analisis pembayaran Insentif Marketing Mikro Di Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu"**, program studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomidan Bisnis Islam Institut Agaman Islam Negeri(IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 5 Juli 2018 M
1439 H

Pembimbing I

DR. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002

Pembimbing II

Yosy Arisandi, MM
NIP. 198508012014032001



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax : (0736) 51171 Bengkulu

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: Analisis Pembayaran Insentif Marketing Di Bank

Syariah Mandiri KC Bengkulu, oleh: Selvia Wlandari Nim. 1416142312,

Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan

dipertahankan didepan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 14 Agustus 2018 M/2 Dzulhijjah 1439 H

Dinyatakan LULUS. Telah diprbaiki, dapat diterima dan disahkan sebagai
syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan diberi
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Bengkulu, 21 Agustus 2018 M
9 Dzulhijjah 1439 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Dr. Nurul Hak, M.A.
NIP. 19660616195031002

Penguji I

Dra. Fatimah Yunus, M.A.
NIP. 196303192000032003

Sekretaris

Yosy Arisandi, M.M.
NIP. 198508012014032001

Penguji II

Rini Elvira, S.E., M.Si
NIP. 197708152011012007

Mengetahui

Dekan

Dr. Asnani, MA
NIP. 197304121998032003



MOTTO

Memulai dengan penuh keyakinan, Menjalankan dengan penuh keikhlasan, Menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan

Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.

Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.

(QS. Al-Insyirah,6-8).

PERSEMBAHAN

Dalam kesempatan ini, pengorbanan dan do'a restu limpahan kasih sayang dari orang-orang yang sangat berperan dalam menyelesaikan studi dan skripsi ini. Skripsi ini ku persembahkan kepada :

1. Sujud syukur ku persembahkan pada Allah SWT, berkat dan rahmat detak jantung, denyut nadi, nafas dan putaran roda kehidupan yang diberikan-Nya hingga saat ini saya dapat mempersembahkan skripsi ku pada orang-orang tersayang.
2. Sebagai tanda bukti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Kedua orang tua ku yang sangat kusayangi, bapak (Hasan Basrii) dan mamak (Ermi Tina Yanti) yang telah bersusah payah, memeras keringat di trik nya matahari demi mencari rezeki Alla SWT untuk membiayai proses pendidikan menuju gelar Sarjana Ekonomi (SE), dan tak hentinya memberikan semangat, dukungan serta do'a-do'a yang tak pernah putus. Terima kasih Mamak... Terima kasih Bapak...
3. Saudaraku Ayuk ku (Wo Melda Saputri, S.K.M.) dan adek ku (Nora Santia) yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, senyum dan do'anya untuk keberhasilan ini, cinta kalian adalah memberikan kobaran semangat yang menggebu, terima kasih dan sayang ku kalian.
4. Dosen pembimbing I (Dr. Nurul hak, MFI) dan Dosen Pembimbing II (Yosy Arisandy, M.M) yang telah membimbing, memberi arahan serta solusi dalam penyelesaian skripsi ini. Serta ucapan terimakasih kepada dosen-dosen Fakultas FEBI IAIN Bengkulu yang telah memberikan ilmu yang luar biasa sehingga sampai di proses penyelesain skripsi ini.

5. Keluarga besar Bank syariah mandiri yang telah memberi suport terutama bapak (Ascp) kepala bagian mikro yang telah membimbing, memberi arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Sahabatku (Eka Novi Yana, Nova Lestari, Dahlia) terima kasih untuk canda, tawa, tangis dan perjuangan yang kita lewati bersama dan terimakasih untuk kenangan manis yang telah mengukir selama ini. Dengan perjuangan dan saling mendo'akan.
7. Sahabat-Sahabat SMA ku (Ayu Rahmi Saputri, Muhammad Abdul Fadil, Winda Sasti, Titin Puspita, Imisti Widarni, Ana Soraya, Delta Fitri Sari) dan sepupuku (Amita Fitri Sari) yang tak hentinya memberi semangat dan saling mendo'akan.
8. Teman-teman seperjuangan ku Perbankan Syariah angkatan 2014 lokal B, Brotherku (Irwan Setiawan, Ade Qona'ah, Triwidoo, Debis Kawer Kansan, Fazal Ronaldo, Muhammad Agus), Sistaku (Putri Rahma Wati, Juita Desriani, Helse Dina Fitri, Eka Dian Apriani, Karlina, dan yang lain-lain) tak bisa ku sebut semua teman seperjuanganku. Terima Kasih semangat dan do'anya.
9. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, alumni RKN Kelompok 76 yang lagaknya sudah seperti keluarga dan kawan kosan (Yopi Rasmala Dewi) yang saling memberi semangat dan dukungan.
10. Civitas Akademi IAIN Bengkulu dan Almamater yang menjadi kebanggaan.

SURAT PERNYATAAN

Nama : Selvia Wlandari

NIM : 1416142312

Program studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Analisis Faktor Pemberian Insentif *Marketing* Mikro Di Bank
Syariah Mandiri KC Bengkulu

Telah dilakukan verifikasi plagiasi melalui <http://smallseotools/plagiarism-checker> skripsi yang bersangkutan dapat diterima dan tidak memiliki indikasi plagiasi.

Dengan demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk penggunaan sebagai mestinya. Apabila terdapat kekeliruan data verifikasi ini maka akan dilakukan tinjauan ulang kembali.

Bengkulu, _____ 2018 M
1439 H

Mengetahui Tim Verifikasi

Yang Membuat Pernyataan



Andang Sunarto, Ph.D
NIP 197611242006041002



Selvia Wlandari
NIM.1416142312

ABSTRAK

ANALISIS PEMBAYARAN INSENTIF *MARKETING* MIKRO PADA BANK SYARIAH MANDIRI KC BENGKULU

Oleh Selvia Wlandari, NIM 1416142312

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis pembayaran Insentif *Marketing* Mikro di Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu. Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti ini menggunakan pendekatan Deskriptif Kualitatif dengan teknik pengumpulan data primer dan sekunder yang berupa observasi dan wawancara dilakukan kepada karyawan *marketing* mikro Sebanyak 4 orang di Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu. Analisis data dilakukan dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa, Faktor penyebab karyawan tidak mencapai target insentif *marketing* mikro di Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu adalah a) Kurangnya minat nasabah, karena yang mengajukan pembiayaan sedikit b) Kondisi lapangan, karena banyaknya persaingan antar Bank dan strategi antar perusahaan berbeda-beda c) Kurang menguasai strategi *marketing*.

Kata kunci : *Analisis pembayaran, Insentif dan Marketing Mikro*

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karuniannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Faktor Pemberian Insentif Marketing Mikro Di Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu”. Shalawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan pada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang menjadi uswatun hasanah bagi kita semua Amin.

Penyusun skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih teriring doa semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT.

Kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag,M.H, selaku Rektor IAIN.
2. Dr.Asnaini, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, yang telah memberikan izin penelitian.
3. Desi Isnaini, MA selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, yang telah menyetujui permohonan penyusunan skripsi.
4. Dr.Nurul Hak, M.A, selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Yosy Arisandi, M.M, selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.

6. Kedua orang tuaku Hasan Basri dan Ermi Tina Yanti yang selalu mendo'akan kesuksesan penulis.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah mengajarkan dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
8. Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis kedepan.

Bengkulu, 28 Juni 2018M

1439 H

Selvia Wlandari
NIM 1416142312

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	
HALAMAN PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kegunaan Penelitian	4
E. Penelitian Terdahulu.....	5
F. Metode Penelitian	8
G. Sistematika Penulisan	12
BAB II KAJIAN TEORI	13
A. Manajemen sumber daya insani	13
1. Pengertian manajemen sumber daya insani	13
2. Tujuan manajemen sumber daya insani.....	15
3. Karakteristik sumber daya insani dalam ekonomi islam	16
B. Insentif.....	17
1. Pengertian Insentif	17
2. Jenis-jenis insentif.....	20
3. Tujuan pemberian insentif	21
4. Sistem pemberian insentif	24
5. Syarat pemberian insentif	26
6. Hal-hal yang mempengaruhi pemberian insentif.....	32
C. <i>Marketing</i> Mikro	27
1. Pengertian <i>marketing</i>	27
2. <i>Micro Marketing</i>	28
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	37
A. Sejarah Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu.....	37
B. Profil Perusahaan	39

C. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri.....	40
D. Struktur Organisasi.....	42
E. Tujuan dan Pasilitas Perusahaan.....	43
F. Manajemen	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 49

A. Faktor penyebab karyawan tidak mencapai target insentif <i>marketing</i> mikro KC Bengkulu	49
---	----

BAB V PENUTUP.....59

A. Kesimpulan.....	59
B. Saran.....	59

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 : Pencapaian Insentif Karyawan Warung Mikro Bagian <i>Marketing</i>	50
---	-----------

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran: Blangko Judul
- Lampiran: Bukti Mengikuti Seminar Proposal
- Lampiran: Daftar Hadir Seminar Proposal
- Lampiran: Catatan Perbaikan Proposal
- Lampiran: Halaman Pengesahan Tim Penyeminar
- Lampiran: Halaman Persetujuan Tim Pembimbing
- Lampiran: Pedoman Wawancara Surat Permohonan Penelitian
- Lampiran: Surat Permohonan Penelitian
- Lampiran: Surat Rekomendasi Izin Penelitian KESBANKPOL Propinsi Bengkulu
- Lampiran: Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian di BSM Cabang
Bengkulu
- Lampiran: Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran: Dokumentasi Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank sebagai suatu lembaga keuangan yang salah satu fungsinya adalah menghimpun dana masyarakat harus memiliki suatu sumber penghimpunan dana sebelum disalurkan ke masyarakat kembali. Dalam bank syariah, sumber dana berasal dari modal inti (*core capital*), dan dana pihak ketiga, yang terdiri dari dana titipan (*wadi'ah*) dan kuasai ekuitas (*mudharabah account*).¹ Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 juga secara tegas mengakui eksistensi dari perbankan syariah, yaitu bank umum maupun bank pengkreditan rakyat yang menjalankan kegiatan usahanya.²

Manajemen sumber daya insani adalah seputar penentuan aktivitas karyawan, seleksi calon karyawan, pelatihan dan pengembangan karyawan serta semua aktivitas lain terkait dengan awal masuk karyawan hingga masa pensiun.³

Sistem adalah seluruh aturan kehidupan manusia yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah Rasul. Dalam ilmu manajemen, pelaksanaan sistem yang konsisten melakukan sebuah tatanan kehidupan yang baik yang disebut sebagai manajemen yang rapi.⁴

¹ Amir Machmud, *Bank Syariah*, (Jakarta: Erlangga,2010), h.26

² Khotibul Umam, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT Grapindo Persada), 2016, h.56

³ Ahmad Ibrahim, *Manajemen Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h.105

⁴ Didin Hapinudin, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*, (Jakarta: Prenadamedia Group2014), h.10

Setiap anggota dari suatu organisasi mempunyai kepentingan dan tujuan sendiri ketika ia bergabung pada organisasi tersebut. Bagi sebagian karyawan, harapan untuk mendapatkan uang adalah salah satu-satunya alasan untuk bekerja, namun yang lain berpendapat bahwa uang hanyalah salah satu dari banyak kebutuhan yang terpenuhi melalui kerja. Allah memerintahkan manusia bekerja sebagai salah satu bentuk nyata manusia dalam rangka memakmurkan bumi seperti firman Allah SWT (Qs. At-Taubah 9:105).

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ

عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya:

"Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."⁵

Tujuan atau memotivasi karyawan diperusahaan sangat berkaitan erat dengan pencapaian target yang diinginkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Bilamana motivasi setiap karyawan diperusahaan mendapatkan perhatian yang sesuai, maka semakin terarah dan efektif kegiatan setiap karyawan untuk merealisasikan apa yang menjadi tujuan dari perusahaan.

Oleh karena itu, perusahaan harus menyadari bahwa tercapai atau tidaknya target sangat tergantung dari kreativitas perusahaan dalam memberikan insentif

⁵ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV. Penerbit Diponogoro, 2006), h. 187

termasuk dalam hal ini penentuan besar kecilnya. Hal ini karena tujuan dari pemberian insentif adalah untuk mendorong karyawan bekerja lebih giat dalam mencapai target perusahaan. Dilain, perusahaan tidak bisa hanya dengan mengandalkan satu jenis pengupahan berupa gaji pokok saja. Perusahaan harus bisa mengombinasikan sistem pengupahannya dengan pemberian tunjangan dalam satu paket yang menarik.⁶

Dengan demikian, dapat dikemukakan bahwa insentif (*insentive*) merupakan elemen penghasilan atau balas jasa yang diberikan secara tidak tetap atau bersifat *variable* tergantung pada kondisi pencapaian prestasi kerja pegawai.⁷

Seorang *marketing* sering disebut sebagai ujung tombaknya perusahaan, karena ia memang bertugas untuk memitigasi serta memahami pasar dengan sangat baik, termasuk mampu memenuhi target penjualan sesuai dengan yang diharapkan. Pasar memang penuh dengan pergerakan yang serba sulit untuk ditebak. Namun seorang marketing yang handal diajak untuk bisa memahami setiap pergerakan pasar dengan tajam dan jitu. Artinya keputusan marketin diharapkan tepat sasaran baik secara jangka pendek dan panjang.⁸

Bank Syariah Mandiri mengeluarkan jasa pembiayaan seperti di Warung Mikro. Pembiayaan mikro merupakan pembiayaan bank kepada nasabah yang telah mempunyai akad jual beli (*murabahah*), yang diperuntukkan kepada

⁶ Saifuddin bachrun, *Menghitung Tunjangan Insentif Bonus dan Fasilitas*, h.23

⁷ M. Kadarisman, *Manajemen Kompensasi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h.191

⁸ Fahmi Irham, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, (Bandung:Alfabeta, 2014), h.71

nasabah yang telah mempunyai usaha mikro dan membutuhkan pengembangan usahanya.⁹

Berdasarkan observasi awal kepada Koordinator bagian warung mikro yaitu Asep Dwi Nugroho di Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu. Beliau menjelaskan bahwa di bagian *marketing* mikro terdapat insentif untuk karyawan. Syarat untuk mendapatkan dana insentif tersebut harus mencapai target. Bila karyawan melakukan pekerjaan mencapai target maka mendapatkan insentif dan bila karyawan tidak mencapai target maka tidak mendapatkan insentif. Jika karyawan tidak mencapai target maka terdapat beberapa faktor pada karyawan Atau sama halnya terdapat masalah yang dialami oleh karyawan dalam melakukan pekerjaan untuk pencapaian target. Dan

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat faktor untuk mencapai target insentif. oleh karena itu peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian : Analisis Faktor Pemberian Insentif Karyawan *Marketing* Mikro Dibank Syariah Mandiri KC Bengkulu.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah Apa faktor penyebab karyawan tidak mencapai target insentif *marketing* mikro KC Bengkulu?

⁹ <http://eprints.walisongo.ac.id/7277/2/BAB%20I.pdf> (12:49)

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui faktor penyebab karyawan tidak mencapai target insentif *marketing* mikro KC Bengkulu.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Untuk memperkaya keilmuan bagi penulis dan dapat melaksanakan teori serta menyesuaikan kenyataan yang terjadi di lapangan.

2. Kegunaan Praktis

Sebagai acuan akademis sekaligus menambah perbendaharaan perpustakaan di IAIN Bengkulu guna membantu para mahasiswa dalam melengkapi pemecahan masalah, khususnya Program Studi Ekonomi Perbankan Islam Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.

E. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian Sebelumnya juga dilakukan oleh Aptu Priyanto (2016), dengan judul, Sistem Kompensasi Pada PT. Patria Anugrah Sentosa Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, sistem kompensasi pada PT. Patria Anugrah Sentosa Bengkulu khusus bagian sales. Tujuan lainnya adalah tinjauan ekonomi islam terhadap sistem Kompensasi Pada karyawan sales motor di PT. Patria Anugrah Sentosa Bengkulu. Dalam penelitian Aptu Priyanto menggunakan metode kualitatif, metode ini dilakukan dengan tiga teknik yaitu: observasi,

wawancara, dokumentasi. Dari hasil penelitian yang didapat bahwa sistem kompensasi pada PT. Patria anugra tidak menerapkan sistem gaji, tetapi memakai sistem upah, insentif, dan bonus penjualan perbulan. Dan sistem kompensasi pada PT Patria Anugra sentosa Bengkulu Ditinjau dari ekonomi islam yaitu PT. Anugra Sentosa kurang memenuhi pembayaran upah yang layak bermakna sesuai dengan pasaran atau standar gaji minimum yang telah ditetapkan oleh pemerintah daerah. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan penulis dari segi sitem,tijauan ekonomi islam dan objek.¹⁰

2. Penelitian ini juga dilakukan oleh Weni Effri Riati dengan judul, Pengaruh Pemberian Insentif Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Bank Mega Syariah Cabang Pasar Sukaramai Pekanbaru tahun 2015. Dengan rumusan masalah, Bagaimanakah pengaruh pemberian insentif yang dilakukan PT. Bank Mega Syari'ah Cabang Pasar Sukaramai Pekanbaru terhadap kinerja karyawan. Dengan hasil penelitian Pemberian insentif yang dilakukan oleh PT. Bank Mega Syari'ah Cabang Pasar Sukaramai Pekanbaru sudah tepat. Artinya pemberian insentif sudah sesuai dengan kebutuhan karyawan. Dari dua dimensi insentif yang dilakukan oleh PT. Bank Mega Syari'ah Cabang Pasar Sukaramai Pekanbaru secara keseluruhan.

Pembeda : pada penelitian ini membahas tentang Pengaruh pemberian insentif terhadap kinerja karyawan pada PT Bank Mega Syariah Cabang pasar sukaramai pekan baru. Dengan masalah Bagaimanakah pengaruh

¹⁰ Aptu Priyanto, *sistem kompensasi Pada PT.Patria Anugrah Sentosa Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam.* (Bengkulu:Jurnal Penelitian, 2016)

pemberian insentif yang dilakukan PT. Bank Mega Syariah Cabang Pasar Sukaramai Pekanbaru terhadap kinerja karyawan. Penelitian ini lebih pada pengaruh insentif terhadap kinerja karyawan. Dan metode yang digunakan kuantitatif.¹¹

3. Dan penelitian sebelumnya juga dilakukan oleh *Mr. Abdul Hameed, Mphil,(2014), Impact of Compensation on Employee Performance (Empirical Evidence from Banking Sector of Pakistan), There are many factors of pay (Millvier and newman; 2005) research perform that may be form of individually and may be form of multiple performance pay plan different qualities can consider the efficient of degree to perform merit pay to performance, bonus long incentives first of all merit pay is form of reward and individual function of their individuals performance and rating (Henenman&warner,2005)the pay plan is most common by employee performance appraisal (Chani 1998)meant by pay has been frequently use in the organization.*

Terjemah:

Ada banyak faktor pembayaran (Millvier and newman; 2005) yang melakukan penelitian yang berbentuk individual dan bentuk dari berbagai kinerja membayar rencana kualitas yang berbeda dapat mempertimbangkan efisien derajat melakukan pembayaran untuk kinerja, insentif bonus panjang pertama-tama pembayaran adalah bentuk hadiah dan individu fungsi kinerja dan penilaian individu mereka (Henenman & warner, 2005) rencana

¹¹ Weni Effri Riati, Pengaruh Pemberian Insentif Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Bank Mega Syariah Cabang Pasar Sukaramai Pekanbaru tahun 2015), (Pekan Baru: Jurnal Penelitian, 2015)

pembayaran paling umum dilakukan oleh Penilaian kinerja karyawan (Chani 1998) yang dimaksudkan dengan gaji sering digunakan dalam organisasi.

Pembeda : penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang terkait dengan kompensasi seperti gaji, insentif. Kompensasi tidak langsung dan kinerja karyawan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur dampak kompensasi pada PT kinerja karyawan.¹²

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini adalah Penelitian lapangan. Yang bersifat kualitatif. Prosedur penelitian lapangan menghasilkan data deskriptif, yang berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang dan penelitian yang diamati. deskriptif merupakan penelitian yang memusatkan perhatian kepada peristiwa-peristiwa yang ada setelah penelitian dilakukan. Pendekatan ini bertujuan mendapatkan pemaparan dan penjelasan yang objektif khususnya mengenai Analisis faktor pemberian insentif karyawan *marketing* mikro di Bank Syariah mandiri ke Bengkulu.¹³

2. Waktu dan lokasi penelitian.

Waktu penelitian dilakukan adalah disaat jam istirahat para karyawan pada 23 Mei -22 Juni di PT Bank Syariah Mandiri *Branch Office* KC Bengkulu.

¹² Mr. Abdul Hameed, Mphil,(2014), *Impact of Compensation on Employee Performance (Empirical Evidence from Banking Sector of Pakistan*, (Pakistan:Jurnal Penelitian,2014)

¹³ Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D, (Bandung: Alfabeta,2011), h.34

Penelitian ini dilakukan di PT Bank Syariah Mandiri *Branch Office* KC Bengkulu. Yang beralamat di Jl. Jati No 18, Sawah Lebar, Ratu Agung, Kota Bengkulu 38223.

3. Informan Penelitian

Adapun informan dalam penelitian ini di Bank Syariah Mandiri di khusus karyawan bagian *Marketing* Mikro sebanyak 4 orang.

4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah:

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung atau *Real* dari lapangan, data primer adalah data-data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dan langsung berasal dari sumbernya. Data primer yang digunakan peneliti yakni diperoleh dari hasil wawancara serta pengamatan langsung yang dilakukan peneliti kepada karyawan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh bukan dari sumbernya secara langsung melainkan diperoleh dari pihak lain, data sekunder sendiri di dapatkan oleh peneliti dari buku-buku, data dokumentasi, artikel-artikel, internet, data laporan yang telah

tersedia, dan serta arsip-arsip resmi yang dijadikan patokan penelitian.¹⁴

Teknik pengumpulan data digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a) Observasi, observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap suatu gejala yang tampak pada objek penelitian. Metode ini penulis gunakan untuk dapat mengetahui analisis faktor pemberian insentif karyawan *marketing* mikro di Bank mandiri Syariah KC Bengkulu.
- b) Wawancara, wawancara artinya pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Pada penelitian ini melakukan wawancara tidak terstruktur, dengan melakukan wawancara atau komunikasi langsung antara peneliti dengan informan. Diantaranya ketua dan team bagian *Marketing* Mikro Bank Mandiri Syariah KC Bengkulu.
- c) Dokumentasi, dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia dipergustakaan.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif bersifat umum- khusus (induktif) dan didasarkan pada fakta-fakta yang ditemukan di lapangan

¹⁴ Etta Mamang Sangaji dan Sofiah, metodologi Penelitian : pendekatan praktis dalam penelitian, (yogyakarta: ANDI,2010), Ed 1, h.190

yang kemudian dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori. Makna merupakan data yang sebenarnya yang merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak.

Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yaitu:

a. *Data Reduction* (reduksi data)

Reduksi data merupakan bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil.¹⁵ Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data. Adapun operasional teknik analisis data ini yaitu dengan cara menelusuri dengan memperlakukan data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan data terperinci. Data hasil mengikhtisarkan dan memilah-milah berdasarkan satuan konsep, tema, dan kategori tertentu akan memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan juga mempermudah peneliti untuk mencari kembali data sebelumnya yang diperoleh jika diperlukan.

b. *Display Data* (penyajian data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah *mendisplaykan data*. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Operasionalisasi *display data* (penyajian data) dengan

¹⁵ Aries Hadi Sutopo dan Adrianus Arief, *terampil mengolah data kualitatif dengan Nuivo*, (jakarta: kencana, 2010). h.7

cara data yang diperoleh dikategorisasikan menurut pokok permasalahan dan dibuat dalam bentuk matriks untuk melihat pola-pola hubungan satu data dengan yang lainnya.

c. *Perification*

Penarikan kesimpulan dan verifikasi data dapat menjawab rumusan masalah temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya tidak jelas sehingga setelah diteliti menjadi lebih jelas *argumentatif*. Operasionalisasi analisis data dapat dilakukan apabila data yang diperlukan telah lengkap dan data tersebut kemudian diuraikan menjadi bagian-bagian, sehingga susunan tatanan bentuk suatu yang diuraikan itu tampak dengan jelas dan makna dari data tersebut lebih mudah dipelajari.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada skripsi ini terdiri dari:

Bab I Menguraikan tentang pendahuluan yang secara ilmiah merupakan pondasi dari setiap karya tulis yang terdiri latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian, sistematika penulisan.

Bab II Landasan teori mengurai teori yang membahas permasalahan terkait dengan substansi penelitian terdiri dari pengertian Sumber daya manusia, Tujuan manajemen sumber daya manusia, Insentif, Pengertian Insentif, Jenis-jenis insentif, Tujuan pemberian insentif, Sistem pemberian

insentif , Syarat pemberian insentif, Hal-hal yang mempengaruhi pemberian insentif, *Marketing* Mikro, Pengertian *marketing*, *Micro Marketing*.

Bab III Gambaran umum Bank Mandiri Syariah KC Bengkulu yang terdiri dari sejarah berdirinya Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu, Profil Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu, Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri Cabang Bengkulu, Struktur organisasi, produk-produk di Bank Mandiri Syariah KC Bengkulu.

Bab IV Berisikan faktor pemberian insentif *Marketing* di Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu dan sistem pemberian Insentif *marketing* di Bank Syariah Bengkulu.

Bab V Berisikan kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Manajemen Sumber Daya Insani

1. Pengertian Manajemen Sumber Daya Insani

Manajemen sumber daya insani konsen terhadap pengaturan aktivitas dan hubungan antar karyawan. mereka diharapkan mampu menunjukkan kinerja yang optimal. Para karyawan mampu meningkatkan kompetensi dan kemampuan teknis guna merealisasikan tujuan yang telah ditetapkan dalam perencanaan. Kegiatan manajemen sumber daya insani adalah seputar penentuan aktivitas karyawan, seleksi calon karyawan, pelatihan dan pengembangan karyawan serta semua kativitas lain terkait dengan awal masuk karyawan hingga masa pensiun.

Manajemen merupakan salah satu sarana yang digunakan negara islam untuk mewujudkan tujuan dan menjalankan tugas. Agar manejemen mampu merealisasikan itu semua, maka ia harus berhubungan dengan konsep dasar dan falsafah masyarakat muslim. Manajemen harus terkait dengan lingkungan dan pribadi Muslim yang berpegang teguh pada nilai-nilai syariah islam pada setiap kondisi dan tempat.¹⁶

Manajemen sumber daya insani adalah untuk melayani para manajer dan karyawan melalui keahliannya. Pada akhirnya kinerja dan kesejahteraan setiap pekerja adalah tanggung jawab bersama (*dual-responsibility*) dari

¹⁶ Ahmad Ibrahim Abu Sinn, *Manajemen Syariah*, (Jakarta:PT Raja Grapindo Persada, 2012), h.105

atasan langsung bekerja dan bagian sumber daya insani. Kemudian ada pula pendekatan SDI yang pada intinya beranggapan bahwa organisasi akan tumbuh hanya melalui perhatian yang diberikan terhadap kebutuhan karyawan sehingga kata kuncinya adalah kebutuhan karyawan.

Manajemen sumber daya insani harus memberikan kontribusi terhadap keberhasilan organisasi. Jika aktivitas para manajer dan bagian sumber daya insani tidak membantu organisasi untuk mencapai tujuan strategi, berarti sumber daya insani tidak digunakan secara efektif.¹⁷

Dari pernyataan-pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi Manajemen Sumber Daya Insani adalah suatu aktivitas karyawan dalam suatu perusahaan untuk mewujudkan tujuan perusahaan yang berpegang teguh pada nilai-nilai syariah islam pada setiap kondisi dan tempat.

2. Tujuan Sumber Daya Insani Dari Perspektif Islam

Secara umum tujuan dari pengelolaan Sumber Daya Insani adalah meningkatkan kontribusi produktif sumber daya insani pada organisasi dengan cara bertanggung jawab dari sisi strategik, etik dan sosial.

Dessler mengartikan pengelolaan sumber daya insani sebagai praktik dan kebijakan yang harus dilakukan beraitan dengan aspek manusia dalam tugas-tugas manajemen. Definisi lain ada pula yang menyebutkan cakupan pengelolaan sumber daya manusia pada seluruh keputusan manajemen yang meliputi strategi, kiat dan tindakan, serta penerapan keputusan-

¹⁷ Jusmaliani, Pengelolaan Sumber Daya Insani, (Jakarta: PT Bumi Aksara,2011), h.8

keputusan tersebut yang langsung menyangkut dan mempengaruhi sumber daya insani yang bekerja dan didalam organisasi.

Tujuan melaksanakan kegiatan pengelolaan sumber daya insani dengan baik dan sesuai syariah adalah untuk menghindari berbagai hal yang tidak diinginkan seperti mempekerjakan orang yang tidak tepat untuk suatu pekerjaan, *turnover* yang tinggi, mendapatkan karyawan yang tidak bekerja secara optimal/efisien, membuang waktu dengan wawancara yang tidak berguna dan berbagai masalah lain yang merugikan perusahaan. Khusus tentang pemborosan waktu; maka hal ini adalah sesuatu yang dilarang dalam islam, waktu harus dimanfaatkan sebaik-baiknya.¹⁸

Sumber daya insani dioprasikan dalam perusahaan untuk mendukung tujuan perusahaan. Yang berpungsi mengharmonisasi seluru aspek-aspek. Dan untuk meningkatkan bisnis yang diridhai Allah SWT.¹⁹

3. Karakteristik Sumber Daya Insani Dalam Ekoni Islam

Dalam suatu perusahaan, lembaga keungan ataupun aktivitas lainnya yang berhubungan dengan ekonomi, kredibilitas dan profesionalitasnya akan terbentuk apabila organisasi tersebut memiliki tiga perangkat, yaitu:²⁰

1. Perangkat - insani (*humanware*)
2. Perangkat - keras (*hardware*)
3. Perangkat - lunak (*software*)

¹⁸ Jusmaliani, *Pengelolaan Sumber Daya Insani*, (Jakarta: PT Bumi Aksara,2011), h.40

¹⁹ Abu fahmi,dkk, HRD Syariah Teori dan Implementasi, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), h.47

²⁰ Ika Yunia Fauzia dkk, Prinsip dasar Ekonomi Islam, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), h. 273

Maksud dari perangkat insani adalah perorangan dikalangan lembaga, sejak dari pemilik, pimpinan, pengelola, hingga pekerja di lapisan paling bawah. Perangkat insani suatu lembaga haruslah memadai dari jumlah dan serasi dalam mutu serta terpuji dalam kepribadian. Adapun perangkat keras adalah alat produksi dan kelengkapan kerja fisik yang menjadi wahana dan sarana serta prasarana pelaksanaan kerja ataupun kegiatan suatu lembaga. Adapun perangkat lunak meliputi hal-hal yang non fisik atau maya, seperti pembagian bidang kerja, prosedur pengambilan keputusan, wewenang dan tanggung jawab pejabat atau pekerja, proses pelayanan mitra kerja, sistem yang menjalin mekanisme kerja antar bagian, termasuk juga perangkat lunak dalam hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan komputerial.

Kaitannya dengan perangkat insani (*human ware*), menurut Stephen M.R. Covey, tolak ukur keberhasilan seseorang bisa ditandai melalui kematangan integrasi dan kompetensinya. Ketika seseorang melakukan suatu aktivitas ekonomi ataupun aktivitas yang lain, maka integritas dan kompetensilah yang menjadi tolak ukur dalam diri masing-masing pelaku. Pada saat itu, seseorang akan sangat dipertimbangkan kompetensinya dan terkadang integritas luput dari pantauan. Padahal logikanya, jika kita mengangkat seorang mitra kerja, yang dibutuhkan bukan hanya kepintaran mereka, melainkan kejujuran mereka. Kompetensi tanpa integritas akan

menggerogoti jalannya usaha, adapun integritas tanpa kompetensi akang menghalangi suatu kemajuan. Jadi, harus *balance* antara keduanya.²¹

B. Insentif

1. Pengertian Insentif

Pada prinsipnya, insentif adalah imbalan yang diberikan kepada seorang karyawan yang melakukan suatu pekerjaan diluar tugas pokoknya atau melebihi target dari pekerjaan yang menjadi tugasnya. Insentif sangat penting bagi karyawan guna memotivasi seseorang untuk melakukan pekerjaan melebihi apa yang diinginkan oleh perusahaan. Disamping itu, insentif sebagai imbalan juga berfungsi sebagai penghargaan bagi karyawan yang melakukan suatu pekerjaan melebihi target yang ditentukan, yang besarnya tergantung dari hasil yang dicapai berupa finansial maupun non finansial.²²

Insentif merupakan bentuk kompensasi yang telah dikenal sejak jaman dulu. Selama ratusan tahun, pegawai menerima sejumlah uang untuk output yang telah ditentukan. Aktivitas individu dapat didefinisikan secara tepat, output dapat diukur, dan pembayaran berhubungan langsung dengan output yang dihasilkan.²³

Upah insentif adalah tambahan balas jasa yang diberikan kepada karyawan tertentu yang prestasinya diatas prestasi standar. Upah insentif

²¹ Ika Yunia Fauzia dkk, Prinsip dasar Ekonomi Islam, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), h. 274

²² Saifuddin bachrun, *Menghitung Tunjangan Insentif Bonus dan Fasilitas*,(Jakarta: PPM.,2011), h.22

²³ Asri Laksmi Riani. *Manajemen sumber daya manusia masa kini* .(Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013),h.131

ini merupakan alat yang dipergunakan pendukung prinsip adil dalam pemberian kompensasi.²⁴

Insentif adalah merupakan balas jasa yang diberikan oleh perusahaan yang dapat dinilai dengan uang dan mempunyai kecenderungan diberikan secara tetap. Insentif diartikan sebagai bentuk pembayaran yang dikaitkan dengan kinerja, sebagai pembagian keuntungan bagi karyawan akibat peningkatan produktivitas atau penghematan biaya. Sistem ini merupakan bentuk lain dari kompensasi langsung di luar gaji dan upah yang merupakan kompensasi tetap, yang disebut sistem kompensasi berdasarkan kinerja (*pay for performance plan*). Insentif merupakan faktor pendorong bagi karyawan untuk bekerja lebih baik agar kinerja pegawai dapat meningkat. Kompensasi dan insentif mempunyai hubungan yang sangat erat, dimana insentif merupakan komponen dari kompensasi dan keduanya sangat menentukan dalam pencapaian tujuan dan sasaran organisasi secara keseluruhan.²⁵

Dari pengertian di atas untuk lebih jelas tentang insentif, dibawah ini ada beberapa ahli manajemen mengemukakan pengertian mengenai insentif. Menurut Hani Handoko mengemukakan bahwa insentif adalah perangsang yang ditawarkan kepada para karyawan untuk melaksanakan kerja sesuai atau lebih tinggi dari standar-standar yang telah ditetapkan. Menurut Wibowo insentif menghubungkan penghargaan dan kinerja

²⁴ Malayu S.P. Hasibuan, *manajemen sumber daya manusia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h.118

²⁵ Burhaudin Yusuf, *Manajemen Sumber Daya Manusia di Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: Rajawali, 2015), h.253

dengan memberikan imbalan kinerja tidak berdasarkan senioritas atau jam kerja.²⁶

Insentif adalah penghargaan/ imbalan yang diberikan untuk memotivasi pekerja/ pegawai/ anggota organisasi agar memotivasi dan produktivitas kinerjanya tinggi, sifatnya tidak tetap atau sewaktu-waktu.²⁷

Insentif menurut Hasibuan adalah tambahan balas jasa yang diberikan kepada karyawan tertentu yang prestasinya di atas prestasi standar. Sedangkan insentif menurut menurut Martoyo pengupahan insentif adalah yang dimaksudkan untuk dapat meningkatkan produktivitas karyawan dan mempertahankan karyawan yang berprestasi, untuk tetap berada dalam organisasi/perusahaan. Adapun pengupahan insentif dimaksudkan untuk member upah/gaji yang berbeda, tetapi bukan di dasarkan pada evaluasi jabatan, namun ditentukan karena perbedaan prestasi kerja.

Sedangkan Nasution mengemukakan sebagai berikut: “Uang kompensasi insentif adalah diluar uang/upah yang diterima karyawan. Karena pada dasarnya upah karyawan yang sama kedudukannya adalah sama, tetapi imbalan yang diterima karyawan setiap bulannya bisa berbeda. Penyebabnya adalah kompensasi insentif inilah yang menyebabkan perbedaan yang diterima karyawan tersebut.”²⁸

²⁶ Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Sumbe Daya Manusia* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2001), h. 11

²⁷ Tjutju yuniarsih dan suwanto, *manajemen Sumber Daya Manusia Teori, Aplikasi dan Isu Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h.131

²⁸ Mazia, 2016. Pengaruh Pemberian Insentif Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. BNI Syariah Makassar. (Skripsi UIN Makasar), h.28

Dengan demikian, insentif adalah sebagai strategi untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis. Produktivitas menjadi satu hal yang sangat penting dengan memanfaatkan perilaku pegawai yang mempunyai kecenderungan kemungkinan bekerja seadanya atau tidak optimal dalam sistem kompensasi yang menerima jumlah tetap, dan akan bekerja secara maksimal bilamana untuk kerjanya berkaitan langsung dengan *reward* yang akan diterima.²⁹

Dari pernyataan-pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi insentif adalah dorongan pada seseorang agar mau bekerja dengan baik dan agar lebih dapat mencapai tingkat kinerja yang lebih tinggi sehingga dapat menambah kemauan kerja dan motivasi seorang pegawai agar terciptanya suatu kinerja yang berkualitas sesuai dengan tujuan perusahaan.

2. Jenis –jenis insentif

Jenis-jenis insentif dalam suatu perusahaan harus dituangkan secara jelas sehingga dapat diketahui oleh pegawai dan oleh perusahaan tersebut dapat dijadikan kontribusi yang baik untuk dapat menambah gairah kerja bagi pegawai yang bersangkutan.³⁰

Secara garis besar insentif dapat digolongkan menjadi 3 bagian, yaitu:

²⁹ M. Kadarisman, *manajemen kompensasi*.(Jakarta: Raja Grafindo 2012), h.193

³⁰ Desimala Dewi. *Pemberian Insentif Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan*. (Bengkulu. Skripsi : 2016), h.25

- a. Insentif material adalah perangsang yang diberikan kepada karyawan berdasarkan prestasi dan kinerjanya, berbentuk uang atau barang.
Insentif material ini bernilai ekonomis sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan karyawan beserta keluarga.
- b. Insentif non material adalah perangsang yang diberikan kepada karyawan yang berbentuk penghargaan atau pengukuran prestasi dan kinerjanya, seperti piagam, piala, medali dan sebagainya yang nilainya terkira. Beberapa macam insentif non material meliputi:
 - 1) Pemberian gelar secara resmi.
 - 2) Pemberian tanda jasa atau medali.
 - 3) Pemberian piagam penghargaan.
 - 4) Pemberian pujian lisan atau tulisan.
 - 5) Pemberian promosi.
 - 6) Pemberian hak untuk memakai sesuatu atribut jabatan.
 - 7) Pemberian perlengkapan khusus pada ruangan kerja.
 - 8) Pemberian hak untuk apabila dimakamkan pahlawan.

3. Tujuan Pemberian insentif

Insentif adalah sesuatu yang diinginkan oleh kedua belah pihak, baik perusahaan maupun karyawan. Bagi perusahaan, pemberian insentif dimaksudkan untuk meningkatkan produksi dengan cara mendorong karyawan bekerja dengan semangat yang lebih tinggi sehingga bisa menghasilkan produk dalam kuantitas dan kualitas yang jauh lebih baik. Jika dikaitkan dengan aktivitas penjualan, maka tujuan insentif tentu saja

untuk mendorong karyawan mampu menjual produk lebih banyak dalam satuan waktu yang ditetapkan. Sebaliknya, bagi karyawan, pemberian insentif akan mendorong terjadinya peningkatan penghasilan dan juga mendorong semangat untuk selalu mengembangkan diri.³¹

Simamora mengemukakan sebagai berikut:

“Tujuan mendasar dari semua program insentif (*incentive plans*) adalah meningkatkan produktivitas para karyawan guna mencapai suatu keunggulan kompetitif. Program-program insentif membayar seorang individu atau kelompok untuk apa yang secara persis dihasilkannya. Contoh, jika seorang karyawan merakit seperangkat mainan anak-anak, maka ia memperoleh uang untuk setiap mainan yang dirakitnya. Mirif dengan hal itu, sebuah tim penjualan akan dibayar sejumlah uang tertentu untuk seperangkat mainan yang dijualnya.”³²

Tujuan pemberian insentif adalah untuk memenuhi kepentingan pihak yaitu:³³

a. Bagi perusahaan:

- 1) Mempertahankan tenaga kerja yang terampil dan cakap agar loyalitasnya tinggi terhadap perusahaan.

³¹ Saifuddin bachrun, *Menghitung Tunjangan Insentif Bonus dan Fasilitas*, Jakarta: PPM 2015), h.24

³² M. Kadarisman, *manajemen kompensasi*, (Jakarta: PT Grapindo Persada 2012), h.201-202

³³ Badriah Djul, *Pengaruh Pemberian Insentif terhadap Prestasi Kerja Karyawan pada Plaza Amanda Jaya*.

- 2) Mempertahankan dan meningkatkan moral kerja pegawai yang ditunjukkan akan menurunnya tingkat perputaran tenaga kerja dan absensi.

b. Bagi pegawai:

- 1) Meningkatkan standar kehidupannya dengan diterimanya pembayaran diluar gaji pokok.
- 2) Meningkatkan motivasi kerja pegawai sehingga mendorong mereka untuk berprestasi lebih baik.

Menurut Rivai mengemukakan bahwa salah satu alasan pentingnya pembayaran insentif karena adanya ketidaksesuaian tingkat kompensasi yang dibayarkan kepada eksekutif dengan pekerja lain.

Adapun tujuan utama insentif adalah untuk memberikan tanggungjawab dan dorongan kepada karyawan dalam rangka meingkatkan kualitas dan kuantitas hasil kerjanya. Sedangkan bagi perusahaan, insentif merupakan strategi untuk meningkatkan produktivitas dan efesiensi perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, dimana produktivitas menjadi satu hal yang sangat penting.

Jadi dengan pemberian insentif ini akan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak, baik bagi perusahaan maupun bagi karyawan itu sendiri. Dimana dengan adanya pemberian insentif yang baik dan terarah di satu pihak akan menguntungkan organisasi karena dengan pemberian insentif ini karyawan akan lebih termotivasi untuk meningkatkan prestasi dan kinerjanya, dengan kata lain karyawan dapat digerakkan secara efektif

dan efisien. Hal ini akan memberikan kontribusi kepada organisasi berupa peningkatan produktivitas kerja sehingga tujuan dari organisasi akan dapat tercapai dengan baik.³⁴

Sedangkan di lain pihak akan menguntungkan karyawan itu sendiri, karena dengan diberikannya insentif berarti mereka memperoleh kesempatan untuk menerima penghasilan lebih besar, yang dapat digunakan untuk memenuhi dan memperbaiki kesejahteraan hidupnya. Selain itu mereka akan merasa bahwa dirinya mempunyai peranan yang sangat besar dan membuat mereka merasa dibutuhkan sehingga mampu memotivasi mereka bekerja dengan lebih baik, menjadi layak dan mempunyai komitmen tinggi terhadap perusahaan dimana mereka bekerja

4. Sistem Pemberian Insentif

Menurut Rivai mengemukakan bahwa salah satu alasan pentingnya pembayaran insentif karena adanya ketidaksesuaian tingkat kompensasi yang dibayarka kepada eksekutif dengan pekerjaan lain. Program insentif adalah salah satu cara untuk memungkinkan seluru pekerjaan merasakan bersama kemakmuran perusahaan. Selain itu, ada kesadaran yang tumbuh bahwa program pembayaran tradisional sering kali tidak bagus dalam menghubungkan pembayaran dengan kinerja. Jika organisasi mau mencapai insentif strategis mereka, maka perlu dihubungkan dengan

³⁴ Veitzal Rivai dan Ella Jauvani Sagala, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan: Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Rajawali Press, 2009),h. 39

kinerja sedemikian rupa sehingga pembayara itu mengikuti tujuan karyawan dan tujuan organisasi.³⁵

a. Bonus tahunan

Banyak perusahaan menggantikan penigkatan pendapatan karyawan berdasarkan jasa dengan pemberian bonus kinerja tahunan, setengah tahun atau triwulan. Umumnya bonus ini lebih sering dibagikan sekali dalam setahun. Bonus mempunyai beberapa kelebihan dibandingkan dengan penigkatan gaji. Pertama, bonus meningkatkan arti pembayaran karena karyawan menerima upah dalam jumlah yang besar. Kedua, bonus memaksimalkan hubungan antara bayaran dan kinerja.

b. Insentif langsung

Tidak seperti sistem bayaran berdasarkan kinerja yang lain, bonus langsung tidak didasarkan pada rumus, kriteria khusus, atau tujuan. Imbalan atas kinerja yang kadang-kadang disebut bonus kilat ini dirancang untuk mengakui kontribusi luar biasa karyawan. Seringkali penghargaan itu berupa sertifika, plakat, uang tunai, obligasi tabungan, atau karangan bunga.

c. Insentif Individu

Insentif individu diberikan untuk memberikan penghargaan pada usaha dan kinerja individu. Beberapa cara yang paling umum untuk memberikan penghasilan tidak tetap secara individual meliputi

³⁵ Susilo Martoyo. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi 4*, (yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2012), h. 153

sistem tarif satuan, komisi penjualan, dan penghargaan pengakuan khusus perjalanan atau barang, insentif individu juga mendatangkan kerugian karena karyawan bisa saja memfokuskan pada hal terbaik secara individual dan mungkin menghalangi kinerja individu lain dengan siapa pegawai tersebut berkompetesi.³⁶

d. Insentif Tim

Insentif tim berada diantara program individu dan program seluruh organisasi seperti pembagian hasil pembagian laba. Insentif tim menghubungkan tujuan individu dan tujuan kelompok.

e. Pembagian Keuntungan

Program pembagian keuntungan jterbagi dalam tiga kategori, pertama, program distribusi sekarang menyediakan presentase untuk dibagikan tiapa triwulan atau tiap tahun kepada karyawan. Kedua, program distribusi yang ditangguhkan menempatkan penghasilan dalam suatu dana tujuan untuk pensiun, pemberhentian, kematian, atau cacat. Ketiga, program gabungan yang membagikan sebagian keuntungan langsung kepada karyawan, dan menyisihkan kisahnya dalam rekening yang ditentukan.

f. Bagi Hasil

Program bagi hasil (*gainsharing*) dilandasi oleh asumsi adanya kemungkinan mengurangi biaya dengan menghilangkan bahan-bahan dan buruh yang mudadzir, dengan mengembangkan produk

³⁶ Asri Laksmi Riani. *Manajemen Sumber Daya Manusia Masa Kini*, (Yogyakarta : Graha Ilmu), h. 131

atau jasa yang baru atau yang lebih bagus, atau bekerja lebih cerdas. Biasanya program bagi hasil melibatkan seluruh karyawan dalam suatu unit atau perusahaan.

5. Syarat Pemberian Insentif

Agar insentif mencapai sasaran perlu persyaratan yang harus dinyatakan atau dikomunikasikan kepada karyawan sebelum program pemberian insentif dilakukan. Adapun syarat-syarat yang paling umum digunakan adalah:³⁷

- a. Sederhana, jelas dan mudah dimengerti.
- b. Spesifik, karyawan harus mengetahui dengan tepat apa yang diharapkan untuk bekerja agar produktivitas meningkat.
- c. Dapat dicapai, setiap karyawan mempunyai kesempatan untuk memperoleh sesuatu.
- d. Dapat diukur, sasaran yang dapat diukur merupakan dasar untuk menentukan rencana insentif.
- e. Pembayaran insentif dilakukan secepat mungkin.

6. *Marketing* mikro

a. Pengertian *marketing*

Marketing adalah serangkaian proses yang dilakukan untuk memasarkan produk atau mengenalkan produk kepada masyarakat dengan berbagai cara, agar produk tersebut menjadi banyak diminati oleh masyarakat luas. Sehingga dalam hal ini pengertian *marketing*

³⁷ Saifuddin Bachrun, *Menghitung Tunjangan Insentif Bonus dan Fasilitas*, (Jakarta : PPM), h.24

tidak hanya sebatas saat terjadi pemasaran, namun juga mengenai strategi yang digunakan, serta cara memberikan kepuasan kepada konsumen.³⁸

Marketing adalah bagian penting dari suatu perusahaan. Melalui kegiatan tersebut, barang dari produsen bisa sampai kepada konsumen. Oleh sebab itu, marketing sering disebut sebagai penghubung produsen dan konsumen. Strategi *marketing* harus jelas. Hal ini perlu dilakukan agar barang dari produsen dapat sampai kepada konsumen dalam waktu yang tepat. Strategi ini perlu dilakukan untuk menghindari terjadi kekecewaan konsumen.

Marketing merupakan salah satu peran penting dalam sebuah perusahaan, karena *marketing* berkedudukan sebagai penentu target pasar yang menjadi penghubung antara perusahaan produsen dengan masyarakat sebagai konsumen. *Marketing* juga sangat dibutuhkan untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan konsumen di pasar.

Dari pernyataan-pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi marketing adalah serangkaian proses untuk memasarkan produk, strategi yang digunakan, serta cara memberikan kepuasan kepada konsumen.

³⁸ <https://www.tommCIFLE.com/pengertian-marketing-yang-wajib-anda-ketahui/>

b. *Micro marketing*

Marketing mikro adalah yang menyatakan pemasaran sebagai usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat dengan komunikasi yang tepat.³⁹

Micro marketing atau pemasaran mikro merupakan menciptakan penawaran / layanan pada kelompok-kelompok konsumen. Seiring dengan perkembangan zaman, konsumenpun saat ini menjadi semakin kompleks dengan kebutuhan dan permintaan yang berbeda-beda satu sama lain sehingga perlu diterapkan pemasaran mikro. Manajer yang meletakkan orientasinya pada *marketing* melihat konsumen berbeda satu sama lainnya yang menyebabkan ia akan menerapkan *micro marketing* dalam pemasarannya. Kotler membagi *micro marketing* menjadi 4 tingkatan pemasaran mikro yaitu *Segmented Market*, *Niche Market*, *Local Market*, *Individual Market*. Mikro.

1. *Segmented Market* / Pemasaran Segmen

Pemasaran ini merupakan menciptakan penawaran / layanan yang sesuai dengan kebutuhan / keinginan konsumen dengan harga yang tepat bagi segmen sasaran. Pemasaran ini muncul karena konsumen tertentu merasa bahwa suatu produk belum menjawab masalah atau kebutuhan mereka dalam hal tertentu.

³⁹ Sofjan assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Grapindo Persada, 2015), h. 48

Perusahaan sering kali dapat merancang, memberi harga, melepaskan, dan menghantarkan produk atau jasa dengan lebih baik dan juga dapat menyesuaikan program dan kegiatan pemasaran untuk mengalahkan pemasaran yang dilakukan pesaing.

2. *Niche Market*

Pemasaran ini merupakan pemasaran dengan memilih satu kelompok konsumen yang bukan target terbesar namun memiliki daya beli yang besar. Pemasaran biasanya mengidentifikasi dengan membagi satu segmen menjadi subsegmen. Niche market ini menargetkan pasarnya pada satu kelompok tertentu dari pasar yang ada, jumlahnya sedikit dan eksklusif. Pelanggan mempunyai kumpulan kebutuhan yang berbeda, sehingga mereka bersedia membayar lebih kepada perusahaan yang paling memuaskan mereka dan pemasar mendapatkan keekonomisan tertentu melalui spesialisasi. Pemasaran mikro tipe ini biasanya diterapkan pada produk-produk premium..

3. *Local Market*

Pemasaran ini merupakan pemasaran yang didasarkan pada satu wilayah (disebut *area lokal*), dimana perusahaan cenderung tidak melakukan ekspansi di luar wilayah tersebut. Pemasaran ini

dilakukan pada umumnya pada produk-produk yang mengambil ciri khas daerahnya masing-masing.⁴⁰

4. *Individual Market*

bagaimana produk baik itu barang / jasa dibuat persis seperti yang diinginkan oleh seseorang dan bersifat unik. Tipe pemasaran ini biasanya bersifat pesanan konsumen kepada produsen dengan spesifikasi produk sesuai keinginan dan kebutuhan dari konsumen tersebut secara individu. *marketing* mikro Bank Syariah Mandiri adalah pembiayaan Bank kepada nasabah perorangan atau badan usaha yang bergerak dibidang UMKM untuk membiayai kebutuhan usahanya melalui pembiayaan modal kerja atau pembiayaan inventasi. Akad yang digunakan pada produk pembiayaan *marketing* mikro adalah akad murabahah, implikasi dari penggunaan akad murabahah.

Dari pernyataan-pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi *Marketing* mikro adalah memasarkan suatu barang yang sesuai dengan kebutuhan/keinginan konsumen.

7. Hal-hal yang Mempengaruhi Pemberian Insentif

Beberapa cara perhitungan atau pertimbangan dasar penyusunan insentif

antara lain sebagai berikut:⁴¹

⁴⁰ <https://www.tommcfle.com/pengertian-marketing-yang-wajib-anda-ketahui/>

⁴¹Desmala Dewi, *Pemberian Insentif Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan (Studi pada UD. Ayam Potong Amin Prayitno Desa Kungkai Baru kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma*. (Bengkulu : Skripsi, 2016), h. 31

a. Kinerja

Sistem insentif dengan cara ini langsung mengkaitkan besarnya insentif dengan kinerja yang telah ditunjukkan oleh pegawai yang bersangkutan. Berarti besarnya insentif tergantung pada banyak sedikitnya hasil yang dicapai dalam waktu kerja pegawai. Cara ini dapat diterapkan apabila hasil kerja diukur secara kuantitatif, memang dapat dikatakan bahwa dengan cara ini dapat mendorong pegawai yang kurang produktif menjadi lebih produktif dalam bekerjanya. Di samping itu juga sangat menguntungkan bagi pegawai yang dapat bekerja cepat dan berkemampuan tinggi. Sebaliknya sangat tidak favourable bagi pegawai yang bekerja lamban atau pegawai yang sudah berusia agak lanjut.

b. Lama Kerja

Besarnya insentif ditentukan atas dasar lamanya pegawai melaksanakan atau menyelesaikan suatu pekerjaan. Cara perhitungannya dapat menggunakan per jam, per hari, per minggu ataupun per bulan. Umumnya cara yang diterapkan apabila ada kesulitan dalam menerapkan cara pemberian insentif berdasarkan kinerja. Memang ada kelemahan dan kelebihan dengan cara ini, antara lain sebagai berikut:

1) Kelemahan

Terlihatnya adanya kelemahan cara ini sebagai berikut:

- a) Mengakibatkan mengendornya semangat kerja pegawai yang sesungguhnya mampu memproduksi lebih dari rata-rata.
- b) Tidak membedakan usia, pengalaman dan kemampuan pegawai.
- c) Membutuhkan pengawasan yang ketat agar pegawai sungguh-sungguh bekerja.
- d) Kurang mengakui adanya kinerja pegawai.⁴²

2) Kelebihan

Di samping kelemahan tersebut di atas, dapat dikemukakan kelebihan-kelebihan cara ini sebagai berikut:

- a) Dapat mencegah hal-hal yang tidak atau kurang diinginkan seperti pilih kasih, diskriminasi maupun kompetisi yang kurang sehat.
- b) Menjamin kepastian penerimaan insentif secara periodik.
- c) Tidak memandang rendah karyawan yang cukup lanjut usia.

3) Senioritas

Sistem insentif ini didasarkan pada masa kerja atau senioritas pegawai yang bersangkutan dalam suatu organisasi. Dasar pemikirannya adalah pegawai senior, menunjukkan adanya kesetiaan yang tinggi dari pegawai yang bersangkutan pada organisasi di mana mereka bekerja. Semakin senior

⁴² Desmala Dewi, *Pemberian Insentif Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan (Studi pada UD. Ayam Potong Amin Prayitno Desa Kungkai Baru kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma*. (Bengkulu : Skripsi, 2016), h. 33

seorang pegawai semakin tinggi loyalitasnya pada organisasi, dan semakin mantap dan tenangnya dalam organisasi. Kelemahan yang menonjol dari cara ini adalah belum tentu mereka yang senior ini memiliki kemampuan yang tinggi atau menonjol, sehingga mungkin sekali pegawai muda (junior) yang menonjol kemampuannya akan dipimpin oleh pegawai senior, tetapi tidak menonjol kemampuannya. Mereka menjadi pimpinan bukan karena kemampuannya tetapi karena masa kerjanya.⁴³

4) Kebutuhan

Cara ini menunjukkan bahwa insentif pada pegawai didasarkan pada tingkat urgensi kebutuhan hidup yang layak dari pegawai. Hal ini berarti insentif yang diberikan adalah wajar apabila dapat dipergunakan untuk memenuhi sebagian kebutuhan pokok, tidak berlebihan namun tidak berkekurangan. Hal seperti ini memungkinkan pegawai untuk dapat bertahan dalam perusahaan/instansi.

5) Keadilan dan Kelayakan

a) Keadilan

Dalam sistem insentif keadilan bukanlah harus sama rata tanpa pandang bulu, tetapi harus terkait pada adanya

⁴³ Desmala Dewi, *Pemberian Insentif Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan (Studi pada UD. Ayam Potong Amin Prayitno Desa Kungkai Baru kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma*. (Bengkulu : Skripsi, 2016), h. 35

hubungan antara pengorbanan (input) dengan (output), makin tinggi pengorbanan semakin tinggi insentif yang diharapkan, sehingga oleh karenanya yang harus dinilai adalah pengorbanannya yang diperlukan oleh suatu jabatan. Input dari suatu jabatan ditunjukkan oleh spesifikasi yang harus dipenuhi oleh orang yang memangku jabatan tersebut. Oleh karena itu semakin tinggi pula output yang diharapkan. Output ini ditunjukkan oleh insentif yang diterima para pegawai yang bersangkutan, di mana di dalamnya terkandung rasa keadilan yang sangat diperhatikan sekali oleh setiap pegawai penerima insentif tersebut.

b) Kelayakan

Di samping masalah keadilan dalam pemberian insentif tersebut perlu pula diperhatikan masalah kelayakan. Layak pengertiannya membandingkan besarnya insentif dengan perusahaan lain yang bergerak dalam bidang usaha sejenis. Apabila insentif didalam perusahaan yang bersangkutan lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan lain, maka perusahaan/instansi akan mendapat kendala yakni berupa menurunnya kinerja pegawai yang dapat diketahui dari berbagai bentuk akibat ketidakpuasan pegawai mengenai insentif tersebut.

c) Evaluasi Jabatan

Evaluasi jabatan adalah suatu usaha untuk menentukan dan membandingkan nilai suatu jabatan tertentu dengan nilai jabatan-jabatan lain dalam suatu organisasi. Ini berarti pula penentuan nilai relatif atau harga dari suatu jabatan guna menyusun ranking dalam penentuan insentif.⁴⁴

⁴⁴ Desmala Dewi, *Pemberian Insentif Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan (Studi pada UD. Ayam Potong Amin Prayitno Desa Kungkai Baru kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma.* (Bengkulu : Skripsi, 2016), h. 36

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah PT Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu

Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.⁴⁵

Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya merger dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan

⁴⁵ Alamat Penting Dot Com, *Profit BSM Kantor Cabang Bengkulu*, dikutip dari <https://alamatpenting.com/bank-syariah-mandiri-kc-bengkulu/>, pada hari rabu 25 April 2018, Pukul 19.02

Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (dual banking system).⁴⁶

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris : Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999. Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan

⁴⁶Alamat Penting Dot Com, *Profit BSM Kantor Cabang Bengkulu*, dikutip dari <https://alamatpenting.com/bank-syariah-mandiri-kc-bengkulu/>, pada hari rabu 25 April 2018, Pukul 19.02

Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

B. Profil Lembaga

PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu yang beralamat di jalan S. Parman No. 62, Padang jati Kota Bengkulu. Pertama kali Berdiri Pada tahun 2005. Bank syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu tercatat telah enam kali berganti pimpinan hingga sekarang Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu Berada di bawah pimpinan bapak Bambang. Dalam menjalankan ktivitasnya, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu terus melakukan inovasi produk dan pengembangan pelayanan prima kepada nasabah untuk meningkatkan propesionalisme perusahaan.

Adapun profil PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu adalah:⁴⁷

Nama : PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu

⁴⁷ Alamat Penting Dot Com, *Profit BSM Kantor Cabang Bengkulu*, dikutip dari <https://alamatpenting.com/bank-syariah-mandiri-kc-bengkulu/>, pada hari rabu 25 April 2018, Pukul 19.02

Alamat : Jalan S. Parman No.62, Padang Jati Kota Bengkulu
 Telepon : (0736) 342007
 Website : www.syariahmandiri.co.id
 Jenis Usaha : Perbankan Syariah

C. Visi & Misi Bank Syariah Mandiri

1. Visi Bank Syariah Mandiri

- a) Visi umum Bank Syariah Mandiri adalah: Bank Syariah Terdepan dan Modern.
- b) Untuk Nasabah
BSM merupakan Bank pilihan yang memberikan manfaat, menentramkan dan memakmurkan.
- c) Untuk Pegawai
BSM merupakan Bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir profesional.
- d) Untuk Investor
Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan value berkesinambungan.⁴⁸

2. Misi Bank Syariah Mandiri :

- a) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan diatas industri yang berkesinambung.
- b) Mengutamakan penghimpunan dana konsumen dan pembiayaan pada segmen UMKM.

⁴⁸Alamat Penting Dot Com, *Profit BSM Kantor Cabang Bengkulu*, dikutip dari <https://alamatpenting.com/bank-syariah-mandiri-kc-bengkulu/>, pada hari rabu 25 April 2018, Pukul 19.02

- c) Merekrut dan mengembangkan pegawai profes lingkungan yang sehat.⁴⁹

D. Struktur Organisasi

Sebagai lembaga keuangan perbankan yang harus tunduk dan patuh pada peraturan Bank Indonesia. PT Bank Syariah Mandiri Cabang Bengkulu menempatkan struktur organisasi sesuai petunjuk Bank Indonesia sebagai Bank Sentral. Sebagai lembaga keuangan yang berdasarkan prinsip syari'ah maka PT Bank Syariah Mandiri Cabang Bengkulu menempatkan Dewan pengawas syariah yang terdiri atas para pakar dibidang syariah muamalah di manajemen BSM. Dewan Pengawas Syari'ah BSM bertugas mengarahkan dan mengawasi apakah akad-akad yang melandasi produk-produk telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Fungsi dewan Pengawas Syari'ah untuk mengawasi kegiatan usaha bank agar sesuai dengan ketentuan syariah dan sebagai penasehat dan pemberi saran mengenai hal-hal terkait aspek syari'ah.

⁴⁹ Bank Syariah Mandiri, *Visi dan Misi BSM*, dikutip dari <https://alamatpenting.com/bank-syariah-mandiri-kc-bengkulu/>, pada hari rabu 25 April 2018, Pukul 20.00

...

E. Tujuan dan Fasilitas Perusahaan

a. Tujuan Perusahaan

Bank Syariah Mandiri didirikan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan itu yaitu:

“Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni dan idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan bank syariah mandiri dalam kiprahnya di perbankan indonesia. Bank Syariah Mandiri hadir untuk bersama membangun indonesia menuju indonesia yang lebih baik dalam menjalankan tugas dan fungsi kesehariannya Bank Syariah Mandiri melakukan sistem-sistem tentang visi dan misi, dengan tujuan untuk diketahui, dipahami, dan dihayati serta dilaksanakan oleh seluruh karyawan diseluruh ruang lingkup di Bank Syariah Mandiri.”⁵⁰

b. Fasilitas Perusahaan

Dalam rangka memberikan pelayanan yang baik dan cepat kepada nasabah, bank syariah mandiri didukung oleh fasilitas:

- 1) Fasilitas kantor yang lengkap dan letak kantor yang strategis.

⁵⁰ Alamat Penting Dot Com, *Profit BSM Kantor Cabang Bengkulu*, dikutip dari <https://alamatpenting.com/bank-syariah-mandiri-kc-bengkulu/>, pada hari rabu 25 April 2018, Pukul 19.02

- 2) Dalam operasinya memiliki standar operasional prosedur dalam setiap transaksi dan operasi.
- 3) Tenaga-tenaga profesional dan bersertifikat yang memberi prinsip-prinsip ekonomi syariah sehingga terhindar dari sistem ekonomi dan keuangan dari praktek dalam setiap transaksi.
- 4) Pelayanan dengan sistem komputer dilengkapi dengan jaringan internet.
- 5) Transaksi di Bank Syariah Mandiri dilakukan setiap jam kerja.
- 6) Jam kerja Bank Syariah Mandiri hari senin-jum'at (07.30), istirahat (12.00-13.00), masuk lagi (13.00-17.00). Praktis dalam bertransaksi.

F. Manajemen

Beberapa manajemen yang terdapat dalam bank Syariah Mandiri yaitu:

1) Rapat Umum Pemegang Saham

“kekuasaan tertinggi organisasi pada Bank Syariah Mandiri berada pada rapat umum pemegang saham yang memiliki fungsi dan wewenang, menetapkan anggaran dasar dan perubahannya, serta mengangkat dan memberhentikan pengurus syariah, dan menetapkan perubahan modal, tujuan perusahaan dan pembagian laba.”⁵¹

⁵¹Alamat Penting Dot Com, *Profit BSM Kantor Cabang Bengkulu*, dikutip dari <https://alamatpenting.com/bank-syariah-mandiri-kc-bengkulu/>, pada hari rabu 25 April 2018, Pukul 19.02

2) Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah organ perusahaan yang memiliki tanggung jawab dan wewenang melakukan pengawasan dan memberikan nasehat atas pelaksanaan tugas dan tanggung jawab direksi.

3) Dewan Direksi

“Dewan direksi mempunyai tanggung jawab dan wewenang untuk memimpin usaha dan mengelolah bank sesuai kewenangan dan tanggung jawabnya sebagai mana diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam perbankan syariah, dan tanggung jawab untuk melaksanakan pengelola bank sebagai lembaga intermediasi dengan memenuhi prinsip Syariah, serta menjabarkan kebijakan umum bank yang telah dinuat dewan komisaris dan disetujui RUPS, dan memimpin rapat. (rapat direksi, rapat komisi, rapat staf) untuk memberikan keputusan terhadap pembiayaan dan lain-lain.”

4) Dewan Pengawas Syariah

“Adapun wewenang dan tanggung jawab dewan pengawas syariah adalah memastikan dan mengawasi kesesuaian kegiatan operasional terhadap Fatwa Dewan Syariah terhadap pedoman operasional dan produk yang dikeluarkan bank berdasarkan prinsip syariah terhadap pelaksanaan operasional bank secara keseluruhan dalam laporan publikasi bank.

5) Sistem Pengendalian atau Audit Internal

Bagian ini memiliki tugas sebagai berikut:⁵²

“Audit internal mempunyai tugas dan wewenang untuk melakukan dan pengawasan atau pengontrolan agar pelaksanaan operasional BPRS dijalankan sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang telah ditetapkan, dan mengumpulkan data/informasi, pencatatan pengumpulan klasifikasi, menyimpulkan, menyusun laporan keuangan dan memastikan keseksamaan poin penghasilan dan biaya.”

6) Bagian Pemasaran

“Fungsi utama bagian pemasaran yaitu merencanakan, mengarahkan, serta mengevaluasi target dalam upaya mencapai sasaran termasuk dalam menyelesaikan pembiayaan bermasalah. Masing-masing tugas tersebut dilaksanakan oleh seksi (sub bagian atau unit kerja) yang masing-masing menjalankan fungsi dan tugasnya secara terpisah namun saling menunjang.

7) *Account Officer* atau Penyaluran Dana

“Tugas dan wewenang *Account Officer* adalah bertanggung jawab dalam upaya menyalurkan dan bank dalam bentuk pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat yang dinilai produktif, dan mencari nasabah potensial yang layak diberikan pembiayaan yang melakukan penagihan, pengawasan, serta pembinaan dan

⁵² Bank Syariah Mandiri dikutip dari <https://alamatpenting.com/bank-syariah-mandiri-kc-bengkulu/>, pada hari rabu 25 April 2018, Pukul 20.00

melakukan analisa untuk menentukan layak tidaknya pengajuan pembiayaan dari masyarakat untuk bertanggung jawab atas kelancaran pengembalian dana yang telah disalurkan, serta mencari nasabah pembiayaan potensial.”

8) *Funding Officer* atau penghimpun Dana

“Tugas dan wewenangnya adalah untuk melakukan promosi produk-produk pendanaan bank, baik dalam bentuk tabungan, deposito dan ZIS dan bertanggung jawab dalam penyediaan dana likuiditas bank serta pemenuhan kewajiban penyediaan modal disektor bank.”⁵³

9) Kepala Seksi Remedial

Adapun tugas dan tanggung jawab kepala seksi remedial yaitu menginven tarisir debitur yang berpotensi bermasalah.

10) Kolektor

“adapun tugas kolektor adalah menerima catatan tagihan debitur yang sudah jtuah tempo dari adminitrasi pembiayaan untuk segera dilakukan penagihan, dan memberikan slip setoran untuk pembiayaan debitur yang ditagih, serta memberikan informasi tunggakan kepada debitur dan melaukan penagihan dengan cara yang baik apabila debitur bisa membayar.”

⁵³Alamat Penting Dot Com, *Profit BSM Kantor Cabang Bengkulu*, dikutip dari <https://alamatpenting.com/bank-syariah-mandiri-kc-bengkulu/>, pada hari rabu 25 April 2018, Pukul 19.02

11) Adminitrasi Pembiayaan

Tugas dari Adminitrasi Pembiayaan yaitu memeriksa dan mengurus kelengkapan dokumen-dokumen yang terkait dengan pembiayaan yang akan atau telah diberikan.”⁵⁴

⁵⁴Alamat Penting Dot Com, *Profit BSM Kantor Cabang Bengkulu*, dikutip dari <https://alamatpenting.com/bank-syariah-mandiri-kc-bengkulu/>, pada hari rabu 25 April 2018, Pukul 19.02

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Faktor penyebab karyawan tidak mencapai target insentif

Hasil penelitian yang berjudul “Analisis Faktor Pemberian Insentif Pada Bank Syariah Mandiri” maka Peneliti melakukan wawancara dengan 4 orang informan karyawan bagian warung mikro khususnya di *Marketing*.

Berikut ini pencapaian insentif pada tahun 2017 *Marketing* Mikro.

Tabel 4.1
Pencapaian Insentif
Karyawan Warung Mikro Bagian *Marketing*

No	Bulan	Marketing A	Marketing B	Marketing C
1	Januari	666,434.00	0	0
2	Pebruari	0	0	0
3	Maret	1,201,208.00	0	0
4	April	2,010.017.00	0	0
5	Mei	979,956.00	0	0
6	Juni	2,206,694.00	0	0
7	Juli	2,046,260.00	1,216,151.00	1,271,332.00
8	Agustus	3,546,266.00	169,983.00	1,411,263.00
9	September	3,045,498.00	481,253.00	1,356,522.00
10	Oktober	3,720,695.00	1,239,551.00	1,525,301.00
11	November	2,245,696.00	657,248.00	1,245,219.00

12	Desember	1,252,999.00	1,103,701.00	1.125,205.00
Jumlah		23,607,036.00	4,867,887	7,934,842.00

Untuk mendapatkan insentif harus mencapai target. Jika mencapai target maka mendapat insentif dan jika tidak mencapai target insentif maka tidak mendapatkan insentif.

Menurut Koordinator *marketing* yaitu Asep Dwi Nugroho. Ada banyak faktor menyebabkan karyawan tidak mendapatkan insentif, yaitu nasabah yang mau di prospek tidak ada dan cara penyampaian terhadap nasabah atau komunikasi yang menyebabkan nasabah tidak tertarik untuk meminjam. Dan faktor kurangnya kemauan karyawan untuk prospek pada nasabah, kurangnya interaksi antar karyawan atau bisa dibilang cuek, tidak sering mengikuti rapat thalk show, Dan juga faktor persaingan dengan bank lain. Sedangkan untuk mendapatkan insentif harus menyiapkan rencana pada nasabah yang ingin diprospek.⁵⁵

Karyawan *marketing* mikro A, mendapatkan insentif naik turun dari bulan januari sampai bulan desember. Insentif yang paling besar di capai oleh *marketing* Mikro A pada Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu pada bulan Agustus, sedangkan tidak mencapai target insentif pada bulan Februari.

Berikut ini peneliti mengemukakan hasil penelitian faktor karyawan tidak mencapai target insentif di Bank Syariah Mandiri. Menurut Karyawan *Marketing* mikro A, setiap bulan dalam 1 tahun ada yang tidak saya capai,

⁵⁵ Koordinator Marketing, Wawancara, tanggal 15 Agustus 2018

karena tergantung dengan kondisi lapangan. Dan faktor kurangnya pemohon pinjaman atau kurangnya minat nasabah. Jika kurangnya minat nasabah untuk meminjam besar kemungkinan sulit untuk mencapai target insentif. Dan lagi karena faktor lapangan yang bersaing dengan Bank lain yang penawaran atau strategi pemasarannya lebih mudah dipandangan nasabah. Jadi, kami memang mencari yang murni mau minjam ke Bank Syariah Mandiri. Dan lagi karena faktor lamanya kerja. Karyawan *marketing* mikro A, baru 2 tahun kerja di perusahaan ini atau Bank Syariah Mandiri bisa dibilang belum terlalu senior masih perlu lebih banyak belajar untuk membaca situasi atau menyiapkan strategi yang bagus agar setiap bulannya mendapat insentif yang besar dan agar nasabah tertarik ke syariah terutama ke Bank Syariah Mandiri.

Karyawan *Marketing* Mikro B pada Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu di bulan april-juni tidak mendapat insentif. paling besar insentif yang di dapat oleh karyawan *marketing* mikro B pada bulan Oktober, sedangkan yang paling kecil pada bulan September, dan yang tidak sama sekali tidak mendapat insentif dari bulan januari-juni.

Menurut karyawan *marketing* mikro B, setiap bulannya belum tentu mendapat insentif. Karena, ada beberapa faktor. Yaitu faktor persaingan Bank Syariah Maupun Bank konvensional. Dan faktor minat nasabah , kurangnya minat nasabah yang menyebabkan terhambat untuk mencapai target insentif. Untuk mendapatkan insentif juga tergantung dengan bagaimana pemasaran dilapangan dan strategi agar nasabah tertarik

meminjam diperusahaan atau di Bank Syariah Mandiri. Beberapa strategi agar nasabah tertarik meminjam di perusahaan seperti, cara penyampaian atau cara berkomunikasi yang baik. Sering-sering dilapangan disamping itu hasur tau mana nasabah yang benar-benar murni atau berniat meminjam di Bank syariah Mandiri.

Karyawan *marketing* mikro C pada bulan januari- juni tidak mendapat insentif. insentif yang paling besar yang dia dapat pada bulan Oktober, sedangkan yang paling kecil pada bulan Desember, dan yang tidak sama sekali tidak mendapat insentif pada bulan januari-juni.

Menurut karyawan *marketing* mikro C, dalam 1 tahun ada yang tidak mencapai insentif dalam perbulannya. Karena ada beberapa faktor yaitu nasabah yang mau di prospek tidak ada dan cara penyampaian terhadap nasabah atau komunikasi yang menyebabkan nasabah tidak tertarik untuk meminjam. Dan juga faktor persaingan dengan bank lain. Sedangkan untuk mendapatkan insentif harus menyiapkan rencana pada nasabah yang ingin diprospek , dan nasabah yang ingin di prospek sudah di siapkan pada bulan sebelumnya agar tidak gelabakan. Jadi kalo sudah ada nasabah yang ingindi prospek tinggal didatangi saja.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut diatas, dapat dipahami bahwa faktor-faktor yang menyebabkan karyawan tidak mencapai target insentif, adalah :

- a. Kurangnya minat nasabah, karena yang mengajukan pembiayaan sedikit dan itu bisa menghambat karyawan mencapai target insentif

- b. Kondisi lapangan, banyaknya persaingan antar Bank dan sistem marketing setiap bank berbeda-beda terutama antara bank syariah dan bank konvensional. Karena itulah nasabah banyak beranggapan berbeda-beda.
- c. Kurang menguasai strategi *marketing*, karena jika karyawan kurang bisa berkomunikasi yang baik atau cara penyampaian atau cara menarik hati nasabah tidak bisa akan menimbulkan kesalahpahaman antara nasabah dengan yang dimaksudkan karyawan.

B. Pembahasan

Berdasarkan observasi dan wawancara yang melatarbelakangi adanya insentif yaitu untuk memberi motivasi atau untuk meningkatkan produksi dengan cara mendorong karyawan bekerja dengan semangat yang lebih tinggi sehingga bisa menghasilkan produk dalam kuantitas dan kualitas yang lebih baik. Pedoman/panduan/standar/aturan digunakan dalam pemberian insentif pada Bank Syariah Mandiri berdasarkan MP (Manual Produk) atau perusahaan pusat. Jumlah rupiah yang diterima oleh karyawan tergantung dengan pencapaian target.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa faktor pemberian insentif di *Marketing* mikro di Bank Mandiri Syariah adalah:

1. Untuk memberi motivasi, agar karyawan semangat dalam bekerja dan mencapai suatu target yang ingin dicapai.

2. Meningkatkan loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Dengan adanya insentif karyawan lebih rajin untuk memenuhi absensi atau aturan perusahaan. Karyawan lebih hati-hati dalam mengerjakan tugas-tugasnya, namun sekaligus berani untuk mengembangkan berbagai inovasi demi kepentingan perusahaan.
3. Untuk meningkatkan taraf hidup karyawan. Dengan adanya insentif bisa menambah jumlah penghasilan karyawan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dengan lebih baik.

Hal ini sesuai dengan pendapat yang ditulis oleh Jhon Robin Rongalaha yaitu dengan diberikan insentif akan ada usaha pegawai untuk meningkatkan kinerja. Karyawan akan memanfaatkan waktu kerja dengan sebaik-baiknya, bertanggung jawab terhadap tugas dan pekerjaan yang mereka kerjakan, berusaha untuk meningkatkan mutu pekerjaan mereka untuk memberikan hasil kerja yang baik untuk pencapaian.

Hal ini juga sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh siagian yaitu:

- a. Para karyawan terdorong bekerja produktif karena apabila kinerja mereka menguntungkan perusahaan, maka mereka akan memperoleh penghasilan tambahan.
- b. Secara psikologis timbul rasa sepenanggungan dan sepeasaan dengan pihak manajemen karena para karyawan diikut sertakan

secara langsung dalam meningkatkan keberhasilan perusahaan dalam meraih keuntungan.

Dan sejalan juga dengan pendapat Davis dan Newstrom yaitu:

- a. Insentif dapat meningkatkan keyakinan pegawai bahwa prestasi yang tinggi akan menghasilkan imbalan.
- b. Insentif dipandang sebagai hal yang objektif dibandingkan dengan penghargaan prestasi yang dilakukan karyawan secara subjektif, pendekatan objektif, insentif tampaknya menguntungkan.
- c. Ditinjau dari teori keadilan, insentif tampaknya menguntungkan mereka yang berprestasi lebih baik akan memperoleh imbal yang lebih besar pula.

Ada beberapa faktor penyebab karyawan tidak mencapai target insentif yaitu:

- d. Kurangnya minat nasabah, karena yang mengajukan pembiayaan sedikit dan itu bisa menghambat karyawan mencapai target insentif
- e. Kondisi lapangan, banyaknya persaingan antar Bank dan sistem marketing setiap bank berbeda-beda terutama antara bank syariah dan bank konvensional. Karena itulah nasabah banyak beranggapan berbeda-beda.
- f. Kurang menguasai strategi *marketing*, karena jika karyawan kurang bisa berkomunikasi yang baik atau cara penyampaian atau cara menarik hati nasabah tidak bisa akan menimbulkan kesalahpahaman antara nasabah dengan yang dimaksudkan karyawan.

Hal ini sesuai dengan teori yang ditulis oleh KOMPAS article penyebab kegagalan mencapai target yaitu:

1. Pesimis, orang yang pesimis selalu menjalankan segala hal dengan penuh kebimbangan, keraguan, dan tidak yakin pada kemampuan yang dimilikinya. Hal ini tentu memberikan dampak negative bagi kepercayaan diri seorang marketing, sehingga mereka memiliki mental lemah, tidak yakin dengan mendapatkan target yang tinggi dan tidak yakin dengan keberhasilan yang ingin mereka raih. Hingga mereka putus asa ketika tidak ada customer yang membeli produk atau jasa yang ditawarkan.
2. *I know That*, kodrat manusia yang sering merasa dirinya paling tau, ternyata penyebab kegagalan seorang dalam mencapai target. karakter yang seperti ini biasanya sulit menerima masukan dari orang lain dan tidak mau belajar untuk meningkatkan wawasan maupun skill mereka dalam meng-closing pelanggan untuk mencapai target.
3. *I dont care*, sifat tidak peduli terhadap pelanggan juga merupakan salah satu faktor harus dihindari oleh seorang sales. Karena seorang sales harus menawarkan produk dan jasa mereka kepada orang yang sedang membutuhkannya. Oleh sebab itu pelanggan akan menganggap produk atau jasa yang ditawarkan tersebut sebagai solusi terhadap masalah yang sedang mereka hadapi.
4. *Les just see*, Sebagai sales cenderung pasrah dan kurang optimal dalam mencapai target yang telah tentukan sejak awal. mereka hanya

membuat perencanaan target penjualan saja namun tidak disertakan dengan prosesnya juga. Banyak diantaranya hanya mementingkan hasil dari sebuah penjualan namun tidak memperhatikan bagaimana proses saat penawaran produk mereka terhadap pelanggan yang nantinya berujung pada hasil closing

Dengan menghindari 4 penyebab yang dapat menggagalkan pencapaian target penjualan, diharapkan para sales bisa menjadi lebih optimal dan termotivasi lagi untuk terus berusaha mencapai target yang telah ditetapkan. Mulai dari sekarang, lakukan perbaikan diri dan ubah kebiasaan yang ada pada diri anda dari keempat penyebab kegagalan di atas untuk mencapai target penjualan yang maksimal.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

1. Faktor penyebab karyawan tidak mencapai target insentif *marketing* mikro di Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu adalah
 - a. Kurangnya minat nasabah, karena yang mengajukan pembiayaan sedikit dan itu bisa menghambat karyawan mencapai target insentif.
 - b. Kondisi lapangan, banyaknya persaingan antar Bank dan sistem marketing setiap bank berbeda-beda terutama antara bank syariah dan bank konvensional. Karena itulah nasabah banyak beranggapan berbeda-beda.
 - c. Kurang menguasai strategi *marketing*, karena jika karyawan kurang bisa berkomunikasi yang baik atau cara penyampaian atau cara menarik hati nasabah tidak bisa akan menimbulkan kesalahpahaman antara nasabah dengan yang dimaksudkan karyawan.

B. SARAN

1. Penulis mengharapkan karyawan khususnya bagian marketing Bank Syariah Mandiri lebih menguasai strategi marketing di lapangan agar bisa bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang lain atau lembaga keuangan

yang lain. Seperti mencari strategi yang lebih optimal agar nasabah tertarik mengajukan pembiayaan di perusahaan atau Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu. Karyawan tidak memiliki sifat cuek atau jangan gengsi untuk saling sharing antar sesama karyawan agar tujuan perusahaan terwujud. karyawan lebih giat dalam mengikuti acara diperusahaan. Karyawan lebih Percaya diri akan kemampuan yang dimiliki atau tidak ada keraguan dan kebimbangan dalam menjelaskan produk perbankan kepada masyarakat yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin Djohar dan Abdul Aziz. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta : Deepublish. 2013
- Sofjan assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Grapindo Persada, 2015
- Bachrun Saifuddin. *Menghitung Tunjangan Insentif Bonus dan Fasilitas*. Jakarta : PPM. 2011
- Dewi Desimala. *Pemberian Insentif Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan*. Bengkulu : Skripsi. 2016
- Djula Badriah. *Pengaruh Pemberian Insentif Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada Plaza Amanda Jaya*. 2009
- Fahmi Abu,dkk, *HRD Syariah Teori dan Implementasi*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014
- Fauzia Ika Yunia dkk, *Prinsip dasar Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014
- Hadi Sutopo Aries dan Adrianus Arief. *Terampil Mengolah Data Kualitatif Dengan Nuivo*. Jakarta : Kencana. 2010
- Ibrahim Ahmad Abu Sinn, *Manajemen Syariah*, Jakarta:PT Raja Grapindo Persada, 2012
- Hapinudin Didin, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014
- Irham Fahmi. *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung : Alfabeta. 2014
- Jusmaliani, *Pengelolaan Sumber Daya Insani*, Jakarta: PT Bumi Aksara,2011
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta : Raja Grafindo, 2014
- Kadarisman M.. *Manajemen Kompensasi*. Jakarta : PT Raja Grapindo Persada. 2012
- Laksmi Riani Asri. *Manajemen sumber daya manusia masa kini* .Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013

- Martoyo Susilo. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi 4*, (yogyakarta: BPFY Yogyakarta,2012
- Mazia. *Pengaruh Pemberian Insentif Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. BNI Syariah Makassar*. Skripsi UIN Makasar. 2016
- Machmud Amir, *Bank Syariah*, Jakarta: Erlangga,2010
- Priyanto Aputu. *Sistem Kompensasi Pada PT. Patria Anugrah Sentosa Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam*. Skripsi 2016
- Remi Sjahdeni Sutan. *Perbankan Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Indonesia*. Jakarta : Grafiti. 2010
- Rivai Veitzal dan Ella jauvani sagala, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan: Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Rajawali Press, 2009)
- Satrohadiwiyo, B. Siswanto. *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia Pendekatan Administrative Dan Operasional*. Jakarta : Bumi Aksara. 2005
- S.P. Hasibuan Malayu, *manajemen sumber daya manusia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta. 2011
- Umam Khotibul, *Perbankan Syariah*, Jakarta: PT Grapindo Persada,2016
- Wangswidjaja. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama. 2012
- Wiryan Zahrida dan Hengki Indris Issaakh. *Pengantar Manajemen*. In Media 2014
- Yusuf Burhaudin, *Manajemen Sumber Daya Manusia di Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung: Rajawali, 2015
- <http://makalahdanskripsi.blogspot.co.id/2008/07/pengaruh-pemberian-insentif-terhadap.html>.
- <https://www.tommCIFLE.com/pengertian-marketing-yang-wajib-anda-ketahui/>
- <http://eprints.walisongo.ac.id/7277/2/BAB%20I.pdf> pukul 2015
- Alamat Penting Dot Com, *Profit BSM Kantor Cabang Bengkulu*, dikutip dari <https://alamatpenting.com/bank-syariah-mandiri-kc-bengkulu/>