

KINERJA KARYAWAN MARKETING BANK BRI SYARIAH DI MALANG

Della Puspitasari

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
Email : dellapuspitasari@mhs.unesa.ac.id

Lucky Rachmawati

Program Studi Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
Email: luckyrachmawati@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan pada Bank BRI Syariah di Malang, bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kinerja karyawan marketing. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil dari uji regresi berganda diketahui bahwa Besaran Insentif berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Gaya kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Usia tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Gender karyawan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Lama bekerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan). Secara bersama-sama besaran insentif, gaya kepemimpinan, usia, pendidikan, gender dan lama bekerja mempengaruhi kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang.

Kata Kunci: Insentif, Gaya Kepemimpinan, Demografi

Abstract

This research was conducted at BRI Bank Syariah in Malang, the purpose of the study was to determine the effect of incentive, leadership style, age, education, gender and the length of work on the performance of marketing employees. This analysis used is multiple regression analysis. The results of multiple regression tests are : the amount of incentives has a significant effect on employee performance. Leadership style has a significant effect on employee performance. The age of employees does not have a significant effect on employee performance. Gender employees have no significant effect on employee performance. The duration of work of employees influences employee performance. There is influence together (simultaneous). Together the magnitude of incentives, leadership style, age, education, gender, and length of work affect the performance of marketing employees.

Keywords: Incentives, Leadership Style, and Demography

1. PENDAHULUAN

Tumbuh dan kembangnya lembaga keuangan dalam sebuah negara menjadi salah satu faktor penentu berkembangnya pula suatu negara. Perkembangan jasa keuangan saat ini semakin kompleks, serta menuntut perusahaan bersaing secara ketat. Salah satunya diantaranya adalah perbankan syariah. Bank Indonesia menilai bahwa ekonomi dan keuangan syariah memiliki peran yang penting, guna memperkuat struktur ekonomi dan pasar keuangan hingga dimasa yang mendatang. Menurut Deputy Gubernur Bank Indonesia, Dody Budi mengatakan bahwa kesenjangan yang dihadapi perekonomian di Indonesia saat ini dapat di kurangi dengan adanya sistem lembaga keuangan syariah beserta instrumen-instrumen pendukung lainnya (Liputan6.com, 2018).

Tabel 1. Jumlah Kantor Bank Syariah

Rincian	2010	2011	2012	2013	2014
Jumlah Bank Syariah	11	11	11	11	12
Jumlah Kantor Bank	1.215	1.390	1.734	1.987	2.163
Jumlah	1.226	1.401	1.745	1.998	2.175

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2017

Pada tabel diatas menunjukkan adanya perkembangan dari segi jaringan kantor dari tahun 2010 sampai tahun 2014 jaringan kantor perbankan syariah meningkat. Jumlah kantor bank syariah yang semakin meningkat jumlahnya, secara tidak langsung berpengaruh terhadap persaingan dalam perusahaan jasa keuangan. Salah satu pengaruh yang ditimbulkan dari meningkatnya jumlah jaringan kantor perbankan syariah adalah banyaknya pilihan yang dihadapi oleh masyarakat sebagai calon nasabah untuk memilih bank syariah mana yang akan dipilih.

Pada penelitian ini, penulis mengambil objek pada Bank BRI Syariah yang ada di kota Malang. Bank BRI Syariah merupakan lembaga keuangan perbankan syariah. Bank BRI Syariah berdiri pada tahun 1969, dahulunya bernama Bank Jasa Arta. Kemudian di ambil alih oleh Bank Rakyat Indonesia sehingga sekarang ini menjadi Bank Umum Syariah pada tahun 2008. Bank BRISyariah beroperasi sesuai dengan landasan prinsip-prinsip syariah. Pada Kota Malang jumlah kantor Bank Syariah mengalami peningkatan. Asset dari Bank BRI Syariah sebesar Rp 36,24 Triliun atau tumbuh 18,12 % dari tahun sebelumnya sebesar Rp 30,68 Triliun. Tercatat market share yang ada pada Bank BRISyariah sebesar 8,03 %. Bank BRI Syariah merupakan Badan Usaha Milik Negara, namun disisi lain tingkat asset masih berada pada tingkat tiga dibandingkan 2 bank syariah lain. Pada observasi masyarakat sekitar malang, bank syariah yang dikenal adalah Bank BRI Syariah namun asset masih berada pada urutan ketiga (BRI Syariah, 2017).

Hasibuan (2002) menjelaskan bahwa, “Sumber daya manusia sebagai salah satu unsur yang sangat menentukan keberhasilan suatu organisasi, disisi lain juga sebagai makhluk yang mempunyai akal pikiran, perasaan, kebutuhan dan harapan-harapan tertentu”. Oleh karena itu, keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh pengembangan sumber daya manusianya yaitu seperti orang-orang penyedia tenaga kerja, yang memiliki kreativitas dan memiliki semangat tinggi bagi

perusahaan. Hal tersebut juga berlaku bagi pemilik perusahaan maupun pemegang saham perusahaan, serta karyawan juga memiliki peranan penting dalam fungsi operasional yang ada pada perusahaan. Maka sumber daya manusia atau karyawan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan Bank BRI Syariah di Malang, ketika kinerja karyawan baik maka tujuan perusahaan juga akan terpenuhi. Pemasaran merupakan kegiatan suatu organisasi, yang didalamnya akan menciptakan penjualan, menyerahkan nilai produk yang ada di perusahaan kepada pelanggan serta pengelolaan hubungan yang baik dengan cara pemberian keuntungan bagi perusahaan dan pemilik saham pada perusahaan tersebut. Persaingan antar perbankan syariah pasti terjadi, melihat saat ini makin berkembangnya perbankan syariah di Indonesia. Persaingan inilah yang menuntut perusahaan untuk bisa bertahan dalam persaingan tersebut, seperti halnya pencapaian jumlah nasabah atau adanya pencapaian target yang harus dipenuhi oleh setiap karyawan. Fungsi dari pemberian target yakni diharapkan karyawan dapat memenuhi sehingga perusahaan akan tetap berjalan dan tidak kalah dengan perusahaan perbankan syariah lain. Selain itu, pemasaran dalam suatu perusahaan juga menjadi faktor penting dalam berkembangnya suatu perusahaan.

Menurut penelitian Candrawati dkk (2013) Adanya insentif dapat memberi motivasi karyawan dalam bekerja dengan giat. Insentif juga dapat memacu peningkatan kinerja karyawan. Insentif diartikan sebagai cara untuk menarik karyawan atau pekerja yang diberikan perusahaan untuk meningkatkan semangat kerja serta dapat memberi motivasi kerja pada karyawan agar mencapai hasil atau produktivitas yang baik dan sesuai tujuan perusahaan. Kinerja suatu karyawan diukur dari bagaimana kualitas dan kuantitas pekerjaan yang di hasilkan. Mendapatkan kinerja yang baik dari karyawan tidaklah mudah. Dalam pencarian ini tidak dapat dilakukan dengan waktu singkat. Perusahaan harus benar-benar dapat mencari karyawan yang sesuai dengan tujuan perusahaan dan dapat mengembangkan perusahaan. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan yang baik diantaranya yaitu pemberian insentif. Pemberian insentif diharapkan dapat memicu kinerja yang optimal serta meningkatkan kualitas dan kuantitas kinerja karyawan sehingga sasaran perusahaan akan mudah tercapai.

Selain itu, faktor lain yang mempengaruhi kinerja karyawan menurut observasi yang penulis lakukan sebelumnya pada Bank BRI Syariah di Malang, lama bekerja juga menjadi penentu kinerja karyawan. Lama bekerja merupakan pengalaman yang dimiliki masing-masing individu yang akan menentukan perkembangan dalam pekerjaan maupun jabatan. Dalam penelitian-penelitian terdahulu, seseorang yang memiliki lama kerja tinggi akan memiliki pengalaman yang lebih banyak daripada teman karyawan lain yang memiliki lama kerja rendah. Masa kerja yang lama akan menumbuhkan pengalaman serta dapat mengetahui pekerjaan-pekerjaan dan masalah yang dihadapi perusahaan atau seorang karyawan (Ratu dkk, 2018).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis terhadap salah satu karyawan Bank BRI Syariah di Malang, salah satu hal yang diduga berpengaruh terhadap kinerja karyawan Bank BRI Syariah di Malang adalah sering merasa tertekan dan stress ketika bekerja. Rasa tertekan dan stress timbul karena beberapa faktor, salah satunya adalah gaya kepemimpinan yang dilakukan oleh pimpinan

Bank BRISyariah di Malang. Menurut karyawan, gaya kepemimpinan yang kurang cocok dapat menimbulkan rasa tidak nyaman saat bekerja dan menimbulkan kinerja yang kurang baik. Namun kembali kepada pribadi masing-masing karyawan, misalnya dalam komitmen organisasi. Ada beberapa karyawan yang tidak terpengaruh akan gaya kepemimpinan dan tetap memiliki kinerja yang baik, namun ada pula yang merasa gaya kepemimpinan dapat memberikan pengaruh kepada kinerja karyawan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja adalah tingkat pendidikan. Tingkat pendidikan yang tinggi, mampu menghasilkan sumber daya yang berkualitas karena pada tingkat pendidikan yang tinggi seseorang dapat menganalisis permasalahan yang ada dengan tepat dan mampu memberikan kontribusi yang baik dalam pencapaian tujuan organisasi. Oleh sebab itu, tingkat pendidikan dapat meningkatkan kualitas dalam bekerja dan dapat mencapai tujuan atau sasaran pada perusahaan Bank BRI Syariah di Malang.

Tujuan dari penelitian ini adalah : (1) mengetahui pengaruh besaran insentif terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang; (2) mengetahui pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang; (3) mengetahui pengaruh usia terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang; (4) mengetahui pengaruh pendidikan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang; (5) mengetahui pengaruh gender terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang; (6) mengetahui pengaruh lama bekerja terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang; (7) mengetahui pengaruh besaran insentif, gaya kepemimpinan, usia, pendidikan, gender, dan lama bekerja secara simultan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang.

2. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini digunakan jenis penelitian kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah menggunakan analisis regresi berganda. Data primer diperoleh dari hasil penelitian ini melalui kuesioner. Populasi yang digunakan adalah seluruh karyawan Bank BRI Syariah yang berada di Malang. Jumlah populasi ada 84 karyawan. Responden dari penelitian ini adalah karyawan marketing Bank BRI Syariah di seluruh kantor Bank BRI Syariah yang ada di Malang. Alasan memilih seluruh kantor Bank BRI Syariah di Malang agar mendapat data dari keseluruhan karyawan marketing Bank BRI Syariah. Sampel yang digunakan adalah karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Pada penelitian ini menggunakan Probability Sampling dengan jenis sampel Simple Random Sampling, metode ini digunakan karena memberikan kesempatan yang sama pada seluruh karyawan marketing sebagai sampel. Jumlah populasi adalah sebanyak 84 karyawan, digunakannya rumus slovin agar sampel yang digunakan dalam penelitian ini tidak terlalu sedikit ataupun tidak terlalu banyak dalam menggambarkan populasi yang ada di Bank BRI Syariah di Malang. Adapun rumus Slovin adalah :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dengan Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Perhitungan jumlah sampel :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{84}{1 + 84(0,1)^2}$$

$$n = \frac{84}{1,84}$$

$$n = 45,65$$

Kuesioner disebarakan kepada 45 responden yaitu karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup untuk variabel gaya kepemimpinan dan kinerja karyawan sedangkan kuesioner terbuka untuk variabel besaran insentif, usia, pendidikan, gender, dan lama bekerja. Skala pengukuran menggunakan skala likert untuk variabel gaya kepemimpinan dan kinerja karyawan. Sedangkan untuk variabel besaran insentif, usia, pendidikan, gender dan lama bekerja menggunakan skala interval dan jawaban langsung. Instrumen dalam penelitian ini diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan uji hipotesis yaitu uji t dan uji f.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Bank BRI Syariah Malang. Responden dari penelitian ini adalah karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Instrumen dalam penelitian ini telah diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari besaran insentif terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Terdapat pengaruh signifikan dari gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Tidak terdapat pengaruh dari usia karyawan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Tidak terdapat pengaruh signifikan pendidikan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Tidak terdapat pengaruh signifikan dari gender terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Terdapat pengaruh signifikan dari lama bekerja terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Apabila dijalankan secara bersama-sama (simultan) antara besaran insentif, gaya kepemimpinan, usia, pendidikan, gender dan lama bekerja terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang terdapat tingkat pengaruh sebesar 83%. Sedangkan sisanya sebesar 17% dipengaruhi oleh variabel lain.

Uji T (Uji Parsial)

Pada penelitian ini uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas yang ada pada sebuah penelitian terhadap variabel terikat. Pengujian secara parsial ini dikatakan berpengaruh jika nilai signifikansi < 0,05 atau jika nilai t hitung > t tabel. Berikut ini adalah tabel hasil uji t dalam penelitian ini :

Tabel 1. Hasil Uji T (uji parsial)

Variabel	Std. coefficients	T	sig.
B	Std.error Beta		

20,517	2,600		7,890	,000
2,027E-7	,000	,243	2,817	,008
,235	,099	,347	2,371	,023
-,246	,308	-,061	-,799	,429
,726	,498	,139	1,459	,153
-,184	,582	-,040	-,316	,754
,393	,150	,415	2,622	,012

Sumber : Diolah oleh penulis (2019)

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui hasil dari uji t pada penelitian ini. berikut ini adalah penjelasan dari tabel tersebut :

1. Besaran Insentif (X1)

Nilai signifikansi pada variabel besaran insentif sebesar 0,008 dan nilai t hitung sebesar 2,817. Artinya pada variabel besaran insentif memiliki nilai signifikansi < 0,05 dan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yang berarti bahwa besaran insentif berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang.

2. Gaya Kepemimpinan (X2)

Nilai signifikansi pada variabel gaya kepemimpinan sebesar 0,023 dan nilai t hitung sebesar 2,371. Artinya pada variabel gaya kepemimpinan memiliki nilai signifikansi < 0,05 dan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yang berarti bahwa gaya kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang.

3. Usia (X3)

Nilai signifikansi pada variabel usia sebesar 0,429 dan nilai t hitung sebesar -0,799. Artinya pada variabel usia memiliki nilai signifikansi > 0,05 dan nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel yang memiliki arti bahwa usia tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang.

4. Pendidikan (X4)

Nilai signifikansi pada variabel pendidikan adalah sebesar 0,153 dan nilai t hitung sebesar 1,459. Artinya variabel pendidikan memiliki nilai signifikansi > 0,05 dan nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel yang memiliki arti bahwa variabel pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang.

5. Gender (X5)

Nilai signifikansi pada variabel gender adalah sebesar 0,754 dan nilai t hitung sebesar -0,316. Artinya variabel pendidikan memiliki nilai signifikansi > 0,05 dan t hitung lebih kecil daripada nilai t tabel yang memiliki arti bahwa variabel gender tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang

6. Lama bekerja (X6)

Nilai signifikansi pada variabel lama bekerja adalah sebesar 0,012 dan nilai t hitung sebesar 2,622. Artinya variabel lama bekerja memiliki nilai signifikansi < 0,05 dan t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yang memiliki arti bahwa variabel lama bekerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang.

Uji F (Uji Simultan/ Bersama-sama)

Pada uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel besaran insentif, gaya kepemimpinan, usia, pendidikan, gender, dan lama bekerja yang diuji secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Pada uji ini dikatakan berpengaruh apabila nilai signifikansi $< 0,05$ atau jika f hitung $> f$ tabel. Berikut adalah tabel hasil uji f dalam penelitian ini :

Tabel 2. Hasil Uji F (Simultan)

Ket	sumof squares	Df	mean square	f	Sig
Regresi	200,075	6	33,346	31,809	,000 ^b
Residual	39,836	38	1,048		
Total	239,911	44			

Sumber : Diolah oleh penulis (2019)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa nilai f hitung sebesar 31,809 dan nilai f tabel sebesar 2,34. Nilai signifikansi pada penelitian ini adalah sebesar 0,000. Artinya dalam penelitian ini ketika seluruh variabel bebas dijalankan secara bersama-sama maka berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang.

Hasil dari pengujian hipotesis pertama menunjukkan adanya pengaruh secara signifikan antara variabel besaran insentif terhadap variabel kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah.

di Malang. Berdasarkan jawaban yang telah diisi oleh responden karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang besar kecilnya insentif yang diberikan perusahaan atau pihak Bank BRI Syariah di Malang mempengaruhi kinerja karyawan Marketing Bank BRI Syariah di Malang. Menurut karyawan Bank BRI Syariah di Malang pemberian insentif dapat memberikan motivasi agar karyawan bekerja lebih giat, ketika karyawan dapat bekerja melebihi target maka karyawan tersebut akan mendapatkan insentif yang lebih besar. Pemberian insentif dapat mendorong kinerja karyawan marketing agar dapat menjual produk atau memasarkan dan memenuhi target yang telah ditentukan perusahaan.

Ketika setiap karyawan diberikan target maka mereka dibebani oleh tanggungjawab target tersebut. Sehingga pemberian insentif baik dalam jumlah besar atau kecil mempengaruhi kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian Candrawati, dkk (2013) yang menunjukkan hasil bahwa adanya pengaruh antara pemberian insentif terhadap kinerja karyawan, dengan hasil bahwa pemberian insentif terhadap karyawan, mengingat insentif dapat memacu meningkatnya kinerja karyawan. Pemberian insentif dapat meningkatkan kinerja karyawan, pada penelitian ini besaran insentif yang diberikan mempengaruhi kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Penelitian pendukung lainnya yang mendukung penelitian ini adalah penelitian milik Haerudin (2017) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Tingginya pemberian insentif diyakini perusahaan dapat meningkatkan kinerja karyawan serta dapat mengurangi turnover dan actual turnover. Pada perusahaan Bank BRI Syariah Malang memberikan insentif apabila target sudah terpenuhi dan melebihi batas yang telah ditentukan Bank BRI Syariah Malang. Insentif dapat

memacu semangat dalam bekerja karena selain gaji, pemberian insentif atau bonus merupakan motivasi seorang pekerja agar bekerja lebih maksimal.

Berdasarkan hasil dari pengujian kedua ini didapatkan hasil yakni bahwa adanya pengaruh signifikan. Hasil pengujian dari hipotesis kedua menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Berdasarkan jawaban yang telah diisi oleh responden, karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang menganggap bahwa gaya kepemimpinan yang pemimpin bawakan, mempengaruhi kinerja karyawan. Apabila pemimpin terlalu galak dan menekan bawahan terus menerus akan menyebabkan bawahan tidak bekerja dengan tenang dan merasa dikejar-kejar. Namun apabila pembawaan pimpinan santai penuh tanggungjawab dan memberikan tugas sesuai dengan kemampuan bawahan maka bawahan akan bekerja semaksimal mungkin. Serta tumbuhnya rasa malu ketika tidak mengerjakan pekerjaan sesuai dengan arahan pimpinan.

Hasil pengujian kedua ini didukung dengan penelitian milik Tampi (2014) hasil dari penelitian adalah adanya pengaruh antara gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan. Berdasarkan hasil wawancara oleh salah satu karyawan Bank BRI Syariah di Malang didapatkan hasil yakni apabila pimpinan perusahaan Bank BRI Syariah memiliki sikap yang tegas, selalu memiliki komunikasi yang baik, serta selalu menerapkan prinsip keadilan kepada semua karyawan baik itu karyawan marketing maupun karyawan keseluruhan maka akan membuat karyawan giat bekerja serta tidak merasa stress dengan dikejar-kejar tuntutan dari pimpinan. Karena bekerja di Bank BRI Syariah Malang juga memiliki beban kerja yang berat. Sehingga apabila gaya kepemimpinan tersebut baik maka akan mendorong semangat bekerja karyawan Bank BRI Syariah di Malang dan kinerja yang dihasilkan akan lebih maksimal.

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis ketiga ini didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan antara usia terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Berdasarkan kuisioner yang diberikan responden, karyawan pada Bank BRI Syariah berdasarkan usia tidak mempengaruhi kinerja karyawan. Perusahaan tidak membedakan tingkat kerja berdasarkan usia, semua karyawan memiliki kapasitas kerja yang sama tidak didasarkan usia. Hasil dari pengujian ini demografi usia tidak mempengaruhi kinerja karyawan. Pada penelitian ini, memang seharusnya tidak menjadikan usia sebagai ukuran dalam bekerja. Semua karyawan memiliki tanggungjawab dalam bekerja secara masing-masing tanpa memandang usia yang dimiliki oleh karyawan Bank BRI Syariah di Malang.

Hasil pengujian ini didukung dengan penelitian terdahulu yakni bahwa demografi usia tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Hasil ini sama dengan penelitian terdahulu milik Hutagalung dan Perdhana (2016) Pada penelitian terdahulu menjelaskan bahwa tidak adanya pengaruh demografi usia terhadap komitmen afektif. Dalam penelitian terdahulu ditunjukkan tidak adanya perbedaan yang diperlihatkan oleh pekerja berusia kategori muda, menengah dan tua. Dalam penelitian terdahulu juga menunjukkan pola yang tidak terdapat hubungan yang signifikan.

Hal tersebut menunjukkan hal yang sejalan dengan penelitian ini, yakni bahwa demografi usia tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa usia setiap karyawan marketing berbeda-beda, namun hal tersebut tidak berpengaruh kepada kinerja yang dihasilkan oleh masing-masing karyawan. Karena walaupun pada usia 20-an ataupun 30-an dibebankan dengan tugas kerja yang sama. Tidak membedakan beban kerja pada setiap karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang.

Bedasarkan pengujian hipotesis keempat yaitu pengaruh demografi pendidikan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang menunjukan tidak ada pengaruh secara signifikan antara pendidikan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Berdasarkan hasil jawaban yang telah diisi oleh responden, karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang menganggap bahwa tingkat pendidikan yang dimiliki oleh semua karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang adalah homogen, karena untuk dapat bekerja di Bank BRI Syariah di Malang perusahaan telah menetapkan standarisasi calon pegawai bank dengan syarat minimal pendidikan adalah D3 semua jurusan.

Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hutagalung dan Perdhana (2016) bahwa variabel pendidikan tidak berpengaruh terhadap variabel komitmen afektif karyawan. Dijelaskan bahwa tidak terdapat perbedaan komitmen afektif, dimana berpendidikan reguler dan tinggi. Sedangkan bekerja di Bank BRI Syariah Malang sudah ada ketentuan minimal pendidikan adalah D3. Pada penelitian ini didapatkan hasil tidak ada pengaruh pendidikan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang di karenakan pendidikan sudah ada ketentuan dari perusahaan, serta perusahaan Bank BRI Syariah juga melakukan pelatihan agar semua karyawan baik tingkat pendidikan D3, S1 ataupun S2 memiliki wawasan dan pengetahuan yang sama terkait dunia kerja Bank BRI Syariah di Malang sehingga kemampuan bekerja yang dimiliki setiap karyawan sama karena sudah diadakan pelatihan tersebut.

Berdasarkan pengujian hipotesis kelima, menunjukkan jenis kelamin tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Hasil yang didapat dari penelitian yang telah dilakukan dengan menyebarkan kuisioner dan wawancara kepada responden, menunjukkan bahwa jenis kelamin (gender) tidak dapat digunakan sebagai patokan apakah jenis kelamin tersebut dapat mempengaruhi kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Sebab, kinerja karyawan baik itu perempuan atau laki-laki didasarkan target. Tidak ada perbedaan antara berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan dalam pemberian targetnya. Hal ini sejalan dengan teori bahwa laki-laki dan perempuan memiliki keahlian yang sama dan tidak dapat dibedakan begitupun kinerja antara laki-laki dan perempuan tidak ada konsistensi untuk perbedaannya (Rivai, 2007).

Selain itu hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hutagalung dan Perdhana (2016) dimana pada penelitian tersebut didapatkan pola hubungan yang sama. Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa gender tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Perusahaan telah memberikan perlakuan yang sama. Berdasarkan hasil

wawancara dengan Kepala Bagian Marketing Bank BRI Syariah di Malang, menjelaskan bahwa yang banyak mendapat penghargaan adalah karyawan yang berjenis kelamin laki-laki padahal apabila dilihat dalam keseharian karyawan perempuan adalah yang paling rajin dalam bekerja. Bekerja sebagai marketing Bank Syariah tidaklah mudah namun juga tidak berat. Hal utama yang harus dimiliki bagi seorang marketing perbankan adalah bagaimana karyawan marketing tersebut dapat menawarkan dan memasarkan produk-produk yang dimiliki Bank BRI Syariah ketimbang Bank Syariah lain. Sehingga kemampuan tersebut tidak dapat diukur apabila dengan gender yang dimiliki. Patokan dari baik dan buruknya karyawan marketing Bank Syariah adalah bagaimana cara memasarkan produk dengan baik dan mencapai target perusahaan. Selain itu perusahaan tidak memberikan perlakuan yang berbeda terhadap karyawan marketing baik itu perempuan ataupun laki-laki, perusahaan juga berlaku adil memberikan bobot kerja yang sama kepada semua karyawan pada bagian masing-masing tanpa melihat gender atau jenis kelaminnya serta diberikan tuntutan kerja yang sama.

Berdasarkan pengujian hipotesis keenam yaitu adanya pengaruh antara lama bekerja terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Menunjukkan hasil yang sejalan bahwa lama bekerja berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan. Tingginya lama bekerja seseorang dapat menumbuhkan pengalaman yang lebih dibandingkan dengan lama bekerja yang rendah. Sehingga semakin lama seseorang bekerja di sebuah instansi maka akan semakin banyak pengalaman yang didapatkan. Hal ini sejalan dengan teori yaitu bahwa lama bekerja seseorang akan menimbulkan pengalaman sehingga mudah dalam menganalisis masalah serta memiliki pengalaman yang bisa di terapkan (Robins, 2009).

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Fiazin dan Winarsih (2008) yaitu adanya hubungan antara lama bekerja dengan kinerja perawat. Lamanya masa kerja karyawan akan berpengaruh terhadap hasil dari kinerja karyawan tersebut. Karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang memiliki tanggungjawab dan tugas yang berbeda dengan karyawan Bank BRI Syariah lain seperti halnya karyawan bagian *Teller dan Costumer Service* yang bekerja hanya di kantor tidak dilapangan seperti halnya bagian *marketing* yang bekerja dilapangan dan juga di kantor. Apabila lama bekerja dari karyawan marketing tinggi maka akan mendapatkan pengalaman yang tinggi pula. Pada bagian marketing hal yang paling penting adalah bagaimana karyawan dapat memenuhi target dan nasabah yang sudah ditentukan oleh perusahaan Bank BRI Syariah di Malang. Menjadi karyawan marketing tidaklah mudah, karena apabila tidak memiliki pengalaman yang lebih dalam hal mencari nasabah dan menawarkan produk maka target dari perusahaan pun tidak akan terpenuhi. Oleh sebab itu, lama bekerja karyawan marketing sangat mempengaruhi kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Selain itu, pencapaian tujuan perusahaan tidak lepas dari kinerja karyawan yang maksimal. Sehingga untuk menunjang agar tujuan perusahaan tercapai perusahaan juga memberikan *training* kepada karyawan marketing agar dapat menambah pengalaman dan pengetahuan tentang ruang lingkup marketing di Bank BRI Syariah.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketujuh yaitu mengenai besaran insentif, gaya kepemimpinan, usia, pendidikan, gender dan lama bekerja terdapat

pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah dengan taraf signifikan yang digunakan adalah 5%. Dalam hasil penelitian didapatkan hasil yang menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) besaran insentif, gaya kepemimpinan, usia, pendidikan, gender dan lama bekerja terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah.

Pada hasil pengujian didapatkan f hitung sebesar 31,809 dan f tabel sebesar 2,83 yang berarti bahwa f hitung $>$ f tabel dapat disimpulkan bahwa hasil hipotesis diterima. Apabila seluruh variabel dijalankan secara bersama-sama maka dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Pada uji ini terdapat tingkat pengaruh sebesar 83%. Seharusnya apabila perusahaan ingin tujuan dari perusahaan tercapai serta meningkatnya kinerja karyawan maka dilakukan peningkatan dari segi pemberian insentif apabila target karyawan sudah terpenuhi. Selanjutnya pemimpin lebih meningkatkan komunikasi yang baik dengan karyawan sehingga informasi dari pemimpin kepada karyawan dapat ditangkap dengan jelas. Faktor demografi juga sangat berkaitan, seperti diadakannya *training* agar pengalaman dari karyawan bertambah serta penyetaraan gender dari karyawan laki-laki wauppun perempuan agar mendapatkan hak yang sama serta beban tugas kerja yang setara.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Besaran Insentif yang diberikan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Besaran insentif memberikan pengaruh karena dengan adanya insentif akan memberi semangat dan motivasi karyawan agar bekerja lebih giat lagi. Gaya Kepemimpinan pemimpin Bank BRI Syariah di Malang berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Gaya kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja karyawan karena gaya yang dibawakan pemimpin mempengaruhi kondisi dan situasi ketika karyawan sedang bekerja. Usia karyawan marketing tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Usia tidak berpengaruh karena Bank BRI Syariah sudah memiliki standart rekrutmen karyawan. Pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Pendidikan tidak berpengaruh karena pendidikan karyawan yang ada di Bank BRI Syariah adalah homogen, pihak dari perbankan juga telah memiliki standar penerimaan karyawan yaitu tingkat pendidikan sudah ditentukan diawal penerimaan karyawan yaitu berpendidikan minimal D3. Gender atau jenis kelamin karyawan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang karena jenis kelamin tidak dapat dijadikan ukuran kinerja seseorang giat ataupun tidak giat. Serta pemberian tugas antara laki-laki ataupun perempuan adalah sama yaitu marketing. Lama bekerja atau masa kerja karyawan marketing berpengaruh terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah di Malang. Karena semakin lama karyawan bekerja di perusahaan akan memberikan pengalaman yang lebih banyak dibandingkan karyawan yang memiliki tingkat lama bekerja rendah. Terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara besaran insentif, gaya

kepemimpinan, usia, pendidikan, gender dan lama bekerja terhadap kinerja karyawan marketing Bank BRI Syariah.

Berdasarkan penelitian ini terdapat beberapa saran yaitu : (1) Hendaknya pihak perbankan Bank BRISyariah di Malang meninjau ulang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan marketing seperti faktor insentif, gaya kepemimpinan maupun lama bekerja sehingga perbankan mampu meningkatkan pemasaran dan meningkatkan jumlah nasabah. Pada penelitian ini yang berpengaruh sebesar 83% adalah variabel besaran insentif, gaya kepemimpinan dan lama bekerja. Sehingga pihak Bank BRI Syariah dapat meningkatkan kinerja karyawan melalui 3 faktor tersebut. Serta Bank BRI Syariah dapat mengembangkan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Variabel yang tidak berpengaruh pada kinerja karyawan adalah usia, pendidikan dan gender. Sehingga perusahaan tidak perlu memperhatikan variabel tersebut karena pada dasarnya pihak Bank BRI Syariah sudah memiliki standart untuk rekrutmen karyawan. (2) Diharapkan untuk dapat menyempurnakan penelitian selanjutnya, sehingga bagi peneliti yang akan melakukan penelitian terkait dengan besaran insentif, gaya kepemimpinan, dan lama bekerja terhadap kinerja karyawan marketing hendaknya dapat menambah ataupun mengurangi variabel yang sekiranya dapat mengembangkan penelitian yang sejenis dengan penelitian ini.

5. REFERENSI

- Bank BRI Syariah. 2017. *Mengakses Pertumbuhan Bank Syariah*. Diakses pada tanggal 04 April 2019.
<https://www.brisyariah.co.id/beritaBRIS.php?news=145>
- Candrawati, dkk. 2013. *Pengaruh Insentif Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Duta Catering-CV Darma Utama Batu)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol 1 No.2
- Ekawatie, dkk. 2014. *Analisis Hubungan Faktor Demografi, Pelatihan dan Pengembangan dengan Kinerja Pegawai (Studi Pada Badan Pusat Statistik Kabupaten Kapuas, Kalimantan Tengah)*. Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 2, Nomor 3. Universitas Lampung Mangkurat
- Fahrullah, A. 2018. *Pengaruh Kepemimpinan Islami Terhadap Motivasi, Kinerja, Serta Kesejahteraan Islami*. Journal of Islamic Economics Volume 2 Nomor 2 2018
- Faizin, Achmad. Winarsih. 2008. *Hubungan Tingkat Pendidikan dan Lama Bekerja Perawat Dengan Kinerja Perawat di RSUD Pandan Arang Kabupaten Boyolali*. Jurnal Berita Ilmu Keperawatan ISSN 1979-2697, Vol. 1 No. 3
- Hasibuan, Melayu S.P. 2003. *“Manajemen Sumber Daya Manusia”*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Haeruddin, I, Maulana. 2017. *Pengaruh Gaji dan Insentif terhadap Kinerja Karyawan dan Organisational Citizenship Behaviour (OCB) pada Hotel Grand Clarion di Makassar*. Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis 2 (1) 11-12
- Hutagalung, S, P. Mirwan, S. 2016. *Pengaruh Karakteristik Demografis (Usia, Gender, Pendidikan, Masa Kerja, Dan Kepuasan Gaji) Terhadap Komitmen*

- Afektif Studi Pada Tenaga Paramedik non-PNS RSUD Kota Semarang*. Jurnal Studi Manajemen & Organisasi 13. Universitas diponegoro
- Liputan6.com. 2018. *BI Nilai Ekonomi dan Keuangan Syariah Lebih Tahan Krisis*. Diakses pada tanggal 15 Januari 2018 <https://liputan6.com/bisnis/read/3809937/bi-nilai-ekonomi-dan-keuangan-syariah-lebih-tahan-krisis>
- Otoritas Jasa Keuangan. 2017. *Statistik Perbankan Syariah*. Diakses pada tanggal 10 Januari 2018 <https://www.ojk.go.id/id/kanalsyariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/pages/statistik-perbankan-desember-2017.aspx>
- Ratu, R, dkk. 2018. *Pengaruh Pengalaman Kerja dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Lingkungan Hidup Kota Manado*. Jurnal EMBA Vol6 N01
- Rivai, Veithzal, 2005. *“Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan”*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Robins, Stephen P. 2009. *Perilaku Organisasi*. Jakarta : Salemba Empat
- Sugiyono. 2008. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta
- Tampi, B, J. 2014. *Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Negara Indonesia, Tbk*. Jurnal Acta Diuma Vol. 3 No. 4