

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Memasuki era globalisasi yang ditandai dengan serba kompetisi ini, perusahaan semakin dituntut untuk bisa bersaing dengan perusahaan lain di Indonesia, apakah dengan sengitnya persaingan tersebut sebuah perusahaan mampu survive atau malah terkena seleksi alam. Kemampuan perusahaan dalam bertahan di tengah persaingan yang keras tersebut sangat ditentukan oleh keunggulan sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan yang bersangkutan. Perubahan paradigma dari persaingan berdasarkan materi menjadi persaingan berdasarkan pengetahuan menuntut perusahaan untuk memiliki sumber daya manusia yang berkualitas tinggi untuk mendapatkan keunggulan yang kompetitif, sumber daya manusia menentukan *survive*-nya perusahaan. Sumber daya manusia harus kreatif, inovatif dalam merespon lingkungan yang berubah.

Sumber daya manusia adalah potensi yang merupakan aset dan berfungsi sebagai modal dalam organisasi bisnis, yang dapat diwujudkan menjadi potensi nyata (real) secara fisik dalam mewujudkan eksistensi organisasi, Sumber daya yang terpenting yang dimiliki oleh suatu organisasi,

salah satu implikasinya ialah bahwa investasi terpenting yang mungkin dilakukan oleh suatu organisasi adalah dibidang sumber daya manusia.¹

Dalam perkembangan bisnis yang begitu cepat, perusahaan dituntut untuk dapat mengikutinya, sehingga tetap eksis ditengah persaingan yang ada. Salah satu keunggulan tolok ukur untuk melihat keunggulan satu perusahaan dengan perusahaan yang lain dalam mencapai keunggulan kompetitif adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya manusia yang dimilikinya. Oleh karena itu, perusahaan dituntut agar lebih mampu mengelola sumber daya manusia untuk mencapai profitabilitas, yang diimbangi dengan produktifitas tinggi, hal ini disebabkan kalau perusahaan hanya mementingkan pencapaian laba dan meminimkan biaya tanpa memikirkan kelangsungan hidup perusahaan tersebut, maka tidak menutup kemungkinan perusahaan tersebut tidak akan bertahan lama.

Dalam usaha pencapaian tujuan perusahaan, permasalahan yang dihadapi manajemen bukan hanya terdapat pada bahan mentah, alat-alat kerja, mesin-mesin produksi, uang dan lingkungan kerja saja, tetapi juga menyangkut karyawan (sumber daya manusia) yang mengelola faktor-faktor produksi lainnya tersebut.²

Ada berbagai upaya untuk meningkatkan produktivitas yang di antaranya dapat ditempuh melalui berbagai jalur. Faktor-faktor seperti tenaga kerja, modal, teknologi, alat-alat produksi dan masih banyak lagi faktor yang

¹ Sondang P. Siagian., *Manajemen Sumber Daya Manusia*, cet. ke-7 (Jakarta: Bumi Aksara, 1998), hlm. 181

² H. Veithzal Rivai dan Ella Jauvani Sagala., *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*, cet. Ke-3 (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 1

mampu meningkatkan produktivitas. Faktor-faktor tersebut saling menunjang satu dengan yang lainnya. Hanya saja faktor sumber daya manusia dalam hal ini karyawan sebagai tenaga kerja mendapat perhatian secara khusus. Hal tersebut dikarenakan faktor-faktor produksi yang lain diolah dan digerakkan oleh manusia. Selain itu tenaga kerja memiliki kemampuan untuk menemukan sesuatu yang inovatif dari waktu ke waktu.

Peningkatan produktivitas tenaga kerja selain dapat membawa kemajuan dan keuntungan bagi perusahaan juga dapat memberikan keuntungan pada tenaga kerja itu sendiri. Dengan adanya kenaikan produktivitas tenaga kerja, harga produk yang dihasilkan dapat diminimalkan sehingga harga jual akan lebih murah dan mampu bersaing di pasaran. Dari segi tenaga kerja dapat dilihat bahwa orang yang lebih produktif akan mampu menyelesaikan pekerjaannya dengan lebih terampil dan cekatan yang akan membawa keuntungan berupa pendapatan yang lebih besar.

Sehubungan dengan pentingnya peranan sumber daya manusia maka produktivitas kerja karyawan sangat diperlukan dalam perusahaan. Untuk mencapai tujuan suatu perusahaan maka diperlukan adanya dukungan dari setiap individu yang terdapat dalam perusahaan tersebut untuk mencapai tujuan bersama. Seperti pemberian insentif kepada karyawan sebagai imbalan langsung oleh perusahaan atas prestasinya. Hal ini sangat penting untuk memotivasi karyawan untuk bekerja.³ Pengelolaan Sumber daya manusia merupakan sebuah tantangan yang hampir selalu mendapatkan perhatian

³ Gary Dessler, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Jakarta:PT. Indeks.2005). Jilid. 2. Hal. 107

khusus dalam upaya peningkatannya. Begitu pula dalam perusahaan-perusahaan menengah ke bawah. Hal ini tampak dari mulai menjamurnya baik itu perbankan, asuransi maupun lembaga-lembaga keuangan yang berlabelkan syariah di seluruh tanah air.

Berkembangnya perbankan syariah di Indonesia telah mendorong berdirinya lembaga keuangan syariah (LKS), seperti asuransi syariah dan lembaga lainnya. Menurut Biro Perasuransian Bapepam-LK saat ini telah berdiri 45 lembaga asuransi syariah yang terdiri dari 42 perusahaan asuransi syariah dan 3 perusahaan re-asuransi syariah. Meski baru tumbuh kecil, hal itu tak mengurangi semangat pemerintah untuk terus mendorong agar asuransi syariah tumbuh dengan pesat. Isa Rachmawarta selaku Kepala Biro Perasuransian Bapepam – LK senantiasa membuat kebijakan-kebijakan yang memberikan dorongan agar asuransi syariah cepat tumbuh dan menjadi perusahaan yang berkembang pesat.⁴

Ini dapat membawa kesegaran baru bagi dunia Jasa Asuransi kita, karena perekonomian kita (khususnya bidang Lembaga Keuangan) sedang mengalami kelesuan yang cukup memprihatinkan, hal ini semakin dibuktikan dengan tekuaknya kasus krisis global yang diawali dengan krisis *sub-prime mortgage* di Amerika Serikat menyebar kewilayah-wilayah lain di dunia. Berbagai industri terutama industri keuangan termasuk perbankan, pasar modal dan asuransi, terpaksa mengalami penurunan kinerja operasional serta

⁴ <http://www.flickr.com/photos/33983328@N08/3162781654/>

kerugian investasi sehingga pemerintah setempat terpaksa harus melakukan *bail-out*. Bahkan, beberapa perusahaan yang terpaksa likuidasi.

Di Indonesia, harga-harga saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) turun drastis sehingga menyebabkan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) anjlok lebih dari 50 persen pada bulan Oktober 2008. Suku bunga bank juga meningkatkan seiring dengan menurunnya penutupan asuransi pembiayaan. Sementara itu beberapa perusahaan yang mengalami kesulitan keuangan terpaksa mengkaji ulang pilihan-pilihan kebijakan asuransinya.

Sampai saat ini pangsa pasar asuransi syariah di Indonesia kurang lebih mencapai 2%, sebuah potensi yang luar biasa jika dibandingkan dengan jumlah 230 juta penduduk Indonesia yang mayoritas muslim. Di samping itu, baru 5% dari seluruh penduduk Indonesia yang menjadi peserta asuransi, sehingga terdapat pasar potensial sebesar 95%. Dapat dipastikan, industri asuransi syariah akan terus bertumbuh pesat di tahun-tahun mendatang.

Sedemikian besarnya potensi yang dapat dikembangkan sehingga perusahaan-perusahaan asuransi konvensional mulai memasuki industri asuransi syariah. Terlebih bila ditinjau dari sisi makro ekonomi, sistem ekonomi syariah dapat menjadi solusi untuk mencegah terjadinya lagi krisis global dikemudian hari.⁵ Jadi, mau tidak mau mempengaruhi kepercayaan masyarakat kita untuk menanamkan dananya di asuransi konvensional tersebut. Bagi dunia Jasa Asuransi syari'ah tanah air, berdirinya Asuransi-asuransi baru yang bekerja berdasarkan prinsip syari'ah menandakan semakin

⁵ Strengthening Foothold Unleashing Potentials (Annual Report 2008), Takaful Indonesia, hal. 19

bergairahnya masyarakat untuk kembali keajaran agama, dan semakin mengukuhkan *eksistensi* perekonomian syari'ah.

Jasa Asuransi yang nota bene adalah lembaga keuangan non bank saat ini banyak mengalami perkembangan baik dari segi kualitas maupun kuantitas, akan tetapi banyak juga Jasa Asuransi mengalami kebangkrutan atau terhambat disebabkan oleh kinerja keuangan yang masih belum optimal, kelembagaan dan manajemen yang belum teratur. Ketidakteraturan tersebut disebabkan kurangnya persiapan sumber daya manusia baik pengetahuan ataupun ketrampilan dalam mengelola Jasa Asuransi dan lemahnya pelaksanaan dan pengawasan dalam pengelolaan Jasa Asuransi seperti masih lemahnya tingkat perhatian kesejahteraan karyawan yang berakibat menurunnya kinerja keuangan dan kurangnya rasa memiliki serta perhatian yang besar terhadap maju mundurnya Jasa Asuransi.

PT. Asuransi Takaful yang berdiri pada tanggal 24 Februari tahun 1994 ini merupakan sebuah lembaga keuangan syariah yang menjalankan lebih dari 15 tahun berfokus pada layanan asuransi, perencanaan keuangan, dan investasi berbasis syariah di Indonesia.

PT. Asuransi Takaful Umum sebagai '*pioneer*' dan *leader* bagi perkembangan Asuransi Syariah di Indonesia merupakan salah satu anak perusahaan dari Holding Company dari Syarikat Takaful Indonesia (STI)

dengan Syarikat Takaful Malaysia (STM), serta dari Pengusaha – Pengusaha Muslim di Indonesia.⁶

Variabel yang biasanya mempengaruhi produktifitas kerja karyawan, adalah faktor insentif yaitu berupa penghargaan yang diberikan pihak perusahaan berkaitan dengan prestasi maupun konsistensi karyawan.⁷

Untuk mengetahui dan menjelaskan apakah variabel tersebut di atas mempengaruhi produktivitas karyawan, maka penyusun bermaksud mengadakan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Insentif Terhadap Produktifitas Kerja Karyawan Marketing PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Banjarmasin”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dan untuk memperjelas arah penelitian, maka dapat dirumuskan pokok masalah yaitu

1. Apakah insentif berpengaruh terhadap Produktifitas kerja Karyawan Marketing di PT. Asuransi Takaful Umum Cab. Banjarmasin?
2. Faktor insentif apakah yang memiliki pengaruh lebih dominan terhadap Produktifitas kerja Karyawan Markeitng PT. Asuransi Takaful Umum Cab. Banjarmasin?

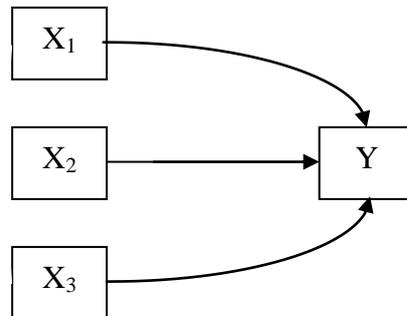
Variabel-variabel pokok

Diketahui ada tiga variabel independen dan satu variabel dependen dalam penelitian ini. Ketiga variabel independen dimaksud yaitu: Material

⁶ Strengthening Foothold Unleashing Potentials (Annual Report 2008), Takaful Indonesia, hal. 5

⁷ <http://bisnisntips.blogspot.com/2008/02/pengertian-insentif.html>

Insentif, Non Material Insentif dan sosial insentif. Sedangkan variabel dependennya yaitu produktivitas kerja karyawan.



X_1 = Material Insentif

X_2 = Non Material Insentif

X_3 = Sosial Insentif

Y = Produktivitas Karyawan

C. Definisi Operasional

Pengaruh menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah daya yang ada atau yang timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membantuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.

Insentif Insentif adalah pemberian upah di luar upah dasar yang ditentukan oleh prestasi kerja karyawan, semakin tinggi prestasi kerja karyawan, semakin tinggi upah yang mereka terima. Pengupahan insentif ini diberikan dengan tujuan untuk motivator yang positif bagi para karyawan untuk meningkatkan gairah kerja, kreatifitas, dan pengembangan dirinya

menuju tenaga yang profesional.⁸ Sehingga dengan adanya pengupahan insentif diharapkan dapat mendorong motivasi karyawan agar lebih giat berprestasi dan pada akhirnya meningkatkan produktivitas kerja karyawan tersebut.

1. Adapun Faktor-faktor dari insentif terbagi pada :

a) Material Insentif

Material Insentif merupakan insentif yang diberikan kepada karyawan atas hasil kerja mereka dan biasanya diberikan dalam bentuk uang berupa upah tambahan, bonus, kompensasi yang ditangguhkan, serta dalam bentuk tunjangan-tunjangan kesehatan dan tunjangan-tunjangan lainnya.

b) Non Material Insentif

Non Material Insentif dapat diberikan dalam berbagai bentuk antara lain:

- 1) Pemberian piagam penghargaan
- 2) Pemberian pujian lisan ataupun tertulis, secara resmi ataupun pribadi
- 3) Ucapan terimakasih secara formal ataupun informal
- 4) Promosi jabatan kepada karyawan yang baik selama masa tertentu serta dianggap mampu

⁸ Malayu S.P. Hasibuan, *Managemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2002). Hal. 133.

- 5) Pemberian tanda jasa atau medali kepada karyawan yang telah mencapai masa kerja yang cukup lama dan mempunyai loyalitas yang tinggi
 - 6) Pemberian hak untuk menggunakan sesuatu atribut jabatan (misalnya: mobil atau lainnya)
 - 7) Pemberian perlengkapan khusus pada ruang kerja.
- c) Sosial Insentif

Insentif sosial yaitu pemberian daya perangsang kepada karyawan berdasarkan prestasi kerjanya berupa fasilitas dan kesempatan untuk mengembangkan kemampuannya, seperti promosi, mengikuti pendidikan, naik haji dan sebagainya.⁹

Produktivitas mengandung sebuah pengertian perbandingan antara hasil yang dicapai dengan peran serta tenaga kerja persatuan waktu. Pengertian tersebut menunjukkan bahwa ada kaitan antara hasil kerja dan waktu yang dibutuhkan untuk menghasilkan produksi dari seorang tenaga kerja.¹⁰ Untuk mencapai produktivitas kerja karyawan yang maksimal, sebuah perusahaan harus mampu meningkatkan sumber daya manusia karyawan itu sendiri karena Sumber daya manusia adalah potensi yang merupakan aset dan berfungsi sebagai modal dalam organisasi bisnis, yang dapat diwujudkan menjadi potensi nyata (real) secara fisik dalam mewujudkan eksistensi organisasi.

⁹ Achmad Sani dan Masyhuri Machfudz., *Metodologi Riset Manajemen Sumberdaya Manusia*, Cet ke-1, (Malang: UIN-Maliki Press, 2010), hlm. 79

¹⁰<http://massofa.wordpress.com/2008/04/02/pengertian-dan-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-produktivitas-kerja/>

Karyawan marketing ialah pegawai atau orang bawahan yang mendapat mandate dari atasan untuk mengerjakan sesuatu penyaluran barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas maka tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh insentif terhadap produktifitas kerja karyawan marketing di PT. Asuransi Takaful Umum Cab. Banjarmasin.
- b. Untuk mengetahui faktor insentif apakah yang lebih dominan yang berpengaruh terhadap produktifitas kerja karyawan marketing di PT. Asuransi Takaful Umum Cab. Banjarmasin.

E. Kegunaan Penelitian

- a. Kegunaan ilmiah

Dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk pengembangan pengetahuan tentang lembaga keuangan syari'ah dan menjadi rujukan penelitian berikutnya tentang pengaruh insentif terhadap produktivitas kerja karyawan marketing.

- b. Kegunaan terapan

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan mengenai cara mengoptimalkan sumber daya manusia dalam hal ini karyawan marketing PT. Asuransi Takaful Umum Cab. Banjarmasin, yaitu agar dapat terciptanya produktivitas kerja.

F. Kerangka Pemikiran

Banyak sekali buku-buku yang memuat tentang produktivitas kerja dan manajemen sumber daya manusia pada umumnya. Hani Handoko dalam bukunya *Manajemen Personalia dan Manajemen Sumber Daya Manusia* menyatakan bahwa karyawan bekerja dengan produktif atau tidak tergantung pada motivasi, kepuasan kerja, tingkat stress, kondisi fisik pekerjaan dan aspek-aspek ekonomis, teknis serta perilaku lainnya.¹¹

Malayu Hasibuan dalam bukunya *Organisasi dan Motivasi Dasar Peningkatan Produktivitas* menyatakan pada dasarnya perusahaan tidak mengharapkan karyawan yang mampu, cakap dan terampil tetapi yang terpenting adalah mau bekerja giat dan keinginan untuk mencapai hasil yang optimal. Motivasi penting karena dengan motivasi diharapkan setiap individu karyawan mau bekerja keras dan antusias untuk mencapai produktivitas kerja yang tinggi.¹²

Dengan melihat hasil penelitian sebelumnya ternyata belum ada yang membahas tentang pengaruh faktor insentif terhadap produktifitas kerja karyawan marketing dan memfokuskan pada lembaga keuangan Islam berbentuk PT. Asuransi Takaful Umum Banjarmasin. Sehingga pada skripsi inilah penelitian ini difokuskan.

G. Sistematika Penulisan

Secara umum, pembahasan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, yaitu:

¹¹ Hani Handoko, *Manajemen Personalia dan SDM* (Yogyakarta: BPFE UGM, 1997), hlm. 193.

¹² H. Malayu S.P. Hasibuan, *Organisasi dan Motivasi Dasar Peningkatan Produktivitas* cet. ke-3 (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2001) hlm 92.

Bab pertama berisi tentang pendahuluan untuk mengantarkan skripsi secara keseluruhan. Peletakan pendahuluan pada bab pertama ini didasarkan pada bahasan yang dipaparkan masih secara umum. Bab ini terdiri dari tujuh sub bab, yaitu latar belakang masalah, Rumusan masalah, defenisi operasional, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran dan sistematika penulisan.

Bab kedua memaparkan bahasan yang lebih spesifik, yaitu mengenai berbagai teori yang ditulis dalam bab landasan teori ini, yang berkaitan dengan faktor insentif dan produktifitas kerja karyawan marketing,

Penjelasan mengenai metode penelitian dipaparkan pada bab tiga. Peletakan pada bab ini dimaksudkan untuk menguraikan jenis dan lokasi, desain penelitian, objek peneitian, subjek penelitian atau populasi dan sampel, data dan suber data, teknik pengumpulan data, desain pengukuran dan teknik analisis data.

Sedangkan pada bab keempat, memaparkan deskripsi karyawan, analisis data dengan analisis kuantitatif, yaitu dengan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, dan regresi berganda, dengan pokok permasalahannya yang merupakan hasil dari penelitian secara keseluruhan setelah mengetahui berbagai teori dan gambaran objek secara umum.

Penelitian ini ditutup dengan kesimpulan yang merupakan jawaban atas rumusan permasalahan yang peneliti ajukan yang dipaparkan pada bab lima. Pada bab kelima ini juga berisi saran-saran yang berguna bagi penelitian selanjutnya.