

## FAKTOR YANG MEMOTIVASI PRESTASI KERJA KARYAWAN MARKETING PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK. KANTOR WILAYAH MAKASSAR

**Megawaty\*)**  
**Dosen STIM Nitro Makassar**  
**Email : mega.rakhman@yahoo.com**

***Abstract :** This study aims to determine and analyze the factors that motivate the performance of marketingPT employees. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Makassar Regional Office. Data analysis used is quantitative descriptive analysis method that is mean statistic and instrument analysis consist of validity test and reliability test with tool of IBM SPSS Version 21.0. The results showed that the factors that motivate the performance of marketing employees of PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Makassar Regional Office in the form of interest factor which is dominant factor, requirement factor, standard to be achieved, ability, task and challenging situation, expectation and confidence, and situation of competition.*

***Keywords:** Motivation and Job Performance*

***Abstrak :** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan marketingPT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Makassar. Analisis data yang digunakan yaitu metode analisis deskriptif kuantitatif yaitu statistik rata-rata dan analisis instrument terdiri dari uji validitas dan uji realibilitas dengan alat bantu IBM SPSS Versi 21.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan marketing PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Makassar berupa faktor minat yang merupakan faktor dominan, faktor kebutuhan, standar yang harus dicapai, kemampuan, tugas dan situasi menantang, harapan dan keyakinan, dan situasi kompetisi.*

***Kata Kunci :** Motivasi dan Prestasi Kerja*

### PENDAHULUAN

Perkembangan dunia perbankan yang sangat pesat mengharuskan bank-bank yang ada mendapatkan sumber daya manusia yang berkualitas, dan mampu membawa perusahaan menuju pencapaian tujuan-tujuannya. Sumberdaya manusia harus ditempatkan pada suatu jabatan yang tepat agar kelancaran dan kualitas pekerjaan dapat diwujudkan. Sumberdaya manusia termasuk salah satu sumberdaya yang paling penting dan dominan dalam mengantar perusahaan mencapai tujuan. Sumber daya manusia sebagai penggerak usaha bagi suatu perusahaan, jika tidak ada sumber daya manusia perusahaan tidak akan mampu

beroperasional dan mencapai pencapaian yang besar.

Untuk dapat terus maju dalam dunia perbankan dewasa ini, performa kerja dari semua elemen sumberdaya manusia harus maksimal. Salah satu bagian yang harus bekerja keras untuk meningkatkan kemajuan perusahaan adalah divisi *marketing*, dikarenakan kesuksesan finansial sering bergantung pada kemampuan pemasaran. finansial, operasi, akuntansi, dan fungsi bisnis lainnya tidak akan berarti jika tidak ada cukup permintaan akan produk dan jasa sehingga perusahaan bisa menghasilkan keuntungan. Divisi *marketing* merupakan ujung tombak suatu perusahaan, karena yang membuat perusahaan tetap eksis tak lain

merupakan kinerja dari seorang *marketing*. Menurut Kotler dan Keller (2009:8) menyatakan bahwa pemasar (*marketer*) adalah seseorang yang mencari respon perhatian, pembelian, dukungan, sumbangan dari pihak lain yang disebut prospek (*prospect*).

Menurut Herachwati (2012) saat ini banyak yang tak berminat menjadi seorang karyawan *marketing* penyebabnya karena seorang karyawan *marketing* selalu dituntut untuk terus dapat mencapai target karena gaji atau upah seorang karyawan *marketing* sangatlah tergantung dengan jumlah konsumen dipasar dimanasemakin banyaknya produk atau jasa perusahaan yang laku, maka gaji atau upah yang didapat karyawan *marketing* juga akan semakin meningkat. Tingginya target dan tuntutan seorang karyawan *marketing* membuat karyawan *marketing* dituntut untuk dapat mencapai target yang telah ditetapkan setiap bulannya.

Ditengah banyaknya orang yang tak berminat menjadi seorang karyawan *marketing*, di sisi lain banyak pula orang-orang yang berprestasi dalam divisi *marketing* dimana ia selalu mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan setiap bulannya. Agar dapat terus mencapai target yang telah ditetapkan, maka harus tetap ditingkatkan kualitas karyawan tersebut, peningkatan kualitas sumberdaya manusia dilandasi dengan motivasi yang tinggi dan kemauan yang besar sehingga mendorong dirinya lebih maju dan berkembang sesuai dengan kemampuannya (Putra, 2012). Indikator utama yang harus dimiliki seseorang dalam mencapai prestasi kerja adalah bagaimanamenumbuhkan motivasi yakni dalam hal ini motivasi prestasi.

Motivasi prestasi dapat bersumber dari dalam diri seorang pekerja yang berupa kesadaran mengenai pentingnya manfaat pekerjaan yang dilaksanakannya. Motivasi seperti itu disebut motivasi prestasi yang bersumber dari individu yang terdiri dari

kemampuan, kebutuhan, minat, harapan dan keyakinan. Sedangkan motivasi prestasi yang bersumber dari lingkungan adalah motivasi yang berupa dorongan kerja yang berasal dari luar diri pekerja, yang berupa suatu kondisi yang mengharuskannya melaksanakan suatu pekerjaan secara maksimal yang terdiri dari norma standar yang harus dicapai, situasi kompetensi dan tugas dan situasi menantang (Sutrisno, 2011 : 151).

Motivasi prestasi sangat mempengaruhi kinerja karyawan untuk dapat bekerja dan berprestasi. Seperti halnya karyawan *marketing* PT. Bank Negara Indonesia kantor wilayah Makassar fokus pada kredit KTA (kredit tanpa agunan), multiguna dan KPR (kredit kepemilikan rumah) dituntut untuk dapat mencapai target sebesar satu milyar setiap bulannya, meskipun seorang karyawan tersebut tak mencapai target, perusahaan akan memberikan toleransi selama tiga sampai enam bulan, jika telah mencapai target maka perusahaan akan menaikkan lagi target sebesar satu setengah milyar perbulannya, hal inilah yang membuat kebanyakan orang tak berminat menjadi seorang karyawan *marketing*, disisi lain banyak juga karyawan yang berprestasi di divisi *marketing* dimana ia selalu mencapai target setiap bulannya. Oleh karena itu motivasi prestasi sangat berperan dalam peningkatan kualitas karyawan *marketing* untuk dapat berprestasi, dengan adanya motivasi prestasi yang dimiliki karyawan *marketing* maka akan timbul semangat kerja pada diri karyawan *marketing* yang nantinya akan menciptakan produktivitas kerja dan prestasi kerja karyawan tersebut.

Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu Palupi (2015), yang menyatakan ada beberapa atribut yang dapat mempengaruhi motivasi berprestasi seseorang dan didapatkan hasil bahwa faktor dominan terdiri dari faktor internal yaitu kebutuhan dan faktor

eksternal yaitu pencapaian standar yang telah ditetapkan.

Dengan demikian penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu, namun meneliti pada obyek yang berbeda yakni karyawan *marketing*. Atas dasar itu penulis memilih judul “Faktor yang Memotivasi Prestasi Kerja Karyawan *Marketing* Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Makassar”.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Motivasi

Motivasi berasal dari kata *movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Motivasi mempersoalkan bagaimana caranya mengarahkan daya dan potensi bawahan, agar mau bekerja sama secara produktif berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditentukan. Pentingnya motivasi karena motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia, supaya mau bekerja giat dan antusias mencapai hasil yang optimal. (Bangun, 2012 : 310)

Berkaitan dengan hal tersebut, menurut Handoko (2001 : 252) motivasi diartikan sebagai keadaan dalam diri pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan. Menurut Stevenson (2003 : 2) motivasi adalah semua alat atau psikologis yang membuat seseorang melakukan sesuatu sebagai respon.

Dari definisi motivasi di atas dapat disimpulkan bahwa motivasi yang menyangkut perilaku manusia merupakan unsur penting dalam manajemen. Seseorang mau bekerja apabila ada pendorong atau motivasi yang diterimanya dari instansi tersebut. Dalam hal ini manajer sangat berperan dalam menciptakan kondisi-kondisi yang membangkitkan semangat dan kegairahan pegawainya.

### Teori – Teori Motivasi

Untuk memahami tentang motivasi, kita akan bertemu dengan beberapa teori tentang motivasi, antara lain:

#### a. Teori Abraham H. Maslow (Teori Kebutuhan)

Teori ini menjelaskan bahwa setiap manusia mempunyai kebutuhan (*need*) yang munculnya sangat bergantung pada kepentingannya secara individu. Maslow membagi kebutuhan manusia menjadi lima tingkatan, sehingga teori motivasi ini disebut “*the five hierarchy need*”. Maslow mengemukakan lima tingkat kebutuhan (Bangun, 2012 : 317), sebagai berikut:

##### 1) Kebutuhan Fisiologis

Kebutuhan fisiologis adalah kebutuhan yang paling dasar dalam kehidupan manusia. Makanan, perumahan, pakaian, udara untuk bernafas contohnya.

##### 2) Kebutuhan Rasa Aman

Kebutuhan rasa aman adalah kebutuhan manusia bebas dari ancaman bahaya.

##### 3) Kebutuhan Sosial

Kebutuhan sosial adalah kebutuhan teman, interaksi, dicintai dan mencintai, serta diterima dalam pergaulan kelompok pekerja dan masyarakat lingkungannya.

##### 4) Kebutuhan Harga Diri

Kebutuhan akan harga diri adalah kebutuhan akan pengakuan dan penghargaan diri dari karyawan dan masyarakat lingkungannya.

##### 5) Aktualisasi Diri

Aktualisasi diri adalah kebutuhan akan aktualisasi diri dengan menggunakan kemampuan, keterampilan, dan potensi optimal untuk mencapai prestasi kerja yang sangat memuaskan atau luar biasa.

#### b. Teori Motivasi McClelland

David McClelland mengajukan suatu teori motivasi yang lebih dekat dengan konsep pembelajaran. Ia percaya bahwa banyak kebutuhan

- diperoleh dari budaya. Tiga kebutuhan pembelajaran ini adalah kebutuhan berprestasi (*need for achievement*), kebutuhan berafiliasi (*need for affiliation*), dan kebutuhan akan kekuasaan (*need for power*). (Bangun, 2012 : 325)
- c. Teori Clayton Alderfer (Teori “ERG”)
- Teori Alderfer dikenal dengan akronim “ERG”. Akronim “ERG” dalam teori Alderfer merupakan tiga kelompok inti dari kebutuhan-kebutuhan yaitu : huruf E = *Existence* (kebutuhan akan eksistensi), R = *Relatedness* (kebutuhan untuk berhubungan dengan pihak lain), dan G = *Growth* (kebutuhan akan pertumbuhan). (Thoha, 2004 : 233)
- d. Teori Herzberg (Teori Dua Faktor)
- Frederick Herzberg mengemukakan teori motivasi dua faktor yakni faktor kepuasan dan faktor ketidakpuasan. Menurut teori ini yang dimaksud teori kepuasan adalah faktor-faktor yang dapat menimbulkan kepuasan bagi pekerja antara lain, prestasi, penghargaan, pekerjaan itu sendiri, tanggung jawab dan kemajuan. Sedangkan faktor ketidakpuasan adalah faktor yang tidak menimbulkan kepuasan tetapi bila ditingkatkan dapat mengurangi ketidakpuasan terdiri dari kebijakan dan administrasi perusahaan, pengawasan, penggajian, kondisi kerja, status pekerjaan. (Bangun, 2012 : 318)
- e. Teori Keadilan
- Inti dari teori keadilan adalah ketika karyawan membandingkan upaya yang mereka lakukan dengan ganjaran yang mereka terima dibandingkan dengan orang lain yang memiliki pekerjaan yang sama. Teori keadilan didasarkan pada asumsi bahwa individu termotivasi oleh suatu perlakuan yang adil di tempat kerja. (Suparyadi, 2015:427)
- f. Teori Pengharapan
- Teori ini menyatakan bahwa motivasi yang mengarah pada suatu tindakan yang bergantung pada kekuatan pengharapan bahwa tindakan tersebut akan diikuti oleh hasil tertentu dan tergantung pada hasil pencapaian. (Bangun, 2012 : 323)

### Tujuan Motivasi

Ada beberapa tujuan motivasi yang dilakukan oleh perusahaan agar karyawan dapat bekerja dengan baik dan pekerjaan yang dihasilkan mempunyai hasil yang lebih berkualitas. Tujuan memotivasi antara lain sebagai berikut : (Hasibuan, 2007:146)

- a. Meningkatkan moral dan kepuasan kerja karyawan
- b. Meningkatkan produktivitas kerja karyawan
- c. Mempertahankan kestabilan karyawan perusahaan
- d. Meningkatkan kedisiplinan karyawan perusahaan
- e. Mengefektifkan pengadaan karyawan
- f. Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik
- g. Meningkatkan loyalitas, kreatifitas dan partisipasi karyawan
- h. Meningkatkan tingkat kesejahteraan karyawan
- i. Meningkatkan rasa tanggung jawab pegawai terhadap tugas- tugasnya.
- j. Meningkatkan efisiensi penggunaan alat-alat dan bahan baku.

### Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi

Menurut Kadarisman (2012 : 296) motivasi kerja seseorang dalam melaksanakan pekerjaannya dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor internal yang berasal dari proses psikologis dalam diri seseorang dan faktor eksternal yang berasal dari luar diri seseorang (*environment factors*).

#### a. Faktor internal

##### 1) Kematangan Pribadi

Orang yang bersifat egois dan kemanja-manjaan biasanya akan kurang peka dalam menerima motivasi yang diberikan sehingga agak sulit untuk dapat bekerja

sama dalam membuat motivasi kerja. Oleh karena itu kebiasaan yang dibawanya sejak kecil, nilai yang dianut, sikap bawaan seseorang sangat mempengaruhi motivasinya.

- 2) **Tingkat Pendidikan**  
Seseorang karyawan yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi biasanya akan lebih termotivasi karena sudah mempunyai wawasan yang lebih luas dibandingkan karyawan yang lebih rendah tingkat pendidikannya.
  - 3) **Keinginan dan Harapan Pribadi**  
Seseorang mau bekerja keras bila ada harapan pribadi yang hendak diwujudkan menjadi kenyataan.
  - 4) **Kebutuhan**  
Kebutuhan biasanya berbanding sejajar dengan motivasi, semakin besar kebutuhan seseorang untuk dipenuhi maka semakin besar pula motivasi yang karyawan miliki untuk bekerja keras.
  - 5) **Kelelahan dan Kebosanan**  
Faktor kelelahan dan kebosanan merupakan suatu hal yang dirasakan oleh seseorang yang akan mempengaruhi gairah dan semangat kerja yang pada gilirannya juga akan mempengaruhi motivasi kerjanya.
  - 6) **Kepuasan Kerja**  
Kepuasan kerja mempunyai korelasi yang sangat kuat kepada tinggi rendahnya motivasi kerja seseorang. Karyawan yang puas terhadap pekerjaannya akan mempunyai motivasi yang tinggi dan berkomitmen terhadap pekerjaannya.
- b. **Faktor Eksternal**
- 1) **Kondisi Lingkungan Kerja**  
Lingkungan kerja keseluruhannya merupakan sarana dan prasarana kerja yang ada disekitar karyawan yang sedang melakukan pekerjaan yang dapat mempengaruhi pelaksanaan pekerjaan itu sendiri. Lingkungan kerja meliputi tempat bekerja, fasilitas, dan alat bantu pekerjaan, kebersihan, pencahayaan, ketenangan dan termasuk hubungan kerja antara orang-orang yang ada di tempat tersebut.
  - 2) **Kompensasi yang Memadai**  
Kompensasi yang memadai merupakan alat balas jasa yang paling ampuh bagi perusahaan untuk memberi dorongan kepada para karyawan untuk bekerja secara baik. Pemberian upah yang rendah tidak akan membangkitkan motivasi terhadap pekerja.
  - 3) **Supervisi yang Baik**  
Seorang supervisi dituntut memahami sifat karakteristik bawahannya. Seorang supervisi membangun hubungan positif dan membantu memotivasi karyawan dengan berlaku adil dan tidak diskriminatif, yang memungkinkan adanya fleksibilitas kerja dan keseimbangan bekerja.
  - 4) **Ada Jaminan Karir**  
Para karyawan mengejar karir untuk dapat memenuhi kebutuhan individual secara mendalam. Seseorang akan berusaha bekerja keras dengan mengorbankan apa yang ada pada dirinya untuk perusahaan jika yang bersangkutan merasa ada jaminan karir yang jelas dalam melakukan pekerjaan.
  - 5) **Status dan Tanggung Jawab**  
Karyawan bukan hanya mengharapkan kompensasi semata, tetapi mereka juga berharap akan dapat kesempatan untuk menduduki jabatan yang ada dalam perusahaan atau instansi di tempatnya bekerja. Seseorang dengan menduduki status jabatan akan merasa dirinya dipercayai, diberi tanggung jawab dan wewenang yang lebih besar untuk melakukan kegiatannya.
  - 6) **Peraturan yang Fleksibel**  
Faktor lain yang diketahui dapat mempengaruhi motivasi adalah didasarkan pada hubungan yang

dimiliki para karyawan dalam organisasi. Apabila kebijakan atau peraturan dalam organisasi dirasa kaku oleh karyawan, maka akan cenderung mengakibatkan karyawan memiliki motivasi yang rendah.

### **Prestasi Kerja**

Menurut Hasibuan (2007:64) prestasi kerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Menurut Anoraga (2004 : 78) faktor-faktor yang mempengaruhi prestasi kerja karyawan yaitu terdiri dari motivasi, pendidikan, disiplin kerja, keterampilan, sikap etika kerja, gizi dan kesehatan, tingkat penghasilan, lingkungan dan sistem kerja, teknologi, sarana produksi, jaminan sosial, manajemen dan kesempatan berprestasi.

### **Penilaian Prestasi Kerja**

Setelah karyawan diterima, ditempatkan, dan dipekerjakan maka tugas manajer selanjutnya adalah melakukan penilaian prestasi kerja. Penilaian prestasi kerja karyawan mutlak harus dilakukan untuk mengetahui prestasi yang dapat dicapai setiap karyawan. Apakah prestasi yang dicapai karyawan baik, sedang atau kurang. Penilaian prestasi penting bagi setiap karyawan dan berguna bagi perusahaan untuk menerapkan tindakan kebijakan selanjutnya. (Hasibuan, 2014 : 86)

Menurut Hasibuan (2014 : 87), penilaian prestasi kerja adalah menilai hasil kerja nyata dengan standar kualitas maupun kuantitas yang dihasilkan karyawan. Menurut Mathis dan Jackson (2002:81), penilaian prestasi kerja adalah proses mengevaluasi seberapa baik karyawan mengerjakan pekerjaan mereka ketika dibandingkan dengan satu set standar, dan kemudian mengkomunikasikan informasi tersebut.

Menurut Hasibuan (2014 : 88), metode penilaian prestasi kerja pada umumnya dikelompokkan menjadi dua macam yaitu :

- a. Metode penilaian berorientasi pada masa lalu (metode tradisional)  
Penilaian prestasi kerja berorientasi pada masa lalu artinya penilaian prestasi kerja seorang pegawai dinilai berdasarkan hasil yang telah dicapai oleh pegawai selama ini. Metode ini mempunyai kelebihan dalam hal perlakuan terhadap pekerjaan yang terjadi dan sampai derajat tertentu dapat diukur. Dengan mengevaluasi prestasi kerja yang telah terjadi pegawai akan memperoleh umpan balik terhadap mereka, dan dapat digunakan untuk perbaikan prestasi kerja mereka.
- b. Metode penilaian berorientasi pada masa depan (metode *modern*)  
Metode ini merupakan perkembangan dari metode tradisional dalam menilai prestasi karyawan, dimana metode penilaian berorientasi pada masa depan memusatkan prestasi pada masa yang akan datang melalui penilaian potensi karyawan dan penetapan sasaran kerja yang sesuai dengan jabatan karyawan.

### **Motivasi Prestasi**

Menurut Priansa (2014 : 106) motivasi prestasi (*achievement motivation*) merupakan keinginan untuk menyelesaikan sesuatu agar tercapainya standar kesuksesan dan untuk melakukan suatu usaha dengan tujuan untuk mencapai suatu kesuksesan. Menurut Tohardi (2002 : 45) motivasi prestasi adalah hasrat yang mendorong individu untuk mencapai keberhasilan dalam bersaing berdasarkan standar ukuran keunggulan yang telah ditetapkan.

Menurut Suwatno dan Yuniarsih (2008 : 164) ciri-ciri perilaku karyawan yang memiliki motivasi berprestasi yang tinggi yaitu terdiri dari:

- a. Menyukai tanggung jawab untuk memecahkan masalah.
- b. Cenderung menetapkan target yang sulit dan berani mengambil resiko
- c. Memiliki tujuan yang jelas dan realistik
- d. Memiliki rencana kerja yang menyeluruh
- e. Lebih mementingkan umpan balik yang nyata tentang hasil prestasinya.
- f. Senang dengan tugas yang dilakukan dan selalu ingin menyelesaikan dengan sempurna.

### **Faktor-Faktor Motivasi Prestasi**

Menurut Sutrisno (2011:151) faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi berprestasi yaitu terdiri dari:

- a. Faktor Individu
  - 1) Kemampuan  
Kemampuan merupakan faktor yang sangat penting agar seseorang memiliki motivasi berprestasi. Karyawan yang memiliki motivasi berprestasi tinggi biasanya juga memiliki kemampuan yang tinggi pula.
  - 2) Kebutuhan  
Kebutuhan merupakan sesuatu kekurangan yang artinya ada sesuatu yang kurang dan oleh karena itu timbul kehendak untuk memenuhi atau mencukupinya. Kehendak itu sendiri merupakan suatu pendorong untuk dapat memenuhi atau mencukupi kebutuhan tersebut. Kebutuhan merupakan faktor penyebab yang mendasari lahirnya motivasi berprestasi.
  - 3) Minat  
Minat merupakan suatu kecenderungan yang agak menetap dalam diri subjek untuk merasa tertarik pada bidang atau suatu hal dan merasa senang berkecincinambung dalam bidang tersebut.
  - 4) Harapan dan keyakinan  
Harapan merupakan sesuatu yang diinginkan dapat terjadi dan keyakinan merupakan suatu

kepercayaan agar harapan seseorang dapat terwujud. Seseorang mau bekerja keras bila ada harapan dan keyakinan dalam diri pribadi yang hendak diwujudkan menjadi kenyataan. Harapan dan keyakinan merupakan suatu faktor seorang karyawan memiliki motivasi berprestasi.

### **b. Faktor Lingkungan**

- 1) Adanya norma standar yang harus dicapai  
Lingkungan secara tegas menetapkan standar kesuksesan yang harus dicapai dalam setiap penyelesaian tugas, baik yang berkaitan dengan kemampuan tugas, perbandingan dengan hasil yang pernah dicapai maupun perbandingan dengan orang lain. Keadaan ini akan mendorong seseorang untuk berbuat sebaik-baiknya.
- 2) Adanya situasi kompetisi  
Sebagai konsekuensi adanya standar keunggulan, timbulah situasi kompetisi. Namun perlu juga dipahami bahwa situasi kompetitif tersebut tidak secara otomatis dapat memacu motivasi seseorang manakala individu tersebut tidak beradaptasi didalamnya.
- 3) Jenis tugas dan situasi menantang  
Jenis tugas dan situasi menantang adalah tugas yang memungkinkan sukses dan gagalnya seseorang. Setiap individu

### **Marketing**

Menurut Tjiptono dan Diana (2016 : 4) *marketing* adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

Program pemasaran berupa bauran pemasaran, yakni *product, price, place, promotion*. Untuk produk berupa jasa, 4P bisa ditambah dengan 3P, yaitu *people, process, dan physical evidence*. (Tjiptono dan Diana 2016:20), yakni:

- a. *Product*, mencakup barang dan jasa/ layanan yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran.
- b. *Price*, yaitu jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk mendapatkan produk.
- c. *Place*, meliputi tempat, aktivitas pemasaran dan pendistribusian produk akhir kepada konsumen akhir.
- d. *Promotion*, berupa aktivitas komunikasi dengan pelanggan sasaran dalam rangka membujuk mereka untuk membeli produk/jasa.
- e. *People*, berupa orang yang berinteraksi dengan pelanggan dan melayani mereka.
- f. *Process*, berupa proses dalam memasarkan produk/jasa.
- g. *Physical evidence*, mencakup fitur fisik yang mencerminkan kualitas layanan.

### Fungsi Marketing

Menurut Buchari (2010 : 128) fungsi *marketing* terdiri dari :

- a. Memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, melalui produk atau jasa dari perusahaan tersebut, peran ini disebut juga peran promosi.
- b. Menghasilkan pemasukan bagi perusahaan dengan cara menjual produk/jasa perusahaan tersebut.
- c. Menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan masyarakat serta menjadi jembatan antara perusahaan dengan lingkungan eksternal

Menyerap informasi dan menyampaikan kepada perusahaan tentang segala sesuatu yang bermanfaat untuk mendukung peningkatan kualitas dan penjualan produk/jasa.

### METODE PENELITIAN

#### Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini maka pelaksanaannya dilakukan dengan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data secara langsung pada

objek yang diteliti dengan menggunakan metode kusioner, dimana kusioner yaitu angket tertulis yang berisi daftar pertanyaan yang diberikan kepada pihak yang terkait dalam penelitian.

#### Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan karyawan *marketing* yang bekerja pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Makassar yang berjumlah 60 orang.

Sedangkan sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria karyawan *marketing* yang bekerja minimal 1 tahun kerja yang berjumlah 35 orang.

#### Analisis Data

Analisis data deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode statistik rata-rata (*mean*), statistik ini digunakan untuk menggambarkan rata-rata nilai dari sebuah variabel yang diteliti pada sekelompok responden tertentu. Hasil kusioner akan diukur dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif berupa rata-rata hitung (*mean*) dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Arikunto (2010 : 132) yaitu :

$$\bar{x} = \frac{X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n}{n}$$

Dimana :  $\bar{X}$  = Rata-rata hitung  
 x = Nilai tiap data  
 n = Jumlah sampel

Untuk mengetahui faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* PT. Bank Negara Indonesia Kantor (Persero) Tbk Kantor Wilayah Makassar, maka digunakan ukuran sebagai berikut :

- 4,1 – 5 = Sangat Memotivasi
- 3,1 – 4 = Mampu Memotivasi
- 2,1 – 3 = Cukup Mampu Memotivasi
- 1,1 – 2 = Tidak Memotivasi

#### Hasil Analisis Dan Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis statistik rata-rata terhadap faktor individu yang terdiri

dari kemampuan, kebutuhan, minat, harapan dan keyakinan, dan faktor lingkungan terdiri dari standar yang harus dicapai, situasi kompetisi, tugas dan situasi menantang ditemukan bahwa faktor secara berurutan yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Makassar adalah faktor individu terdiri dari faktor minat, kebutuhan, kemampuan, harapan dan keyakinan, dan faktor lingkungan terdiri dari standar yang harus dicapai, tugas dan situasi menantang, harapan dan keyakinan, dan situasi kompetisi.

#### a. Faktor Individu

##### 1. Minat

Dari hasil penelitian ini penulis menjelaskan bahwa variabel minat merupakan faktor dominan yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Makassar. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata paling tinggi yaitu sebesar 4,35. Yang termasuk dalam indikator variabel minat adalah sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil penelitian factor-faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* terhadap indikator “bersemangat untuk mencapai target setiap bulannya” mendapat tanggapan positif dari responden, dilihat jika responden dapat bersemangat dalam melakukan suatu pekerjaan maka responden tersebut memiliki minat dalam melakukan pekerjaan dan membuat responden tersebut dapat termotivasi untuk mencapai prestasi kerja yang baik.
- b. Berdasarkan hasil penelitian factor-faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* terhadap indikator “berusaha menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan tugas” mendapat tanggapan positif dari responden sebab

responden yang berusaha menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan tugas merupakan suatu tanda bahwa responden tersebut memiliki minat dan membuat responden tersebut dapat termotivasi untuk mencapai prestasi kerja yang baik.

#### 2. Kebutuhan

Dari hasil penelitian ini penulis menjelaskan bahwa variabel kebutuhan merupakan faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Makassar. Hal ini dapat dilihat dengan rata-rata yaitu sebesar 4,14. Yang termasuk dalam indikator variabel kebutuhan adalah sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil penelitian factor-faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* terhadap indikator “perusahaan dapat memenuhi kebutuhan sebagai karyawan” mendapat tanggapan positif dari responden sebab perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan karyawannya merupakan suatu alasan yang membuat responden tersebut dapat termotivasi untuk mencapai prestasi kerja yang baik.
- b. Berdasarkan hasil penelitian factor-faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* terhadap indikator “perusahaan dapat memberikan insentif sesuai dengan target yang dicapai” mendapat tanggapan positif dari responden sebab perusahaan yang dapat memberikan insentif sesuai dengan pencapaian karyawan merupakan suatu alasan yang membuat karyawan *marketing* tersebut dapat termotivasi untuk mencapai prestasi kerja yang baik.

#### 3. Kemampuan

Dari hasil penelitian ini penulis menjelaskan bahwa variabel kemampuan

merupakan faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Makassar. Hal ini dapat dilihat dengan rata-rata yaitu sebesar 4,01. Yang termasuk dalam indikator variabel standar yang harus dicapai adalah sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil penelitian factor-faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* terhadap indikator “mampu mencapai target perusahaan yang telah ditetapkan” mendapat tanggapan positif dari responden sebab jika seorang karyawan *marketing* mampu mencapai target maka karyawan tersebut mempunyai kemampuan dan merupakan suatu alasan yang membuat karyawan *marketing* tersebut termotivasi untuk dapat mencapai prestasi kerja yang baik.
- b. Berdasarkan hasil penelitian factor-faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* terhadap indikator “perusahaan memberikan jumlah pencapaian target yang sesuai dengan kemampuan” mendapat tanggapan positif dari responden sebab jika perusahaan memberikan pencapaian target dan responden dapat mencapai target maka responden tersebut memiliki kemampuan dan merupakan suatu hal yang dapat mendorong responden untuk termotivasi mencapai prestasi kerja yang baik.

#### 4. Harapan dan Keyakinan

Dari hasil penelitian ini penulis menjelaskan bahwa variabel harapan dan keyakinan merupakan faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Makassar. Hal ini dapat dilihat pada tabel

4.17 dengan rata-rata yaitu sebesar 3,90. Yang termasuk dalam indikator variabel tugas dan situasi menantang adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil penelitian factor-faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* terhadap indikator “berharap mendapatkan karir yang baik” mendapat tanggapan positif dari responden sebab jika responden memiliki harapan dan keyakinan tentang pencapaian karir yang baik akan membuat responden tersebut termotivasi untuk mencapai prestasi kerja yang baik.
  - b. Berdasarkan hasil penelitian factor-faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* terhadap indikator “berharap menerima kompensasi sesuai dengan kinerja” mendapat tanggapan positif dari responden sebab jika responden memiliki harapan dan keyakinan mendapatkan kompensasi yang sesuai dengan kinerjanya maka responden tersebut dapat termotivasi untuk mencapai prestasi kerja yang baik karena memiliki harapan dan keyakinan mendapatkan kompensasi yang sesuai dengan kinerjanya.
- b. Faktor Lingkungan

##### 1) Standar yang Harus Dicapai

Dari hasil penelitian ini penulis menjelaskan bahwa variabel standar yang harus dicapai merupakan faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Makassar. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata yaitu sebesar 4,08. Yang termasuk dalam indikator variabel standar yang harus dicapai adalah sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil penelitian factor-faktor yang memotivasi

prestasi kerja karyawan *marketing* terhadap indikator “dapat mengerjakan pekerjaan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan” mendapat tanggapan positif dari responden sebab karyawan *marketing* yang dapat mengerjakan pekerjaan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan merupakan suatu tanda bahwa karyawan *marketing* tersebut dapat termotivasi untuk mencapai prestasi kerja yang baik.

- b. Berdasarkan hasil penelitian factor-faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* terhadap indikator “standar pekerjaan yang ditetapkan membuat termotivasi untuk berprestasi” mendapat tanggapan positif dari responden sebab dengan adanya standar pekerjaan yang harus dicapai membuat karyawan *marketing* dapat terdorong untuk termotivasi mencapai prestasi kerja yang baik.

## 2) Tugas dan Situasi Menantang

Dari hasil penelitian ini penulis menjelaskan bahwa variabel tugas dan situasi menantang merupakan faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Makassar. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4.20 dengan rata-rata yaitu sebesar 3,91. Yang termasuk dalam indikator variabel tugas dan situasi menantang adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil penelitian factor-faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* terhadap indikator “merasa tertantang untuk mencapai target yang ditetapkan perusahaan” mendapat tanggapan positif dari responden, merasa tertantang untuk mencapai target menyebabkan responden memiliki gairah untuk tertantang

mencapai target sehingga responden tersebut dapat termotivasi untuk mencapai prestasi kerja yang baik.

- b. Berdasarkan hasil penelitian factor-faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* terhadap indikator “tidak terbebani dengan target yang ditetapkan perusahaan” mendapat tanggapan positif dari responden sebab jika responden merasa tidak terbebani dengan target yang diberikan maka responden tersebut dapat terdorong untuk termotivasi mencapai prestasi kerja yang baik.

## 3) Situasi Kompetisi

Dari hasil penelitian ini penulis menjelaskan bahwa variabel harapan dan keyakinan merupakan faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Makassar. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata yaitu sebesar 3,82. Yang termasuk dalam indikator variabel tugas dan situasi menantang adalah sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil penelitian factor-faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* terhadap indikator “mencapai prestasi yang lebih baik dari rekan kerja” mendapat tanggapan yang positif dari responden, sebab alasan adanya keinginan untuk mencapai prestasi yang lebih baik dibandingkan rekan kerja membuat responden terdorong untuk termotivasi mencapai prestasi kerja yang lebih baik.
- b. Berdasarkan hasil penelitian factor-faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* terhadap indikator “adanya situasi kompetisi membuat lebih bergairah untuk bekerja” mendapat tanggapan yang positif dari responden,

sebab jika adanya situasi kompetisi maka responden akan lebih bergairah dalam bekerja dan akan termotivasi untuk mencapai prestasi kerja yang baik.

Teori yang dikemukakan oleh Sutrisno (2011:151) menegaskan bahwa faktor-faktor yang memotivasi prestasi yaitu terdiri dari kemampuan, kebutuhan, minat, harapan dan keyakinan, adanya standar yang harus dicapai, adanya situasi kompetisi, tugas dan situasi menantang.

Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa faktor yang paling dominan memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Makassar adalah faktor minat. Faktor minat menjadi faktor dominan pada penelitian ini sebab karyawan *marketing* menganggap bahwa minat menimbulkan keinginan yang kuat terhadap sesuatu, keinginan ini menimbulkan adanya rasa dorongan untuk meraihnya. Hal inilah yang menjadikan minat sebagai faktor dominan karena seseorang tidak akan terdorong untuk termotivasi mencapai prestasi kerja jika tidak adanya minat yang kuat dari dirinya untuk mencapai prestasi kerja tersebut.

Oleh karena itu berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Palupi (2015) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Motivasi Berprestasi”, dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa variabel kebutuhan merupakan faktor dominan yang memotivasi prestasi. Dengan demikian penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Palupi (2015).

## PENUTUP

### KESIMPULAN

Berdasarkan uraian-uraian yang telah diungkapkan pada pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai jawaban atas pokok permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini yaitu faktor dominan yang memotivasi prestasi kerja

karyawan *marketing* PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Makassar adalah faktor minat.

## SARAN

### Bagi Pihak Bank

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis akan memberikan saran kepada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Makassar diharapkan agar pihak Bank hendaknya memperhatikan faktor minat, karena merupakan faktor dominan yang dapat memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* serta melihat lebih detail pada saat psikotest apakah calon karyawan *marketing* yang mau diterima betul-betul memiliki minat pada pekerjaan yang akan digelutinya karena jika karyawan *marketing* tidak memiliki minat maka karyawan tersebut susah untuk terdorong mencapai prestasi kerja yang baik.

### Bagi Peneliti Selanjutnya

Dari penelitian ini diharapkan bagi pihak yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing*, diharapkan dapat meneliti dengan topik yang sama dengan objek yang berbeda untuk mengetahui faktor dominan apa yang memotivasi prestasi kerja karyawan *marketing* misalnya pada bank lainnya atau industri non-bank.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Panji, 2004. Manajemen Bisnis, Jakarta : Rineka Cipta.
- Arikunto, 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Jakarta : Rineka Cipta.
- Bangun, Wilson, 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta : Erlangga.

- Buchari, Alma, 2010. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung : Alfabeta.
- Handoko, T. Hani, 2001. Manajemen Personalialia dan Sumber Daya Manusia, Edisi Kedua, Yogyakarta : BPFE.
- Hasibuan, Malayu S.P, 2007. Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta: Bumi Aksara.
- \_\_\_\_\_. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi, Jakarta: Bumi Aksara.
- Herachwati, Nur, 2012. Kompetensi dan Kinerja Karyawan Bagian Pemasaran. Fakultas Ekonomi, Universitas Airlangga.
- Husein, Umar, 2003. Metode Penelitian, Jakarta :Raja Grafindo Persada.
- Kadarisman, 2012. Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid I, Jakarta : Erlangga
- Mathis dan Jackson, 2002. Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Pertama, Yogyakarta : Salemba Empat.
- Palupi, Bangun Karisma, 2015. Analisis Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Motivasi Berprestasi, Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayutallah Jakarta, Jakarta.
- Priansa, Donni, 2014. Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Bandung : Alfabeta.
- Putra, Achmad Syukriansyah, 2012. Analisis Pengaruh Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan *Marketing* dan Kredit, Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Pertanian Bogor, Bogor.
- Stevenson, Nancy, 2003. Seni Memotivasi, Yogyakarta : Andi.
- Sugiyono, 2009. Metode Penelitian Bisnis, Bandung : Alfabeta.
- Suparyadi, 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia, Yogyakarta : Andi.
- Sutrisno, Edy, 2011. Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta : Kencana.
- Suwatno, dan Tjutju Yunarsih, 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia, Bandung : Alfabeta.
- Terry, George.R, 2008. Dasar-Dasar Manajemen, Jakarta : Bina Aksara.
- Tohardi, Ahmad, 2002. Pemahaman Praktis Manajemen Sumber Daya Manusia, Bandung : Alfabeta.
- Thoha, Miftah, 2004. Kepemimpinan dalam Manajemen Suatu Pendekatan Prilaku, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, Fandi, dan Anastasia Diana, 2016. Pemasaran, Yogyakarta : Andi.
- Widayat, 2004. Metode Penelitian Pemasaran, Malang : UMM Pers.