

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Nama : PT. Bank Himpunan Saudara 1906, Tbk.



Gambar 1.1

Logo PT. Bank Himpunan Saudara 1906, Tbk.

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

Visi : Pelopor institusi keuangan yang menjadi bank berkinerja baik dan sehat.

Misi : Memenuhi harapan *stakeholder* dalam usaha perbankan melalui lima pilar :

- 1) Menjaga kepercayaan masyarakat
- 2) Memberikan pelayanan secara personal
- 3) Peningkatan kualitas manajemen dan operasional perbankan
- 4) Melestarikan usaha perbankan dengan nilai-nilai tata kelola perusahaan (*good corporate governance*) yang baik

- 5) Pelopor jasa keuangan yang berkembang inovatif
- Pendirian : Pada tahun 1906 dengan nama *Vereeniging* Himpoenan Soedara oleh para saudagar batik dan kulit di Bandung dan sekitarnya.
- Bidang Usaha : Bank Umum
- Kepemilikan : Arifin Panigoro 52.92 %, Masyarakat Umum 36.05 %, PT. Medco Intidynamika 11.03 %
(*Sumber: Annual Report Bank Saudara 2011*).

1.1.2 Produk Bank Saudara

Untuk menunjang kegiatan usahanya dalam bidang perbankan umum, Bank Saudara memiliki rangkaian produk yang memiliki daya saing tinggi di dalam industri perbankan. Produk-produk memiliki rentang segmen pasar yang luas dan mampu merangkul seluruh segmen nasabah di Indonesia. Berikut ini merupakan sejumlah produk Bank Saudara:

- a. Produk Pendanaan
- 1) Tabungan Harian
 - 2) Tabungan Saudara
 - 3) Tabungan Berjangka Saudara (TASKA)
 - 4) Tabungan Pensiunan Saudara (TAPENSA)
 - 5) Deposito
 - 6) Giro
- b. Produk Perkreditan
- 1) Kredit Usaha Mikro Kecil dan Menengah
 - 2) Kredit Konsumer :

- i. Kredit Pegawai (KUPEG)
 - ii. Kredit Pekerja (Kuja)
 - iii. Kredit Pemilikan Rumah (KPR)
 - iv. Kredit Pemilikan Mobil/Motor (KPM)
 - v. Kredit Pensiun (KUPEN)
 - vi. Kredit Konsumtif Umum
 - vii. Kredit Tunjangan Hari Tua (THT)
- 3) Kredit *Wholesale Banking*
- c. Jasa Keuangan dan Layanan Perbankan Lainnya
- 1) Jasa Pengiriman Uang
 - 2) Layanan Valuta Asing
 - 3) Layanan Ekspor dan Impor
 - 4) Produk *Bancassurance*
 - 5) *Safe Deposit Box*
 - 6) *Personal Banking*
 - 7) Jasa Bank Kustodian

1.2 Latar Belakang Penelitian

Sumber daya manusia (SDM) merupakan sumber daya yang paling penting, karena tanpa adanya sumber daya manusia, maka sumber daya yang lain menjadi sia-sia. Peranan sumber daya manusia di organisasi sangat dominan. Seperti yang diungkapkan oleh Hasibuan (2008:10) “pentingnya sumber daya manusia dalam sebuah organisasi karena sumber daya manusia sebagai perencana, pelaksana, pengendali dan berperan aktif dalam sebuah perusahaan”. Dengan alasan tersebut, maka Bank Saudara pun berusaha meningkatkan pengelolaan sumber daya manusianya dengan program-program pengembangan guna

meningkatkan kompetensi karyawan. Program pengembangan ini dilakukan dengan mengikutsertakan karyawan pada berbagai macam *workshop*, pelatihan, kursus, dan seminar, atau bentuk-bentuk pelatihan lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Bapak Akhmad Syailendra selaku Kepala Departemen Pengembangan SDM Bank Saudara menyatakan bahwa kondisi pelatihan di Bank saudara saat ini cukup baik namun masih terdapat beberapa kendala yaitu: sulitnya menemukan pelatih yang berkualifikasi baik, banyaknya permintaan pelatihan penting secara mendadak hal tersebut menyebabkan tidak terlaksananya pelatihan yang telah direncanakan. Jumlah pelatihan yang dilaksanakan Bank Saudara pada tahun 2010 dan 2011 terlihat pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1

Jumlah Pelatihan di Bank Saudara Pada Tahun 2010 & 2011

Tahun	Jumlah Pelatihan
2010	141
2011	155

Sumber: Unit DikLat Bank Saudara

Dari tabel diatas terlihat bahwa terjadi kenaikan jumlah pelatihan di Bank Saudara pada tahun 2011 dibandingkan dengan tahun 2010. Dari keseluruhan pelatihan yang dilaksanakan Bank Saudara, pelatihan untuk *staff marketing* yang paling banyak dilaksanakan. Karena *staff marketing* merupakan ujung tombak dari tercapainya target penjualan produk jasa di Bank Saudara. *Staff marketing* di Bank Saudara terbagi menjadi dua,

yaitu : *staff marketing funding* dan *staff marketing credit*. Pada *staff marketing funding*, peningkatan kuantitas pelatihan diikuti dengan peningkatan persentase pencapaian target. Namun pada *staff marketing credit* peningkatan kuantitas pelatihan tidak diikuti dengan peningkatan persentase pencapaian target. Tabel 1.2 berikut ini menunjukkan jumlah pelatihan *staff marketing credit* Bank Saudara:

Tabel 1.2
Jumlah Pelatihan *Staff Marketing credit* Bank Saudara
Tahun 2010 & 2011.

Tahun	Jumlah Pelatihan
2010	22
2011	28

Sumber: Unit DikLat Bank Saudara

Bank Saudara memiliki sejumlah produk perkreditan. Namun meningkatnya jumlah pelatihan pada tahun 2011 diikuti dengan menurunnya persentase pencapaian target kredit Bank Saudara. Tabel 1.3 berikut ini merupakan persentase pencapaian target kredit di Bank Saudara tahun 2010 dan 2011:

Tabel 1.3
Persentase Pencapaian Target Kredit Bank Saudara

Tahun	Persentase Pencapaian Target Kredit
2010	103,76%
2011	89,85%

Sumber: Unit *Performance Management*

Pada tabel 1.3 diatas terlihat dimana pada tahun 2010 persentase pencapaian melebihi target, sedangkan pada tahun 2011 persentase pencapaian dibawah 100% yang artinya target kredit tidak tercapai. Pencapaian target tersebut tidak terlepas dari hasil kinerja dari *staff marketing credit*.

Berdasarkan data-data diatas terdapat kenaikan jumlah pelatihan dan penurunan persentase pencapaian target kredit Bank Saudara. Hal tersebut bertentangan dengan teori menurut Ivancevich (dalam Sutrisno 2009:72) pelatihan didefinisikan sebagai usaha untuk meningkatkan kinerja karyawan dalam pekerjaannya sekarang atau dalam pekerjaan lain yang akan dijabatnya segera. Oleh karena itu, penulis tertarik meneliti seberapa jauh pengaruh pelatihan terhadap kinerja *staff marketing credit* Bank Saudara. Dengan ini penulis mengajukan topik bahasan dengan judul ***“Pengaruh Program Pelatihan Terhadap Kinerja Staff Marketing Credit di Bank Saudara”***.

1.3 Perumusan Masalah

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

1. Bagaimana pelaksanaan pelatihan pada *staff marketing credit* di Bank Saudara?
2. Bagaimana kinerja *staff marketing credit* di Bank Saudara?
3. Bagaimana pengaruh pelatihan terhadap kinerja *staff marketing credit* di Bank Saudara?

1.4 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui pelaksanaan pelatihan *staff marketing credit* di Bank Saudara.
2. Untuk mengetahui kinerja *staff marketing credit* di Bank Saudara.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pelatihan terhadap kinerja *staff marketing credit* di Bank Saudara.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu:

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu wujud kontribusi akademik dalam mengembangkan konsep Manajemen Sumber Daya Manusia serta menambah penelitian di bidang tersebut sebagai referensi penelitian selanjutnya.

b. Kegunaan Praktis

Dapat digunakan sebagai literatur maupun bahan rujukan atau masukan bagi Bank Saudara mengenai pelatihan serta peningkatan kinerja pegawai.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

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

Bab I berisi tentang pendahuluan, yang di dalamnya terdapat penjabaran tentang profil objek penelitian, termasuk logo organisasi, visi, misi, serta bidang usaha dalam organisasi. Kemudian dilanjutkan dengan latar belakang penelitian yang membuat penulis mengangkat masalah dalam penelitian ini. Setelah itu, terdapat rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan dan tujuan penelitian yang merupakan bentuk kalimat pernyataan dari pertanyaan dalam rumusan masalah. Dilanjutkan dengan kegunaan penelitian serta sistematika penelitian.

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

Bab III berisi tentang metode penelitian yang memiliki sub bab jenis penelitian, variabel operasional penelitian, tahapan penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik sampling yang digunakan dalam penelitian, data dan teknik pengumpulan data penelitian, uji validitas dan reliabilitas, analisis data yang digunakan dalam penelitian, dan pengujian hipotesis.

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

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