

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan mitra dalam rangka memenuhi semua kebutuhan keuangan masyarakat (Kasmir, 2012:2) . Dalam arti luas Bank adalah sebuah lembaga intermediasi keuangan umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menerbitkan *promes* atau dikenal dengan sebagai *banknote*. Kata bank berasal dari bahasa italia *Banca* berarti tempat penukaran uang sedangkan menurut undang – undang Negara Republik Indonesia nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada msayarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk – bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak

Disamping itu peranan perbankan sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu Negara . Bank dapat dikatakan sebagai darahnya perekonomian suatu negara. Oleh karena itu kemajuan suatu bank disuatu Negara dapat dijadikan sebagai ukuran kemajuan Negara yag bersangkutan. Semakin maju suatu Negara , maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan Negara. Suksesnya Perusahaan perbankan tercermin dari kinerja tenaga pemasarannya yang handal. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan yaitu memperoleh laba semaksimal mungkin dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Perkembangan kinerja tenaga pemasaran merupakan faktor

terpenting dalam peningkatan laba perusahaan, karena semakin baik kinerja pemasaran maka akan diikuti oleh peningkatan laba.

Tjiptono (2014;28) mengemukakan kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan konsumen jika perusahaan tersebut menginginkan usahanya tetap berjalan terus atau menginginkan konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus mampu mempunyai tenaga pemasar yang handal. Keberhasilan penjualan produk di lapangan di tentukan oleh tenaga pemasar dalam hal tersebut seorang pemasar menjadi sentral point yang sangatlah penting bagi kelangsungan perusahaan. Pemasar harus memiliki sikap asertif atau ketegasan yang bijak, memiliki sikap empati, sikap kesadaran akan diri sendiri, menguasai *product knowledge* dengan baik, mampu memberikan penyelesaian masalah yang terbaik dan memiliki sikap optimis. Maka dapat disimpulkan tenaga pemasar yang memiliki sikap tersebut memiliki keunggulan yang dapat dilihat dari target yang diinginkan perusahaan tercapai.

Kinerja tenaga pemasar memiliki peran yang penting karena berdampak pada keunggulan bersaing melalui pencapaian tujuan perusahaan. Tujuan perusahaan terutama dalam dunia perbankan menurut pasal 4 Undang – Undang no .7 tahun 1992 perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, stabilitas ekonomi kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak.

Strategi pemasaran yang baik dapat dilihat dari pertumbuhan kinerja pemasar. Sehingga perusahaan harus menerapkan manajemen kinerja yang diharapkan dengan manajemen kinerja tersebut dapat meningkatkan

pertumbuhan perusahaan. Menurut Wahid (2014;15) manajemen kinerja dapat didefinisikan sebagai daya upaya untuk meningkatkan kemampuan dan mendorong pegawai melalui berbagai macam cara agar bekerja dengan penuh semangat, efektif, efisien dan produktif, sesuai dengan proses kerja agar mencapai hasil kerja yang optimal.

Untuk mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran. Strategi Pemasaran adalah suatu proses pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Berikut penjabaran analisis strategi pemasaran :

Untuk meningkatkan kualitas tenaga pemasar, perusahaan perlu melakukan evaluasi tentang seberapa puas tenaga pemasar bekerja diperusahaan tersebut. beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas tenaga pemasaran diantaranya gaji, pembekalan *product knowledge*, fasilitas kantor yang memadai, lingkungan kerja yang ideal, dan system informasi,. Dari beberapa faktor tersebut diharapkan dapat meningkatkan kualitas tenaga pemasar, sehingga kinerja perusahaan meningkat.

Penelitian ini berangkat dari pentingnya tenaga pemasar dalam dunia perbankan sehingga tujuan dari penelitian adalah untuk menelusuri dan menganalisis faktor – faktor yang berdampak pada peningkatan kinerja tenaga pemasar yang akhirnya akan berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan. Pentingnya tenaga pemasar dalam dunia perbankan karena tenaga pemasar akan berhubungan langsung dengan nasabah untuk mengkomunikasikan keunggulan produk atau jasa perbankan. Ketidaktahuan nasabah terhadap

produk atau jasa yang ditawarkan dikarenakan fungsi dari tenaga pemasar sebagai mediator antara perusahaan dengan nasabah tidak berjalan efektif.

Model penelitian ini akan diuji pada PT Bank Rakyat Indonesia. Tbk Persero cabang Kapas Krampung Surabaya karena Bank Rakyat Indonesia. Tbk Persero merupakan perusahaan perbankan BUMN yang profitabilitasnya tertinggi dengan pencapaian laba terbesar yang di buktikan dengan peluncuran satelit perbankan pertama di dunia.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik untuk meneliti dan membuat karya ilmiah dengan judul **“PENGARUH FAKTOR INTERNAL PERUSAHAAN TERHADAP KUALITAS TENAGA PEMASAR DAN DAMPAKNYA DALAM MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN STUDI KASUS PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA Tbk. PERSERO CABANG KAPAS KRAMPUNG SURABAYA”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas , rumusan masalah yang dikemukakan oleh penulis adalah :

1. Apakah faktor gaji, pembekalan *product knowledge*, fasilitas kantor, lingkungan kerja, dan system informasi berpengaruh simultan terhadap kualitas tenaga pemasar pada PT. Bank Rakyat Indonesia. Tbk Persero cabang Kapas Krampung Surabaya?
2. Apakah faktor gaji, pembekalan *product knowledge*, fasilitas kantor, lingkungan kerja, dan system informasi berpengaruh simultan terhadap kinerja perusahaan pada PT. Bank Rakyat Indonesia. Tbk Persero cabang Kapas Krampung Surabaya?

3. Apakah faktor gaji, pembekalan *product knowledge*, fasilitas kantor, lingkungan kerja, dan system informasi berpengaruh terhadap kualitas tenaga pemasar dan berdampak pada kinerja perusahaan pada PT. Bank Rakyat Indonesia. Tbk Persero cabang Kapas Krampung Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah penelitian yang telah dirumuskan diatas, penelitian ini bertujuan :

1. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan faktor gaji, pembekalan *product knowledge*, fasilitas kantor, lingkungan kerja, dan system informasi terhadap kualitas tenaga pemasar pada PT. Bank Rakyat Indonesia. Tbk Persero cabang Kapas Krampung Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan faktor gaji, pembekalan *product knowledge*, fasilitas kantor, lingkungan kerja, dan system informasi terhadap kinerja perusahaan pada PT. Bank Rakyat Indonesia. Tbk Persero cabang Kapas Krampung Surabaya
3. Untuk menganalisis pengaruh faktor gaji, pembekalan *product knowledge*, fasilitas kantor, lingkungan kerja, dan system informasi terhadap kualitas tenaga pemasar dan dampaknya dalam meningkatkan kinerja perusahaan pada PT. Bank Rakyat Indonesia. Tbk Persero cabang Kapas Krampung Surabaya?

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Secara teoritis :

Kontribusi terhadap ilmu pengetahuan, penelitian ini dapat memberikan penjelasan tentang pengembangan peningkatan sumberdaya manusia di

bidang pemasaran, meningkatkan keterampilan tenaga pemasar .dan juga sebagai peningkatan kinerja tenaga pemasar.

Kontribusi terhadap penelitian selanjutnya : penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

b. Secara praktis

Kontribusi terhadap penulis : Menambah wawasan peneliti mengenai wacana tentang pengaruh faktor – faktor yang dapat meningkatkan kualitas tenaga pemasar sebagai upaya meningkatkan kinerja perusahaan dan dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti dalam pelaksanaan pekerjaan.

c. Secara empiris

Kontribusi terhadap PT. Bank Rakyat Indonesia. Tbk Persero cabang Kapas Krampung : hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi, masukan, dan evaluasi yang berguna bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan, perbaikan dan penyempurnaan dalam peningkatan kinerja tenaga pemasar pada perusahaan.

Kontribusi terhadap perusahaan lain : penelitian ini dapat dijadikan saran dan acuan bagi perusahaan dalam menganalisa faktor – faktor peningkatan kualitas tenaga pemasar perusahaan, guna meningkatkan kinerja tenaga pemasar perusahaan, agar perusahaan memperoleh keuntungan yang maksimal.