

# KEPRIBADIAN *LOCUS OF CONTROL* KARYAWAN MARKETER PADA PT. BANK PANIN DUBAI SYARIAH

Megawaty\*)

STIM Nitro Makassar; Jl. Prof. Dr. Abdurahman Basalamah No.101, Telp 0411-459062, Fax  
0411-459061

Jurusan Manajemen, STIM Nitro Makassar

E-mail: mega.rakhman@yahoo.com

## Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis *locus of control* karyawan *marketing* pada PT. Bank Panin Dubai Syariah. Adapun penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan dilihat dari kepribadian *Locus of Control* yang dimiliki karyawan *marketing* pada PT. Bank Panin Dubai Syariah Cabang Makassar.

Alat analisis yang digunakan adalah teknik wawancara yaitu merupakan alat *re-checking* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan pada penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karyawan *marketer funding* di PT Bank Panin Dubai Syariah Kantor Cabang Makassar memiliki kepribadian *internal locus of control*.

**Kata Kunci:** Kepribadian Locus of Control, Marketer, dan Bank Syariah.

## Abstract

*The purpose of this study was to analyze the locus of control of marketing employees at PT. Bank Panin Dubai Syariah. The research is expected to be an input for companies in increasing employee work motivation seen from the personality of Locus of Control owned by marketing employees at PT. Bank Panin Dubai Syariah Makassar.*

*The analytical tool used is interview technique which is a tool for re-checking or verification of information or information obtained previously. Interview technique used in qualitative research is in-depth interviews (in-depth interviews) is the process of obtaining information for research purposes by way of question and answer face-to-face between interviewers and informants with or without using the interview guide (guide).*

*The results of the study indicate that the marketer funding employees at PT Bank Panin Dubai Syariah Makassar have internal locus of control personality.*

**Keywords:** Personality Locus of Control, Marketer, dan Islamic Bank.

## PENDAHULUAN

Perbankan pada dasarnya merupakan suatu organisasi atau badan usaha yang digerakan oleh manusia untuk mencapai suatu tujuan. Perbankan sangat membutuhkan sumber daya manusia (SDM) yang berkompeten dan mampu memberikan kontribusi yang optimal dalam rangka mencapai sasaran-sasaran organisasi.

Keberhasilan suatu organisasi ditentukan dari seberapa baik dan kompeten sumber daya manusia yang ada dalam mencapai target atau sasaran yang telah ditetapkan perusahaan, serta bagaimana proses

kegiatan pendayagunaan SDM yang meliputi, menganalisis dan mendesain pekerjaan (Bangun, 2012). Hal tersebut sangat menentukan kebutuhan sumber daya manusia. Oleh karena itu, sumber daya manusia sangat penting untuk selalu diperhatikan, dijaga, dipertahankan serta dikembangkan oleh organisasi.

Di dalam organisasi terdapat banyak sumber daya manusia yang memiliki berbagai peran penting dalam menjalankan bisnis perusahaannya terutama karyawan yang bertugas untuk bertemu langsung dengan *customer (marketing)* serta menawarkan

dan memperkenalkan produk dan jasa yang dijual oleh organisasinya. Karyawan yang melaksanakan proses pemasaran perusahaan ini disebut dengan *marketer* atau yang biasa kita kenal sebagai *marketing* sebuah perusahaan. *Marketer* adalah orang yang menjalankan aktivitas pemasaran, seorang *marketer* merupakan salah satu aset berharga yang dimiliki oleh perusahaan dalam menjalankan bisnisnya (Kotter dan Keller, 2008). Terutama *marketer* harus mampu memperkenalkan produk dengan baik kepada para konsumen serta mampu melihat peluang pasar yang baik, memiliki tekad yang kuat, inovasi yang tinggi serta kemauan yang besar dalam mencapai target yang telah ditentukan perusahaan.

Oleh karena itu perusahaan harus mampu meningkatkan semangat dan motivasi yang ada dalam diri *marketer*nya. Dengan cara mengamati sikap dan kepribadian yang dimiliki oleh para *marketer*nya apakah mereka sudah merasa puas dengan hasil yang telah mereka capai atau tidak. Serta melihat kepribadian *marketer*nya apakah telah sesuai dengan peran yang dimiliki dalam hal ini yaitu sebagai seorang *marketer*.

Setiap sumber daya manusia khususnya karyawan *marketer* adalah ujung tombak dari sebuah perusahaan yang harus mampu memperkenalkan dan menjual produk perusahaan dengan baik agar mampu mencapai target yang telah ditentukan. Sehingga dapat memberikan kontribusi yang optimal kepada perusahaan tempat dia bekerja. Kesuksesan finansial bergantung pada kemampuan *marketer* dalam melakukan proses pemasaran. Sehingga SDM *marketer* sangat perlu untuk diperhatikan. Selain itu, *marketer* yang baik harus memiliki kepribadian baik serta motivasi yang tinggi untuk mencapai kesuksesannya. Namun setiap individu memiliki kepribadian yang berbeda-beda. Setiap individu merupakan pribadi yang unik, latar belakang yang berbeda, karakteristik, individual, kebutuhan, dan cara mereka memandang dunia

antarindividu satu dengan yang lainnya berbeda (Dessler, 2011).

Setiap *marketer* memiliki motivasi dan kepribadian yang berbeda-beda untuk mencapai tujuannya sehingga menjadikan perbedaan satu dengan yang lainnya. Perbedaan individu ini memiliki dampak langsung terhadap perilaku. Dalam kepribadian manusia ada beberapa dimensi kepribadian yang terdapat dalam diri manusia yang berkaitan dengan kepercayaan diri seorang *marketer* sehingga dapat memengaruhi sesuatu yang dihasilkannya yang disebut dengan *locus of control*. *Locus of control* atau lokus pengendalian yang merupakan kendali individu atas pekerjaan mereka dan kepercayaan mereka terhadap keberhasilan diri. Lokus pengendalian ini terbagi menjadi dua *internal locus of control* dan *external locus of control*, konsep tentang *locus of control* pertama kali dikemukakan oleh Rotter pada tahun 1996 (dalam Megawaty & Baharuddin 2017), seorang ahli teori pembelajaran sosial.

Setiap individu memiliki keyakinan atas diri mereka ataupun segala sesuatu yang terjadi di luar dari diri mereka, keyakinan inilah yang memengaruhi motivasi diri karyawan dalam mengerjakan sesuatu. Seorang *marketer* yang menganggap bahwa dirinya mampu melakukan sesuatu di luar kendali orang lain akan memiliki motivasi kerja lebih baik, mereka beranggapan bahwa keberhasilan yang dicapai berkat kerja keras dan tidak bergantung dengan orang lain dibandingkan dengan seorang *marketer* yang menganggap bahwa keberhasilannya dipengaruhi oleh orang lain yang ikut serta dalam pekerjaan yang diberikannya (Sofyandi, 2012). Perbedaan kepribadian ini menimbulkan hasil kerja yang akan dicapai oleh karyawan *marketer* akan berbeda dengan karyawan lainnya, sehingga akan berkaitan dengan pencapaian target yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Hal tersebut berlaku pada semua jenis perusahaan baik perbankan maupun non bank. Namun Dalam penelitian ini objeknya adalah PT.

Bank Panin Dubai Syariah yang merupakan salah satu anak perusahaan dari PT. Bank Panin Tbk, bank umum peringkat ke-6 terbesar yang telah beroperasi selama lebih dari empat dasawarsa dalam melayani masyarakat Indonesia. Panin bank syariah adalah salah satu lembaga perbankan syariah terkemuka di Indonesia. Dalam kurun waktu yang singkat, panin bank syariah mampu tumbuh dan berkembang dengan pesat, mewujudkan kinerja keuangan yang positif tercermin dari berbagai penghargaan berbasis performa yang berhasil di raih di tahun 2012 dan 2013. Setelah mendapat izin beroperasi dari Bank Indonesia berdasarkan keputusan Gubernur Bank Indonesia No.11/52/KEP.GBI/DpG/2009 tanggal 6 oktober 2009, bank panin syariah resmi beroperasi sebagai bank berdasarkan prinsip syariah pada tanggal 2 Desember 2009.

Dari pencapaian yang telah diraih oleh bank panin syariah ini tidak lepas dari performa kinerja *marketer*nya yang selama ini memperkenalkan produk-produk dan jasa bank dengan sangat baik, terutama untuk *marketer funding* yang telah memperkenalkan produk dana seperti tabungan, giro dan deposito di mana ini merupakan produk bank dalam menghimpun dana masyarakat sehingga dapat disalurkan kembali melalui pembiayaan-pembiayaan yang dilakukan oleh *marketer financing* sehingga akan berdampak pada pendapatan bank dari hasil keuntungan yang diperoleh dari penyaluran pembiayaan tersebut. Peran *marketer funding* sangat penting dalam pencarian dana yang akan dikelola oleh bank, tanpa adanya *marketer funding* yang memiliki kemampuan dan motivasi kerja yang baik maka bank akan sulit untuk menyalurkan pembiayaan-pembiayaan yang akan berdampak positif terhadap bank jika dapat dikelola dengan baik.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di bank ini. Adapun fenomena *locus of control* yang terjadi pada PT. Bank Panin Dubai Syariah

Cabang Makassar, dari hasil observasi sebelumnya peneliti melihat ada beberapa karyawan *marketer* yang memiliki kepribadian lebih semangat dalam menyelesaikan pekerjaan yang ada serta sangat termotivasi untuk mencapai target yang telah ditentukan dengan anggapan bahwa jika mereka bergantung kepada karyawan lain saja maka mereka tidak akan mencapai hasil sesuai dengan yang mereka prediksikan. Mereka memiliki keyakinan besar terhadap apa yang sedang mereka kerjakan dengan mengandalkan diri sendiri ketimbang bergantung pada bantuan karyawan lain. Adapun dari pengamatan terdahulu peneliti juga melihat bahwa ada beberapa karyawan *marketer* yang memiliki kepribadian kurang semangat dalam bekerja, cenderung mengerjakan sesuatu karena diberikan kepadanya sehingga mudah menyerah dalam menjalankan tugas yang dianggap rumit. Mereka meyakini keberhasilan atau kegagalan yang dicapai berasal dari faktor keberuntungan dan takdir. Hal seperti ini mencerminkan bahwa karyawan *marketer* pada PT. Bank Panin Dubai Syariah memiliki kepribadian yang berbeda antara satu dengan yang lainnya dalam menyikapi target yang akan dicapai.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kepribadian *Locus of Control* Karyawan Marketing pada PT. Bank Panin Dubai Syariah”.

## **METODE PENELITIAN**

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara sebagai berikut:

1. Teknik wawancara yaitu merupakan alat *rechecking* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan pada penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya

jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara (Sutopo, 2010).

Data yang diperoleh berupa kata-kata (verbal) dan perilaku (nonverbal) dari subjek penelitian melalui wawancara. Data-data ini menggambarkan kepribadian dan sikap *marketer* pada PT. Bank Panin Dubai Syariah Kantor Cabang Makassar terhadap *locus of control*. Data verbal berupa apa yang dikatakan informan tentang kepribadian mereka dikaitkan dengan *locus of control*.

Data nonverbal merupakan apa yang dipikirkan, dipercaya, diketahui, dan disikapi oleh informan dalam kegiatannya sebagai *marketer*. Lamanya wawancara tidak dibatasi, namun tetap memperhatikan etika dan kondisi informan. Meskipun instrumen wawancara tidak terstruktur, peneliti menyiapkan konsep yang akan ditanyakan, namun dalam prakteknya peneliti akan membuat wawancara mengalir dan berkembang (Creswell, 2012). Teknik pengumpulan data nonverbal dilakukan melalui observasi dan dokumentasi berupa foto.

2. Data fotografi yaitu data yang membantu memberikan penggambaran sesuai perilaku informan. Peneliti akan dibantu oleh kamera, perekam suara, dan catatan harian observasi.

Pada penelitian kualitatif tidak dikenal adanya populasi dan sampel, tetapi dinamakan dengan informan (Sugiono, 2008). Informan adalah orang yang dimintai informasi mengenai fokus penelitian. Informasi ditentukan dengan teknik *purposive*, yaitu teknik penentuan subjek (informan) berdasarkan kriteria dan tujuan dari penelitian ini. Kriteria ini ditentukan oleh peneliti, di mana yang dipilih adalah karyawan *marketing funding* dan tidak berdasarkan jenis kelamin, selain itu mereka juga bersedia menjadi informan. Informan yang digunakan adalah sebanyak 3 (tiga) orang). Tahapan untuk memperoleh informan adalah:

1. Peneliti mencari informasi karyawan dari bagian *Head Financing*.
2. Peneliti kemudian menyeleksi calon informan tersebut dengan melihat kesesuaian dengan kriteria, dan juga berdasarkan sifat keterbukaan dan pengalaman sang informan mengenai fokus penelitian.
3. Peneliti mengajukan pertanyaan untuk kesediaan mereka melakukan wawancara dan observasi.

Dalam penelitian ini digunakan beberapa istilah sehingga didefinisikan secara operasional agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini. Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. *Locus of Control*

*Locus of Control* adalah cara pandang seseorang terhadap suatu peristiwa apakah dia merasa dapat atau tidak dapat mengendalikan peristiwa yang terjadi pada dirinya, *locus of control* dikategorikan menjadi dua yaitu:

- a. *Internal Locus of Control* adalah orang yang menyakini bahwa baik buruknya hasil kinerja sangat tergantung pada usaha yang dilakukan, prestasi dan kemampuan yang ada pada dirinya sendiri adalah orang yang memiliki *internal locus of control*. Adapun indikator *Internal Locus of Control* yaitu: Kepercayaan diri terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas dan mencapai target yang ditentukan perusahaan; Suka bekerja keras dan memiliki usaha yang lebih dalam menyelesaikan tugas dan mencapai prestasi; Memiliki kepuasan diri dalam menyelesaikan tugas tanpa bantuan orang lain.
- b. *External Locus Of Control* adalah orang yang meyakini bahwa apapun yang terjadi pada diri mereka dikendalikan oleh kekuatan luar seperti keberuntungan ataupun kesempatan dan orang yang tergolong tipe ini sangat bergantung pada kerjasamanya dengan orang lain, orang dengan tipe ini disebut *externallocus of control*. Adapun indikatornya yaitu:

Kurang suka berusaha dalam mencapai prestasi dan mencapai target atau tugas yang diberikan; Kurang memiliki inisiatif dalam menyelesaikan tugas yang diberikan; Memiliki kepercayaan bahwa keberhasilan dan pencapaian prestasi dipengaruhi oleh faktor dari luar (nasib, keberuntungan, dan lingkungan).

2. Karyawan *Marketing* (*Marketer*)

*Marketer* adalah suatu profesi seseorang yang berkaitan dengan aktivitas *marketing* dalam hal ini adalah *marketing* bagian *funding* yang ada pada PT. Bank Panin Dubai Syariah Kantor Cabang Makassar. *Marketer* atau yang sering orang sebut dengan *marketing* bank adalah orang yang menjalankan kegiatan *marketing* dalam sebuah perusahaan dengan melakukan kegiatan berupa kegiatan dalam menawarkan produk maupun jasa yang ada di tempat ia bekerja. *Marketer* juga bisa diartikan sebagai seseorang yang bekerja di sebuah perusahaan dengan cara berhubungan langsung kepada konsumen dalam menawarkan produk maupun jasa.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Wawancara ini melibatkan 3 (tiga) orang informan (objek penelitian). Adapun hasil wawancara yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1) Kepercayaan terhadap kemampuan diri dalam melakukan pekerjaan.

Seseorang yang memiliki kecenderungan untuk lebih melakukan suatu pekerjaan dengan baik dan memiliki kepercayaan diri yang kuat terhadap kemampuan yang dimilikinya untuk mencapai target yang telah ditentukan oleh perusahaan tergolong *internal locus of control*. Dari jawaban yang diberikan informan menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap kemampuan diri sangat menentukan keberhasilan yang akan dicapai serta kerja keras yang dilakukan.

Berikut penuturan-penuturan informan terkait keberhasilan diri oleh informan Masrawati Suyuti:

“Iyaa dongg... percayaa pasti lahh..untuk jadi marketing kan memang harus punya kemampuan tohh.... Karena kerja keras jugaa faktor keberuntungan jugaa takdir yaah begitulahh tapi pokoknya dari kerja keras memang dan paling utama dari doaa hahaha kerja keras sih.. karena saya percaya kerja keras itu tidak mengkhianati hasil ehh salahh hasilh tidak akan mengkhianati ushaa”.

Pernyataan informan Meriani:

“iyaa.. ehhh.. sebagai *marketing* ituu.. kita harus percaya diri, apapun yang ditargetkan kita harus yakin dulu karena apapun itu kalo kita memang sudah yakin ehhh.. insyaAllah pasti akan tercapai selain daripada itu keyakinan kita juga harus ehhh.. ini eh ikhtiar ikhtiarr mengenai hasilnya itu kan ehhh.. sudah ada hubungannya dengan eehh apa yahh maksudnya itu sudah eehh Allah yang atur yan yang yang pastinya kita terus berusaha untuk mencapai apa yang ditentukan manajemen, eh kerja keras pasti tapi bukan ehh dibilang itu semua semua karena kerja keras pasti dengann eehh... usaha dan kerja keras diluar dari itu kita juga pasti berdoaa”

Pernyataan informan Hidayat Rizal:

“iyaa jless karena itukan dalam pekerjaan harus dulu percaya diri nan setelah itu nanti ditentukan lewat *team work* lagi.... jadi saling berhubungan semua, yang pertama itu kan dari insiatip ehhh pencarian nasabah itu sendiri eehh kerja keras dulu nanti kalo misalkan butuh bantuan ke pimpinan untuk ditemani ke nasabahnya.. baru ke pimpinan minta tolongg bilangg pak mohon dibantu pakk untuk sosialisasi atau apaa kalauuu nasabah yang ditemui kita kayak kurang yakin kalo sama kita yang temui kadang tembus begituu”

2) Kepuasan yang dirasakan *marketing funding* terkait hasil yang dicapai.

Menyikapi kepuasan diri dan semangat terkait pencapaian target dan

menyelesaikan tugas yang diberikan yang nampak dalam diri *marketing funding*.

Kepribadian *locus of control* yang dimiliki *marketing funding* di bank panin dubai syariah ini dipertegas oleh informan dengan pernyataan mengenai kepuasan terhadap pencapaian target sebagai berikut :

Informan Masrawati Suyuti:

“Yaa.. puaslahh.. ka dari hasil kerja keras.. capai target alhamulillah.. kadang-kadang sih.. begitu cuman namanya kita *marketing* kita ndak bisaa ini patah semangat jadi harus tetep semangat teruss tiap harii disemangati sama pimpinan yaa pokoknya begituu.. harus semangat teruss..”

Informan Meriani:

“eeehhh.. kalo masalah puas namanya *marketing* ituu meskipun capai target kita akan selalu merasa eehhh.. belum puas karena kapan kita merasa puas berarti kita sudah ehhh bisa dibilang kita sudah menyombongkan diri dan sudah tidak akan mencari lagi karena merasa sudah merasa cukup. Jadi harus ehh kalo kepuasan itu harus eeh susah untuk dipuaskan kalau masalah target”

Informan Hidayat Rizal:

“kalo puas mungkin puass tapi kan tiap tahun target itu bertambah nah kadang kalo dikasih jadi beban kadang berat tapi kalau dikasih jadi tantangan nahh itu yang bagus sebenarnya hhhmm..”

- 3) Inisiatif yang muncul dari diri dalam mencapai target.

Seorang karyawan *marketing funding* harus memiliki banyak inisiatif untuk mencapai target yang ditentukan perusahaan agar dapat terpenuhi kebutuhan akan keberhasilan yang diraih seperti yang dituturkan oleh informan sebagai berikut:

Informan Masrawati Suyuti:

“selama empat bulan jadi *marketing* selalu tercapai sih.. siss... jadi gimana yaah hahaha... misalnya yahhh.. yahh berusaha saja semaksimal mungkin kalo pun misalnya sudah berusaha maksimal

tapi belum capai target yahh berarti masih kurang beruntung”

Informan Meriani:

“iyaa setiap bulan inisiatif ituu harus di update.. contohh kalo misalkan eeh bulan lalu saya masih kayaknya masih kurang deh nah apa yang.. saya harus introspeksi diri apa yang kurang eeh bulan lalu itu eeh kira-kira saya harus bagaimana apa yang harus saya perbaiki kemudian yang kurang mungkin harus ditambah ehh apakah itu semangatnya ehhh apakah itu pipelinenya ehhh ikhtiarnya pokoknya semuanya harus ditambah jadii kalo kita merasa kurang berarti ada yang salah pada diri kita”

Informan Hidayat Rizal:

“nahh kalo di *funding* tohh itu kan targetnya memang bulanan diakumulasikan nanti diakhir tahun kalo dalam satu bulan tidak tercapai hitungannya kita harus tutupi dii... bulan depan.. bulan depan lagi tidak.. intinya dia kalkulasinya eh..di akhir tahun jadi kalo misalkan targetnya perbulan misalkan satu milyar jadi kalo diakhir bulan.. akhir tahun maksudnya dia harus dua belas milyar saldo yang mengendap misalkaann.. untuk cari inisiatif lain jelass... karna kan target tiap tahun truss bertambah jadi kaloo ehhh masalah inisiatif harus banyak tambah teman kalo di *marketing* tambah relasii.. ehhh harus sering bergaul..”

- 4) Keberhasilan dan pencapaian target dipengaruhi oleh faktor dari luar diri.

Bagi sebagian karyawan faktor di luar dari diri mereka sangat berpengaruh dalam hal pencapaian keberhasilan, namun beberapa karyawan pun menganggap bahwa keberhasilan memang ditentukan dari kemampuan diri sendiri dan usaha, beberapa penuturan yang dituturkan oleh informan terkait faktor dari luar diri mereka yang menentukan keberhasilan diri:

Informan Masrawati Suyuti:

“adaaa jugaa cuman itu cumaa eeh dari seratus persen menurutku ehhh hanya empat puluhan persen sisanya itu ehh

yang paling besar memang dari kerja keras”

Informan Meriani:

“ohh iyaa jadii kita seorang *marketing* pergaulan itu sangat sangat dibutuhkan karena ehh ehhh apa namanya kita itu kerjanya yahh ketemu orang jadi kapan kita malas untuk keluar kapan kita malas untuk bergaul otomatis ehh referensi nasabah itu kita juga kurang atau kecil..sebenarnya itu tidak bisa sesuatu yang tidak bisa dipisahkan yahh kerja keras dengan keberuntungan karena kerja keras itu kan ehh..

salah satu usaha kerja keras itu adalah usaha kita untuk mencapai ehh.. kee.. keberuntungan jadi apabila ehh kita apa namanya kerja keras itu merupakan aduhh.. di maana tadii yahh...kerjaa kerass itu merupakan ehh.. tidak bisa kita pisahkan dengan yang namanya ehh.. keberuntungan karena keberuntungan itu.. kerja keras adalah usahaa.. keberuntungan itu adalah hasilnya..keberuntungan itu dianggaphlah hasil akhir, dianggaphlah seperti ini saya sudah bekerja keras untuk hasilnya itu anggaphlah itu keberuntungan saya jadi tidak mungkin ada keberuntungan jika kita tidak berusahaa”

Informan Hidayat Rizal:

“tiga puluh persen ngaruhh karena kalo misalkan ini too panin dubai syariah bagi hasil depositonya misalkan sekian persen ada nasabah dari bank lain yang bagi hasil dari bank syariah lainnya itu dia rendahh tiba-tiba ngobrol-ngobrol ketemu dan ternyata di bank panin dubai dia lebih tinggi dia itu pindah ke kita misalkan itu nasabah yang baru.. nah itu keberuntungan sebenarnya karena nasabah yang loyal dari suatu bank ketika bahas bagi hasilnya itu rendah terus ketemu kita yang bagi hasilnya tinggi dia pindah itu keberuntungan sebenarnya, tujuh puluh persennya itu kerja keras sama kemauan ikhtiarnya *marketing*”

Dari beberapa jawaban informan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa

meskipun terdapat perbedaan pendapat namun setiap pernyataan yang dikemukakan oleh informan tercemin adanya kepribadian *internal locus of control* pada diri karyawan *marketing funding*.

#### a. Pengelompokan Jawaban

Tabel 1. Pengelompokan jawaban

NO	MAKNA	TOTAL JAWABAN
1.	<i>Internal Locus of Control</i>	3
2.	<i>External Locus of Control</i>	0

Sumber : Data diolah berdasarkan wawancara

#### b. Reduksi Makna

Reduksi makna merupakan pengelompokan makna yang terkecil. Hal ini dilakukan apabila diketahui bahwa dari beberapa pernyataan itu masih memiliki makna yang sama. Tahap selanjutnya adalah pengelompokan makna menjadi sebuah gambaran mengenai kepribadian *locus of control marketing funding* pada PT Bank Panin Dubai Syariah Kantor Cabang Makassar.

Tabel 2. Reduksi Makna

NO.	Reduksi Makna	Respon
1.	Kepercayaan diri	Berpengaruh
2.	Usaha kerja keras	Berpengaruh
3.	Kepuasan diri	Berpengaruh

Sumber : Data diolah berdasarkan hasil wawancara

#### Pemaknaan

1) Keberhasilan diri terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas dan target yang diberikan perusahaan.

Melihat fenomena yang terjadi di PT Bank Panin Dubai Syariah Kantor Cabang Makassar karyawan *marketingnya* yakin dan percaya bahwa setiap keberhasilan yang diraih target yang dicapai berkat kemampuan diri mereka serta kepercayaan diri mereka dalam menyelesaikan tugas dan target dengan

motivasi yang kuat yang diperoleh karyawan *marketing funding* percaya bahwa setiap keberhasilan dan kegagalan yang dicapai berkat kemampuan diri dan kepercayaan diri yang dimiliki oleh *marketing funding* di bank panin dubai syariah. Keberhasilan yang diraih berkat kemampuan yang dimiliki serta doa yang paling utama dalam mewujudkan keberhasilan mereka, ikhtiar serta percaya diri yang dimiliki dari situlah informan mendapat semangat dan dorongan untuk terus bekerja keras dalam mencapai target yang diberikan kepada mereka.

- 2) Suka bekerja keras dan memiliki usaha yang lebih dalam menyelesaikan tugas dan mencapai target perusahaan.

Keberhasilan yang diraih oleh *marketing funding* di bank panin dubai syariah merupakan kerja keras dan usaha yang selama ini dibuktikan oleh mereka dengan hasil yang mereka capai, mereka menganggap bahwa kerja keras serta kemampuan yang dimilikinya menjadi faktor penentu keberhasilan mereka terhadap pekerjaan yang diberikan mereka menganggap bahwa apa yang mereka dapatkan berkat kerja keras dan usaha mereka adapun hasil yang baik yang diperoleh berkat kerja kerasnya maka merupakan suatu keberuntungan yang baik, namun mereka yakin dan percaya bahwa keberhasilan yang diraih berkat kerja keras, semangat diri dan kemampuan diri sehingga usaha tidak pernah mengkhianati hasil yang mereka capai.

- 3) Memiliki kepuasan diri dalam menyelesaikan tugas tanpa bantuan orang lain.

Selain kemampuan diri dan kerja keras yang telah mereka lakukan ada perasaan puas yang muncul dalam diri *marketing* karena melihat kerja keras yang telah mereka usahakan terbayarkan dengan pencapaian target yang mereka dapatkan, ada kepuasan tersendiri bagi mereka apabila target mereka tercapai.

Kepuasan yang muncul dari diri *marketing funding* tersebut menandakan bahwa adanya kerja keras yang dilakukan dengan berujung pencapaian target namun hal ini tidak membuat para *marketing funding* untuk cepat merasa puas dan tidak meningkatkan motivasi kerja yang dimilikinya lebih baik lagi, hal ini justru memberikan para *marketing* motivasi untuk tetap memperbaiki performa kinerja mereka dengan terus melakukan perbaikan dan tidak cepat merasa puas sehingga tidak memberikan dampak negatif terhadap kinerja mereka kedepannya.

### c. **Proposisi Penelitian**

- 1) **Proposisi Pertama**

Pada penelitian ini kepercayaan terhadap kemampuan diri memengaruhi keberhasilan yang dicapai informan yang bekerja di PT Bank Panin Dubai Syariah Kantor Cabang Makassar.

- 2) **Proposi Kedua**

Pada penelitian ini usaha dan kerja keras memiliki peran yang sangat penting terhadap pencapaian target informan.

- 3) **Proposisi Ketiga**

Pada penelitian ini kepuasan kerja yang dirasakan memiliki dampak yang positif bagi informan tetapi hal tersebut tidak membuat para informan menjadi mudah untuk merasa puas sehingga tidak meningkatkan motivasi kerja mereka.

*Marketing (marketer) funding* merupakan salah satu profesi seseorang yang berkaitan dengan aktivitas *marketing* di mana seorang marketer harus mampu memasarkan menjual memperkenalkan bahkan mempromosikan produk dan jasa yang dijual oleh bank. *Marketer funding* bertugas untuk menghimpun dana melalui penjualan produk dana seperti tabungan, giro dan deposito. Setiap *marketer funding* memiliki target yang diberikan kepada mereka yang harus dicapai, kinerja mereka dinilai berdasarkan seberapa banyak dana yang mereka kumpulkan untuk bank agar

dapat dikelola dan disalurkan melalui pembiayaan-pembiayaan yang akan memberikan pendapat kepada bank apabila pembiayaan itu dapat dikelola dengan baik. Peran *marketer funding* dapat kita lihat begitu sangat pentingnya agar manajemen perusahaan memperhatikan dan mengembangkan sumber daya manusia yang satu ini karena peran yang mereka miliki serta kontribusi yang mereka berikan kepada bank.

Oleh karena itu perusahaan harus mampu melihat sikap dan kepribadian yang dimiliki, salah satunya dengan melihat kepribadian *locus of control* yang dimiliki karyawan *marketer funding* apakah telah sesuai dengan *job description* yang telah ditentukan sehingga dapat memberikan hasil yang optimal bagi perusahaan. *Locus of control* merupakan kendali individu terhadap suatu peristiwa serta cara pandang mereka terhadap keberhasilan atau kegagalan yang dicapai yang dapat memengaruhi sesuatu yang dihasilkannya (Robbins & Judge, 2015).

*Locus of control* terbagi menjadi dua kategori yaitu *internal locus of control* dan *external locus of control* (Ivancevic, Konopaske dan Matteson, 2006). Seseorang yang memiliki *internal locus of control* memiliki kecenderungan untuk lebih aktif dalam melakukan sesuatu serta usaha dan kerja keras yang terlihat lebih dominan yang ditujukannya. Sehingga apabila mereka mengalami kegagalan maka mereka akan lebih mempertanyakan kepada diri mereka sendiri, apakah mereka sudah berusaha dengan baik atau tidak.

Mereka menyalahkan diri mereka sendiri atas kegagalan yang didapatkan karena kurangnya usaha dan kerja keras yang mereka lakukan sehingga akan membuat mereka lebih introspeksi diri dan melakukan perbaikan terhadap kerja mereka. Selain itu apabila mendapatkan keberhasilan maka seseorang dengan *internal locus of control* akan merasa bahwa yang didapatkan berkat kerja keras dan usaha yang dimilikinya sehingga merangsang mereka untuk meningkatkan kinerja mereka.

Sebaliknya dengan orang yang memiliki *external locus of control* akan cenderung menyalahkan lingkungan apabila mereka mengalami kegagalan, karena mereka percaya bahwa keberhasilan dan kegagalan dikendalikan oleh faktor diluar kemampuan dirinya. Dapat disimpulkan bahwa orang yang memiliki *external locus of control* lebih banyak menyandarkan harapannya kepada orang lain dan lebih mengharapkan datangnya situasi yang menguntungkan ketimbang berusaha mencari jalan keluar.

Adapun penelitian yang menguatkan hasil penelitian ini oleh Nurfan (2017) dengan judul penelitian Pengaruh internal dan eksternal dari *locus of control* terhadap kinerja karyawan PT. Bank Sulselbar Kantor Pusat dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *locus of control internal* dan *locus of control external* terhadap kinerja karyawan. *Locus of control internal* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien regresi variabel *locus of control internal* sebesar 0,374 yang bertanda positif signifikan pada 0,00. *Locus of control external* berpengaruh positif dan signifikan sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien regresi variabel *locus of control external* sebesar 0,563 yang bertanda positif signifikan 0,00. *Locus of control internal* dan *external* berpengaruh simultan sebagaimana yang ditunjukkan nilai signifikansi *annova* sebesar 0,000<sup>b</sup> kontribusi variabel independen (*locus of control internal* dan *external*) terhadap variabel dependen (kinerja karyawan) sebagaimana ditunjukkan oleh variabel determinasi secara simultan ( $R^2$ ) adalah 0,780 atau 78%, hal ini berarti kinerja karyawan 78% dipengaruhi oleh *locus of control internal* dan *external*. Sisanya sebesar 22% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

## KESIMPULAN

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengkaji kepribadian *locus of*

*control* karyawan *marketing* pada PT Bank Panin Dubai Syariah kantor cabang Makassar. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan informan dapat disimpulkan bahwa karyawan *marketer funding* di PT Bank Panin Dubai Syariah Kantor Cabang Makassar memiliki kepribadian *internal locus of control*.

## SARAN

1. Bagi PT Bank Panin Dubai Syariah Kantor Cabang Makassar.  
Sebagai salah satu perusahaan lembaga perbankan, di mana dalam menjalankan usahanya sumber daya manusia adalah peran utama dalam meningkatkan dan mengembangkan eksistensi perusahaan. Terutama sumber daya manusia yang bertugas untuk memperkenalkan dan menjual produk dan jasa bank kepada masyarakat luas (*marketer funding*). Oleh karena itu perusahaan dapat melihat kepribadian yang dimiliki oleh *marketer* sehingga dapat terus meningkatkan motivasi dan semangat kerjanya dalam mencapai target perusahaan. Kepribadian *locus of control* yang dimiliki karyawan perlu dijaga, dipertahankan dan dikembangkan lebih baik agar dapat memberikan kontribusi yang lebih optimal untuk perusahaan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Ada baiknya jika peneliti selanjutnya membandingkan bagaimana kepribadian *locus of control* semua karyawan yang bekerja dalam perusahaan tersebut dan juga dapat menggunakan metode kuantitatif untuk melihat perbandingan tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

Bangun, Wilson. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia, Erlangga: Jakarta.

Kotter, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2008. Manajemen Pemasaran. Erlangga: Jakarta.

Dessler, Gary. 2011. Manajemen Sumber Daya Manusia. Indeks: Jakarta.

Megawaty dan Baharuddin, Ceskakusumadewi. 2017. Analisis Perbandingan *Locus of Control* Manajer Berdasarkan Jender Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada Bank Milik Pemerintah di Kota Makassar. STIM Nitro, Makassar.

Sofyandi, Herman. 2012. Perilaku Organisasional. Graha Ilmu: Yogyakarta.

Sutopo, HB. 2010. Metode Penelitian Kualitatif. UNS Press: Surakarta.

Creswell, Wilson. 2012. *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. London: Sage Publication.

Sugiono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta: Bandung.

Robbins, Stephen P. dan Judge, Timothy A. 2015. Perilaku Organisasi. Salemba Empat: Jakarta.

Ivancevic, Jhon M, Konopaske, Robert dan Matteson Michael T. 2006. Perilaku Organisasi. Erlangga: Jakarta.

Nurfan, 2017. Pengaruh internal dan eksternal dari *locus of control* terhadap kinerja karyawan PT. Bank Sulselbar Kantor Pusat Makassar. Thesis. STIM Nitro, Makassar.