

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Objek penelitian

1.1.1 Sejarah PT. Bank Negara Indonesia

Berdiri sejak 1946, BNI yang dahulu dikenal sebagai Bank Negara Indonesia, merupakan bank pertama yang didirikan dan dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. Bank Negara Indonesia mulai mengedarkan alat pembayaran resmi pertama yang dikeluarkan Pemerintah Indonesia, yakni ORI atau Oeang Republik Indonesia, pada malam menjelang tanggal 30 Oktober 1946, hanya beberapa bulan sejak pembentukannya. Hingga kini, tanggal tersebut diperingati sebagai Hari Keuangan Nasional, sementara hari pendiriannya yang jatuh pada tanggal 5 Juli ditetapkan sebagai Hari Bank Nasional. Menyusul penunjukan *De Javasche Bank* yang merupakan warisan dari Pemerintah Belanda sebagai Bank Sentral pada tahun 1949, Pemerintah membatasi peranan Bank Negara Indonesia sebagai bank sirkulasi atau bank sentral.

Bank Negara Indonesia lalu ditetapkan sebagai bank pembangunan, dan kemudian diberikan hak untuk bertindak sebagai bank devisa, dengan akses langsung untuk transaksi luar negeri. Sehubungan dengan penambahan modal pada tahun 1955, status Bank Negara Indonesia diubah menjadi bank komersial milik pemerintah. Perubahan ini melandasi pelayanan yang lebih baik dan tuas bagi sektor usaha nasional. Sejalan dengan keputusan penggunaan

tahun pendirian sebagai bagian dari identitas perusahaan, nama Bank Negara Indonesia 1946 resmi digunakan mulai akhir tahun 1968.

Perubahan ini menjadikan Bank Negara Indonesia lebih dikenal sebagai 'BNI 46'. Penggunaan nama panggilan yang lebih mudah diingat - 'Bank BNI' - ditetapkan bersamaan dengan perubahan identitas perusahaan tahun 1988. Tahun 1992, status hukum dan nama BNI berubah menjadi PT Bank Negara Indonesia (Persero), sementara keputusan untuk menjadi perusahaan publik diwujudkan melalui penawaran saham perdana di pasar modal pada tahun 1996. Kemampuan BNI untuk beradaptasi terhadap perubahan dan kemajuan lingkungan, sosial-budaya serta teknologi dicerminkan melalui penyempurnaan identitas perusahaan yang berkelanjutan dari masa ke masa. Hal ini juga menegaskan dedikasi dan komitmen BNI terhadap perbaikan kualitas kinerja secara terus-menerus.

Pada tahun 2004, identitas perusahaan yang diperbaharui mulai digunakan untuk menggambarkan prospek masa depan yang lebih baik, setelah keberhasilan mengarungi masa-masa yang sulit. Sebutan 'Bank BNI' dipersingkat menjadi 'BNI', sedangkan tahun pendirian - '46' - digunakan dalam logo perusahaan untuk meneguhkan kebanggaan sebagai bank nasional pertama yang lahir pada era Negara Kesatuan Republik Indonesia. Berangkat dari semangat perjuangan yang berakar pada sejarahnya. (*Sumber: BNI.co.id*)

1.1.2 Visi dan Misi perusahaan

Visi BNI

Menjadi bank yang unggul, terkemuka dan terdepan dalam layanan dan kinerja

Misi BNI

- a) Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada seluruh nasabah, dan selaku mitra pilihan utama (the bank choice)
- b) Meningkatkan nilai investasi yang unggul bagi investor.
- c) Menciptakan kondisi terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi.
- d) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.
- e) Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola perusahaan yang baik. *(Sumber: BNI.co.id)*

1.1.3 Logo Perusahaan

Gambar 1.1

Logo Bank Negara Indonesia Tbk.

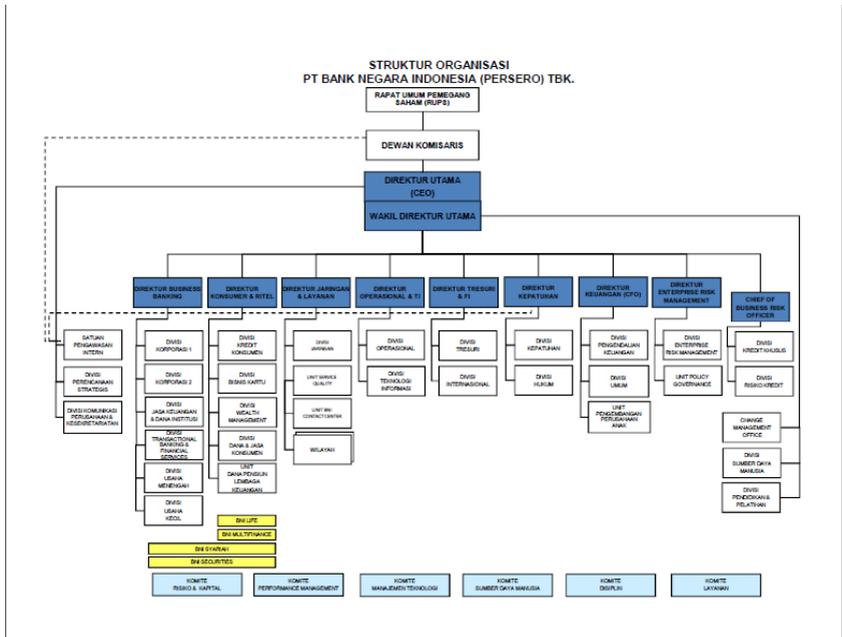


(sumber : www.BNI.co.id)

1.1.4 Struktur organisasi (PT.Bank Negara Indonesia Tbk)

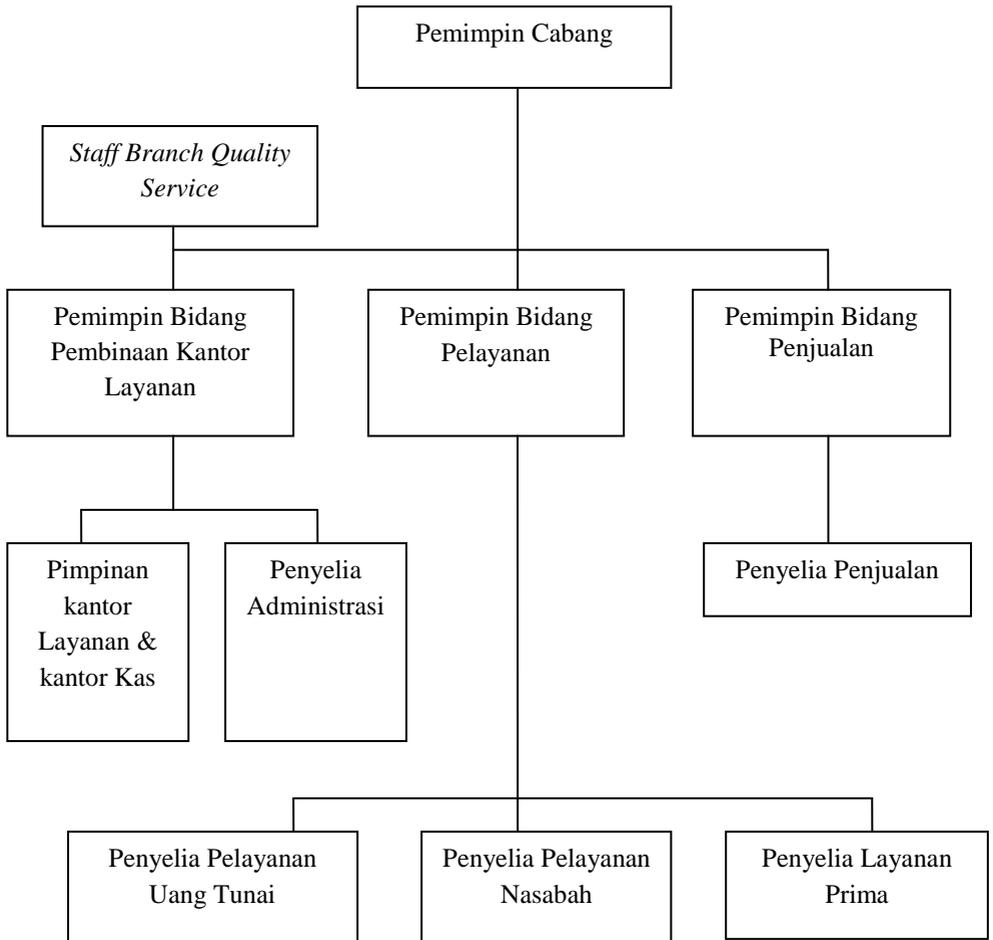
Gambar 1.2

Struktur Organisasi PT. Bank Negara Indonesia Tbk



(Sumber: Data internal PT.BNI KCU Perintis Kemerdekaan)

Gambar 1.3 Struktur Organisasi PT. Bank Negara Indonesia Tbk Kantor cabang JPK



(Sumber: Data internal PT.BNI KCU Perintis Kemerdekaan)

Pada bagian penjualan terdapat dua posisi yang masing-masing memiliki tugas yang saling berkesinambungan. *Sales Hunter* dan *Sales Farmer*. *Sales Hunter* adalah pegawai pada bagian penjualan PT. Bank Negara Indonesia Tbk., *job description* dari seorang *Sales Hunter* adalah melakukan akuisisi jika ada calon nasabah yang akan memakai salah satu Produk Bank Negara Indonesia Tbk kemudian tugas nya akan di lanjutkan oleh *sales farmer*, mereka *sales hunter* juga diberi target dalam periode waktu tertentu yang berpengaruh dalam prestasi kerja mereka.

Sales Farmer mereka adalah pegawai pada bagian penjualan PT. Bank Negara Indonesia Tbk. *Job description* yang di lakukan oleh *Sales farmerr* adalah mengelola nasabah PT. Bank Negara Indonesia Tbk dan menjaga hubungan antara BNI dengan nasabah tetap kuat agar nasabah terus memakai produk BNI. Kemudian *Sales Farmer* juga menangani nasabah Istitusi atau sebuah Perusahaan jika perusahaan tersebut ingin memakai salah satu Produk PT. Bank Negara Indonesia Tbk dengan cara memamerkan produknya ke Perusahaan tersebut.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Bisnis (Perusahaan) merupakan organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud mendapatkan laba. prospek mendapatkan laba merupakan pendorong orang-orang untuk memulai dan mengembangkan bisnis. (Griffin & Ebert, 2006:4). Adapun jenis-jenis perusahaan dilihat dari pengelolaannya yaitu perusahaan industri, perniagaan, pertanian, pertanahan dan jasa. Dari semua jenis-jenis perusahaan, perusahaan yang dijadikan objek pada penelitian ini termasuk dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa, Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa merupakan jenis usaha yang memberikan pelayanan dan tidak menjual produk dalam bentuk wujud barang. Bidang atau jenis yang bergerak di perusahaan jasa seperti perusahaan jasa transportasi, perusahaan jasa restoran, perusahaan jasa perbankan dan lainnya, Produk yang dihasilkan pada oleh perusahaan semacam ini bersifat *Tangible* atau tidak terlihat.

Pengertian Perusahaan Perbankan menurut (Kasmir, 2012;12) “Lembaga Keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan meyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya”. Dalam perusahaan perbankan ada beberapa jenis perbankan yang dilihat dari kepemilikannya, diantaranya perusahaan perbankan milik pemerintah, perusahaan milik pemerintah daerah, perusahaan milik swasta nasional dan terakhir perusahaan milik swasta asing. Bank Negara Indonesia termasuk dalam Bank milik pemerintah artinya baik akta

pendirian maupun modal dimiliki oleh pemerintah, sehingga seluruh keuntungan Bank ini juga dimiliki oleh pemerintah.

Semakin ketatnya tingkat persaingan bisnis di dunia perbankan mengakibatkan perusahaan dihadapkan pada beberapa tantangan untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Oleh karena itu jika perusahaan ingin mempertahankan laba dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan maka keberhasilan mempertahankan keduanya, salah satunya sangat dipengaruhi oleh hasil kerja yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melakukan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Sesuai dengan yang diungkapkan Nawawi (dalam Suryono, 2008:23) Sumber Daya Manusia adalah manusia yang bekerja di lingkungan suatu organisasi, potensi manusiawi sebagai penggerak dalam mewujudkan eksistensinya, dan potensi yang merupakan asset dan berfungsi sebagai modal di dalam organisasi bisnis yang dapat di wujudkan menjadi potensi nyata, secara fisik dan non fisik dalam mewujudkan eksistensi organisasi. Contoh permasalahan Sumber Daya Manusia di perusahaan, salah satunya di perusahaan perbankan yaitu "Republika.co.id, Nusa Dua, Bali"--Perhimpunan Bank-bank Umum Nasional (Perbanas) mengungkapkan bahwa saat ini Indonesia masih kekurangan sumber daya manusia (SDM) bidang perbankan. "Tidak hanya SDM perbankan syariah tetapi juga perbankan konvensional," kata Ketua Umum Perbanas, Sigit Pramono di sela Konferensi Perbankan ASEAN di Nusa Dua Bali, Kamis (11/11). Ia menyebutkan, karena kurangnya SDM perbankan maka tidak jarang

terjadi "bedol desa" karyawan bank dari satu bank ke bank lain.”
sumber : <http://www.republika.co.id> (12 november 2012, 21.00)

Perusahaan perbankan merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki nilai penting dalam roda perekonomian suatu negara. Lembaga tersebut merupakan jembatan penghubung antara pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan serta memerlukan dana. Oleh karena itu, lembaga perbankan akan bergerak memberikan pelayanan terbaik kepada para nasabah (Rospiana, 2012:1). Demi mewujudkan pelayanan yang baik di butuhkan sumber daya manusia yang baik. Sumber Daya Manusia yang baik membantu terwujudnya tujuan perusahaan, disinilah kita membutuhkan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM). MSDM adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien, membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan & masyarakat (Hasibuan, 2005:10). Dalam hal ini komunikasi yang efektif memegang peranan yang sangat penting di dalam menentukan sampai berapa jauh orang-orang dapat bekerja sama secara efektif.

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain. Komunikasi adalah bagian dari kehidupan, Setiap makhluk hidup pasti berkomunikasi dengan cara mereka masing-masing, apalagi manusia yang merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri. Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah Komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap peserta menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara

verbal maupun nonverbal. (Mulyana, 2011:81). Pada penelitian ini komunikasidikaitkan dengan kepuasan kerja.Kepuasan kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya.Sikap ini dicerminkan oleh moral kerja, kedisiplinan, dan prestasi kerja. (Hasibuan, 2009:202).

“Interaksi yang terjadi sesama pekerja akan menciptakan suasana tertentu yang berpengaruh pula pada kepuasan kerja”. (Suwatno, 2011;267) Oleh karena itu Komunikasi yang lancar antarkaryawan dengan pihak manajemen banyak dipakai alasan untuk menyukai jabatan-jabatannya.Dikuatkan dengan penjelasan yaitu (Sutrisno, 2009:363) Dalam hal ini adanya kesediaan pihak atasan untuk mendengar, memahami dan mengakui pendapat ataupun prestasi karyawannya sangat berperan dalam menimbulkan rasa puas terhadap kerja.

Wether dan davis (2003:541-549) menghubungkan moral kerja dengan *quality of work life effort*, menurutnya “Moral kerja bermanfaat dan dapat dipergunakan untuk berbagai kepentingan yang erat kaitannya dengan usaha membina relasi antar karyawan, komunikasi formal dan informal, pembentukan disiplin serta konseling”. Lebih lanjut Wether dan davis(2003:541-549) mengatakan “salah satu upaya yang dapat di lakukan oleh perusahaan agar pegawai bersemangat adalah dengan menciptakan komunikasi informal. Salah satu komunikasi informal adalah komunikasi interpersonal sehingga menciptakan komunikasi yang efektif”.Kemudian untuk menguatkan bahwa komunikasi

interpersonal dengan disiplin kerja karyawan saling berhubungan, Rivai (2004:444) mengatakan "Disiplin kerja adalah suatu alat yang digunakan para manajer untuk berkomunikasi dengan karyawan agar mereka bersedia untuk mengubah suatu perilaku serta sebagai suatu upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kesediaan seseorang mentaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma sosial yang berlaku". Fungsi komunikasi menurut (Marwansyah, 2010:321) terdapat fungsi pengaruh dan persuasi atau motivasi yang menyinngung keterkaitan komunikasi dengan prestasi kerja yaitu bagaimana komunikasi menumbuhkan motivasi dengan cara menjelaskan kepada karyawan apa yang harus dilakukan, bagaimana prestasi mereka, dan apa yang bisa dilakukan untuk meningkatkan kinerja.

Fenomena yang terjadi di perusahaan ini adalah kurangnya interaksi yang baik antara *sales hunter* dengan *sales farmer*. Fenomena ini juga diperkuat oleh hasil wawancara dengan salah satu atasan di BNI "*Sales hunter* dan *farmer* seharusnya dapat melakukan komunikasi yang efektif dan menjaga hubungan antar mereka karena, jika komunikasi yang dilakukan baik maka informasi yang disampaikan akan jelas dan tidak ada *miss communication*" (Mantan wakil wilayah BNI Jawa Barat, Andi Asdar). Kemudian dari hasil observasi yang dilakukan menemukan kurangnya komunikasi di antara *sales hunter* dengan *sales farmer* membuat informasi yang tersedia menjadi kurang terbuka. Sehingga *sales hunter* bekerja terlalu berhati-hati sekali karena takut salah di mata *sales farmer* dan

akhirnya menjadi sangat terbatas informasi yang akan di sampaikan.Maka dari itu peneliti memilih bagian penjualan pada PT. BNI Tbk. KCU JPK (Kantor Cabang Utama, Jalan perintis kemerdekaan) karena pernah melaksanakan kegiatan praktek kerja lapangan pada PT. BNI sehingga mengetahui adanya permasalahan dalam komunikasi *interpersonal* antara bagian *Sales Hunter* dan *Farmer*.

Berikut adalah 5 karyawan yang prestasi kerjanya menurun. Nilai atau skor didapat dari hasil target yang dicapai kemudian absensi dan disiplin kerjanya.

Tabell.1 Skor penilaian prestasi kerja 2010-2011 pada karyawan bagian penjualan PT. BNI Tbk. KCU Perintis Kemerdekaan

No.	NIP	Skor (2010)	Skor (2011)
1	27425	462	458
2	25935	460	380
3	29526	460	370
4	21644	427	373
5	31333	414	375

(Sumber: Data internal PT. BNI KCU Perintis Kemerdekaan)

Berdasarkan tolakukur dari teori dan data yang telah dipaparkan di atas, penelitian ini mengangkat judul “**Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada PT. BNI Tbk Bagian Penjualan KCU JPK, Kota Bandung**”.

1.3 Rumusan Masalah

Perumusan masalah sebagai upaya membatasi penelitian agar lebih terarah dan tetap fokus permasalahan. Peneliti membatasi permasalahan berdasarkan latar belakang yang di paparkan di atas menjadi. "**Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada PT.BNI Tbk Bagian Penjualan KCU JPK, Bandung**".

1.4 Identifikasi Penelitian

1. Bagaimana kegiatan komunikasi Interpersonal pada karyawan PT.BNI Tbk Bagian penjualan *KCU JPK*, Bandung ?
2. Bagaimana kepuasan kerja karyawan di PT.BNI Tbk Bagian penjualan *KCU JPK*, Bandung ?
3. Bagaimana pengaruh Interpersonal terhadap kepuasan kerja karyawan di PT.BNI Tbk Bagian penjualan *KCU JPK*, Bandung ?

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi Interpersonal terhadap kepuasan kerja karyawan di PT.BNI Tbk Bagian penjualan *KCU JPK*, Bandung.

1.5.2 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui kegiatan komunikasi Interpersonal di PT.BNI Tbk Bagian penjualan *KCU JPK*, Bandung.

2. Mengetahui kepuasan kerja di PT.BNI Tbk Bagian penjualan *KCU JPK*, Bandung.
3. Mengetahui sejauhmana pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap kepuasan kerja karyawan.

1.6 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengkaji kegunaan penelitian ini dari dua kegunaan, yaitu :

1.6.1 Kegunaan Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemikiran dan gagasan keilmuan mengenai sumber daya manusia dan pengaruh komunikasi interperso yang berhubungan dengan Ilmu Komunikasi dengan kepuasan kerja karyawan dan pengaruhnya terhadap perusahaan/instansi.

1.6.2 Kegunaan Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran pada perusahaan yang diteliti pengaruh komunikasi antarpribadi dengan kepuasan kerja karyawan di PT.BNI Tbk Bagian Penjualan *KCU JPK*, Bandung.

1.7 Tahapan Penelitian

Untuk mengetahui gambaran secara ringkas mengenai penelitian yang dilakukan, maka penulis menyusun sistematika penulisan yang akan dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri atas gambaran umum perusahaan, latar belakang masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi teori-teori yang mendukung penelitian, literatur yang digunakan, serta kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini merupakan uraian mengenai tahapan-tahapan yang dilakukan dalam proses penyusunan skripsi. Bagian tersebut meliputi lokasi penelitian, jenis penelitian, jenis dan sumber data, objek penelitian, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil analisis dari penelitian yang digunakan dan *pembahasan* yang diuraikan secara sistematis sesuai rumusan masalah dan tujuan dari penelitian yang diikuti penarikan kesimpulan

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini akan dikemukakan simpulan dari hasil penelitian berupa penafsiran dan pemaknaan penulis terhadap hasil

analisis beserta rekomendasi bagi perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya.

1.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di PT.BNI Tbk Bagian Penjualan *KCU* JPK, Bandung. Waktu dilakukannya penelitian dari bulan desember 2012 – juli 2013.