



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

**UPAYA MANAJER MEMOTIVASI KARYAWAN TERHADAP KINERJA
MARKETING DALAM PENCAPAIAN TARGET
(Studi Kasus Pada Kantor Cabang BMT Al-Falah
Berkah Sejahtera, Sumber)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu
Syarat dalam Menempuh Gelar Sarjana Syariah (S.Sy)
Fakultas Syariah Hukum Ekonomi Islam**

Disusun oleh:

IIS ISUN SUNARSIH

NIM : 14122210980



**JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH (MUAMALAH)
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
2016 / 2017**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengemukakan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

ABSTRAK

IIS ISUN SUNARSIH. 14122210980. Upaya Manajer Memotivasi Karyawan Terhadap Kinerja Marketing dalam Pencapaian Target (Studi Pada Kantor Cabang BMT Al-Falah Berkah Sejahtera, Sumber Kab. Cirebon), 2016.

Berdasarkan pada kebutuhan untuk menciptakan pemerataan ekonomi dari atas sampai bawah, maka lahirlah lembaga keuangan non bank yang disebut dengan Baitul Maal wa Tamwil. Baitul Maal wa Tamwil merupakan salah satu perintis lembaga keuangan *non* bank dengan prinsip syari'ah di Indonesia. Fungsi dan jenis dana yang dikelola oleh Baitul Maal wa Tamwil, terdapat dua tugas penting Baitul Maal wa Tamwil, yakni terikat dengan pengumpulan dana dan penyaluran dana. Oleh karena itu, untuk memperoleh kinerja marketing yang baik, maka pihak manajer perlu memperhatikan faktor motivasi yang mempengaruhi kinerja marketing supaya bisa bertanggungjawab dan bisa tercapainya target produktivitas perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan upaya manajer memotivasi kinerja marketing dan bisa untuk pencapaian target di Kantor Cabang Baitul Maal wa Tamwil Al-Falah Berkah Sejahtera Sumber.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data penelitian di peroleh dari hasil observasi, dokumentasi dan wawancara dengan karyawan Kantor Cabang Baitul Maal wa Tamwil Al-Falah Berkah Sejahtera Sumber kemudian menganalisisnya melalui reduksi data, penyajian data, dan pembuatan kesimpulan.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Kantor Cabang Baitul Maal wa Tamwil Al-Falah Berkah Sejahtera menerapkan motivasi terhadap karyawan khususnya kinerja marketing untuk bisa meningkatkan pencapaian target dalam pengumpulan data atau penyaluran data. Dan dengan cara manajer memotivasi kinerja marketing sehingga bisa melakukan target yang sudah di tentukan, sehingga tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan. Meskipun banyak hambatan dari faktor internal dan faktor eksternal, tapi strategi marketing terus berusaha semaksimal mungkin dan bisa menyelesaikan tugasnya masing masing.

Kata Kunci : Manajer. Motivasi Kerja, kinerja, dan Marketing.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

ABSTRACT

IIS ISUN SUNARSIH. 14122210980. Efforts Managers Motivating Employees on Performance Marketing in Achieving Target (Studies in Branch Office BMT Al-Falah Blessing Welfare, Sumber Kab. Cirebon), 2016.

Based on the need to create economic equality from top to bottom, it gives birth to non-bank financial institutions called Baitul Maal wa Tamwil. Baitul Maal wa Tamwil one of the pioneers of non-bank financial institutions with the principles of Shari'ah in Indonesia. Functions and types of funds managed by Baitul Maal wa Tamwil, there are two important tasks Baitul Maal wa Tamwil, which is tied to fundraising and disbursement of funds. Therefore, to obtain a good marketing performance, then the manager should consider motivational factors that affect the performance of marketing in order to be responsible and to the achievement of the target company's productivity. This study aimed to describe the performance marketing effort to motivate managers and can be used for meeting the targets in the Branch Office Baitul Maal wa Tamwil Al-Falah Blessing Sejahtera.

This study uses qualitative research with descriptive approach. Research funds obtained from the observation, documentation and interviews with employees of the Branch Office Baitul Maal wa Tamwil Al-Falah Blessing Sejahtera then analyze it through data reduction, data presentation, and of making conclusions.

From the research results show that the Branch Office Baitul Maal wa Tamwil Al-Falah Blessings Prosperity apply to employee motivation, especially the performance of marketing in order to improve the achievement of targets in data collection or distribution data. And by the way managers motivate performance marketing can do a target that has been specified, so that over the years has increased significantly. Despite the many obstacles of internal factors and external factors, but the marketing strategy continues to strive as much as possible and able to complete the task, respectively.

Keywords: Manager. Work Motivation, Performance, and Marketing.



المخلص

IIS ISUN SUNARSIH. ٠٨٩٠١٢٢٢١٤١

جهود مديري تحفيز الموظفين على التسويق الأداء في تحقيق الهدف (دراسات في مكاتب فرع وتصبح مقرا مال الفلاح الملكية نعمة تنمية ثراء) ٦١٠٢

وبناء على الحاجة إلى خلق المساواة الاقتصادية من أعلى إلى أسفل، وأنه يعطي ولادة إلى المؤسسات المالية غير المصرفية ودعا تصبح مقرا مال والتطوير العقاري. تصبح مقرا مال والتطوير العقاري هو واحد من رواد المؤسسات المالية غير المصرفية مع مبادئ الشريعة الإسلامية في إندونيسيا. وظائف وأنواع من الصناديق التي تديرها تصبح مقرا مال والتطوير العقاري، وهناك نوعان من المهام الهامة تصبح مقرا مال والتطوير العقاري، والذي لا بد أن جمع التبرعات وصرفها للأموال. لذلك، للحصول على أداء التسويق الجيد، ثم مدير ينبغي أن تنظر العوامل المحفزة التي تؤثر على أداء التسويق من أجل تحمل المسؤولية وتحقيق إنتاجية الشركة المستهدفة. هدفت هذه الدراسة إلى وصف الجهود التسويقية أداء لتحفيز المديرين ويمكن استخدامها لتحقيق الأهداف عند مكاتب فرع والتطوير العقاري تصبح مقرا مال الفلاح نعمة ازدهارا.

تستخدم هذه الدراسة البحثية النوعي مع المنهج الوصفي. تمويل البحوث التي تم الحصول عليها من المراقبة والتوثيق ومقابلات مع موظفي مكتب فرع وتصبح مقرا مال الفلاح التطوير العقاري نعمة مزدهرة ثم تحليلها من خلال الحد من البيانات، عرض البيانات، وجعل استنتاجات.

من الأبحاث أظهرت النتائج أن فرع مكتب تصبح مقرا مال وتطوير الفلاح بركاته كنز الازدهار تنطبق على تحفيز الموظفين، وخاصة أداء التسويق من أجل تحسين تحقيق الأهداف في البيانات جمع البيانات أو التوزيع. وبالمناسبة مديري تحفيز أداء التسويق يمكن أن تفعل الهدف الذي تم تحديده، وذلك على مدى السنوات ازداد بشكل ملحوظ. بالرغم من كل المعوقات من العوامل الداخلية والعوامل الخارجية، ولكن استراتيجية التسويق وتواصل السعي قدر الإمكان وقادرة على إكمال المهمة، على التوالي.

كلمات البحث: مدير. العمل الدافع والتسويق الأداء.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “UPAYA MANAJER MEMOTIVASI KARYAWAN TERHADAP KINERJA MARKETING DALAM PENCAPAIAN TARGET (Studi Kasus Pada Kantor Cabang BMT Al-Falah Sumber)”, yang disusun oleh Iis Isun Sunarsih NIM. 14122210980 telah diajukan dalam sidang munaqasyah pada tanggal 18 Agustus 2016.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum Ekonomi Syariah (S.Sy) pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.


Cirebon, Agustus 2016

Sidang Munaqasyah

Ketua



H. Juju Jumena, MH
NIP. 19720514 200312 1 003

Sekretaris



Eef Saefulloh, M.Ag
NIP. 19760312 200312 1 003

Anggota

Penguji I


Toto Suharto, SE, M.S.i.
NIP.19681123 200003 1 001

Penguji II


Eef Saefulloh, M.Ag
NIP. 19760312 200312 1 003



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
 2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 © Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vi
NOTA DINAS.....	vii
PERNYATAAN OTENTITAS	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
MOTTO	x
PERSEMBAHAN.....	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan.....	10

BAB II MANAJER, MOTIVASI KERJA, DAN KINERJA MARKETING

A. Kajian Teoritis	11
1. Manajer	
a. Definisi Manajer dan Spesifikasinya	11
b. Karakteristik Manajer	15
c. Fungsi Manajer	16
d. Keterampilan dan Peran Manajer	18
e. Proses Manajemen	21
f. Manajer dalam Perspektif Islam	28
2. Motivasi Kerja	
a. Pengertian Motivasi Kerja	30
b. Teori Motivasi Terikat dengan Kinerja	31
c. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Kerja.....	33
d. Prinsip-prinsip dalam Motivasi Kerja.....	38
e. Teknik Motivasi Kerja	39
f. Model Motivasi.....	39
g. Bentuk-bentuk Motivasi	40
h. Motivasi dalam Perspektif Islam	42
3. Kinerja	



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
 2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

a.	Pengertian Kinerja	44
b.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja.....	46
c.	Karakteristik Kinerja	46
4.	Marketing	
a.	Pengertian Pemasaran	48
b.	Unsur-Usur Marketing	50
c.	Tujuan Marketing	53
d.	Konsep-Konsep Marketing	53
e.	Dalam Pandangan Islam	54
B.	Penelitian Terdahulu	55
 BAB III METODE PENELITIAN		
A.	Lokasi Penelitian	59
1.	Waktu Penelitian	59
2.	Tempat Penelitian	59
B.	Jenis & Pendekatan Penelitian	59
C.	Sumber Data.....	60
D.	Teknik Pengumpulan Data	61
E.	Teknik Analisis Data.....	63
F.	Teknik Keabsahan Data	64
 BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN		
A.	Profil Lembaga	
1.	Profil BMT Al-Falah Sumber, Cirebon.....	66
2.	Sejarah Singkat BMT Al-Falah Sumber.....	67
3.	VISI dan MISI BMT Al-Falah	69
4.	Struktur Organisasi BMT Al-Falah	70
5.	Struktur Organisasi Kantor Cabang BMT Al-Falah Sumber ...	72
B.	Teknik Pengumpulan Data	
1.	Langkah-langkah manajer memotivasi karyawan terhadap kinerja marketing dalam pencapaian target	75
2.	Langkah-langkah kinerja marketing dalam mencapai target	78
3.	Faktor-faktor penghambat dan penunjang kinerja marketing dalam pencapaian target	83
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
A.	Kesimpulan.....	93
B.	Saran.....	94
 DAFTAR PUSTAKA		96
 LAMPIRAN		



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank sebagai lembaga keuangan pada awalnya hanya merupakan tempat penelitian harta oleh para saudagar untuk menghindari adanya kejadian kehilangan, kecurian, ataupun bahkan perampokan selama proses perjalanan dari sebuah perdagangan. Bank juga sebuah lembaga modern dan merupakan lembaga keuangan tertua pertama kali berdiri pada abad ke-14 di kota Venesia dan Genoa di Itali (Usman, 2002:1), tepatnya pada tahun 1587 dengan nama Benco Della Pizza (Haron, 1996:2).¹

Lembaga keuangan merupakan bagian dari sistem keuangan dalam ekonomi modern yang melayani pemakai jasa keuangan. Menurut surat keputusan Menteri Republik Indonesia No. 792 Tahun 1990, lembaga keuangan diberikan batasan sebagai semua badan yang kegiatannya bidang keuangan, melakukan penghimpunan dana, dan menyalurkannya kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan. Di Indonesia sendiri lembaga keuangan dibagi menjadi dua yaitu lembaga keuangan bukan bank dan lembaga keuangan bank. Lembaga keuangan ini dapat memilih untuk melaksanakan kegiatannya atas dasar prinsip konvensional atau prinsip syari'ah.²

Lembaga keuangan yang berprinsip syari'ah mempunyai kedudukan yang sangat penting sebagai lembaga ekonomi yang berbasis syari'ah ditengah proses pembangunan nasional. Berdirinya Lembaga Keuangan Syari'ah (LKS) merupakan implementasi dari pemahaman umat Islam terhadap prinsip-prinsip muamalah dalam hukum ekonomi Islam yang selanjutnya direpresentasikan dalam bentuk pranata ekonomi Islam sejenis lembaga keuangan syari'ah bank dan non bank.

¹ Nurul Huda, *lembaga Keuangan Islam*, (Jakarta, Kencana Prenada Media, 2010), hlm 23

² Sumar'in, *Konsep Lembaga Bank Syariah*, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2012), hlm 36

Berdasarkan pada kebutuhan untuk menciptakan pemerataan ekonomi dari atas sampai bawah, maka lahirlah lembaga keuangan non bank yang disebut dengan Baitul Maal wa Tamwil (BMT). Baitul Maal wa Tamwil (BMT) merupakan salah satu perintis lembaga keuangan *non* bank dengan prinsip syari'ah di Indonesia. Baitul Maal wa Tamwil (BMT) sebagai lembaga ekonomi yang bermisi memberdayakan pengusaha kecil bawah dan kecil yang menerapkan prinsip syari'ah, telah terbukti berperan dalam membangun perekonomian masyarakat khususnya lapisan bawah. Dikarenakan perannya yang sangat strategis inilah, akhirnya pada tanggal 7 Desember 1997 Presiden RI berkenan mencanangkan BMT sebagai gerakan nasional dalam rangka memberdayakan masyarakat lapisan bawah.

Dari kenyataan tersebut BMT memerlukan strategi yang tepat dalam memberdayakan usaha kecil dan menengah. BMT merupakan balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt al-mal wa al-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi.³

Dalam perkembangannya, BMT ini dapat berjalan dengan baik jika dijalankan oleh sumber daya yang efektif, berorientasi pada tujuan, dan produktif. Sumber daya memiliki posisi sangat strategis, artinya sumber daya ini memegang peranan penting dalam melakukan aktivitas untuk mencapai tujuan. Keberhasilan suatu lembaga keuangan syari'ah salah satunya ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia yang berperan merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan organisasi yang bersangkutan. Oleh karena itu, sumber daya manusia merupakan salah satu unsur yang paling penting. Kinerja suatu lembaga keuangan sangat ditentukan oleh sumber daya manusia yang berada didalamnya. Apabila sumber daya manusianya memiliki motivasi tinggi, kreatif, dan mampu mengembangkan inovasi, kinerjanya akan menjadi semakin baik.⁴

³ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta:Kencana, 2009), hlm 452.

⁴ Wibowo, *Manajemen Kinerja*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm 413.



Setiap lembaga keuangan yang salah satunya adalah BMT menginginkan sumber daya manusia yang dimilikinya dapat memberikan kontribusi sebesar-besarnya. Namun, dalam kenyataan sering ditemui bahwa kemampuan sumber daya manusia belum dapat memenuhi harapan manajer maupun pemimpin. Upaya pengembangan kemampuan ini mengandung konsekuensi waktu dan biaya yang harus disediakan manajer, dan pemimpin. Hal tersebut diharapkan akan memberikan manfaat berupa peningkatan kinerja sumber daya manusia yang bertampak pada peningkatan kinerja.

Sumber daya manusia walaupun telah direkrut melalui seleksi yang baik, namun dalam melaksanakan tugasnya masih selalu menghadapi persoalan yang tidak dapat diselesaikan sendiri. Dalam hal masih terdapat kekurangan kemampuan dan keterampilan pekerja, manajer dapat mengirimkan pekerja dalam suatu program pelatihan yang diselenggarakan secara khusus. Salah satunya dengan cara memberikan motivasi kerja terhadap sumber daya manusianya.

Motivasi merupakan faktor dalam kompetensi yang dapat berubah. Dengan memberikan dorongan, apresiasi terhadap pekerjaan bawahan, memberikan pengakuan dan perhatian individual dari atasan dapat mempunyai pengaruh positif terhadap motivasi seorang bawahan. Apabila manajer dapat mendorong motivasi pribadi seorang pekerja, kemudian menyelaraskan dengan kebutuhan bisnis, mereka akan sering menemukan peningkatan penguasaan dalam sejumlah kompetensi yang mempengaruhi kinerja.

Apabila pekerja mempunyai motivasi untuk mencapai tujuan pribadinya, maka mereka harus meningkatkan kinerja. Meningkatnya kinerja pekerja akan meningkatkan pula kinerja operasionalnya. Dengan demikian, meningkatnya motivasi pekerja akan meningkatkan kinerja individu, maupun kelompok.

Untuk meningkatkan sebuah kinerja yang baik secara individu ataupun kelompok dan motivasi yang baik pula, maka harus ada seorang



pemimpin ataupun manajer untuk melakukan kontrol, memberikan pengarahan dan memelihara disiplin. Jadi Peran manajer adalah sebagai leader.⁵

Dengan demikian motivasi sangat dibutuhkan seorang karyawan untuk meningkatkan kinerja. Karena dengan begitu produktivitas perusahaan akan mendapatkan hasil yang terbaik. Dan juga dapat mempengaruhi karyawan agar mempunyai semangat untuk melakukan pekerjaan dengan sungguh-sungguh. Dan juga akan membantu mengasah kemampuan, kecakapan dan ketrampilan yang dimiliki karyawan serta menghasilkan efektivitas manajer.

Kemudian manajer mengkonsepkan manajemen sumber daya insani karena diharapkan mereka mampu untuk menunjukkan kinerja yang optimal. Para karyawan mampu meningkatkan kompetensi dan kemampuan teknis guna merealisasikan tujuan yang telah ditetapkan dalam perencanaan. Untuk itu, tugas awal yang harus dilalukan pemimpin adalah seleksi calon pegawai guna menempati pos-pos pekerjaan dalam lembaga keuangan yang telah ditetapkan. Penempatan karyawan juga merupakan aktivitas kunci untuk menentukan jalannya sebuah perusahaan atau lembaga keuangan.

Pengembangan kualitas sumber daya manusia merupakan kunci utama dalam pembangunan, sehingga tercapainya suatu tujuan. Maka dari itu manajer harus mempunyai teknik dalam memotivasi kerja, antara lain teknik positif dan teknik negatif. Teknik positif umumnya memberikan pengharapan kepada karyawan, biasanya dengan cara memberi imbalan agar lebih giat dan lebih baik dalam bekerja. Sedangkan teknik negatif dalam bentuk pemberian sanksi bagi yang melanggar.⁶

Maka, BMT harus bisa selektif dalam menempatkan calon pegawai yang berkompeten, memiliki pengetahuan yang luas, rasa tanggung jawab dan dapat dipercaya (amanah).

⁵ Wibowo, *Manajemen Kinerja*, hlm. 422

⁶ Yunus, titien Sukartini, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Majalengka: Universitas Majalengka, Cetakan ke-2, 2013), hlm 169.



Suatu perusahaan atau lembaga keuangan harus memilih karyawan yang bisa bekerja dengan baik sesuai dengan yang diperintahkan dan bisa menjaga amanah dari seorang pemimpin. Dan Allah SWT berfirman dalam Quran Surat At-Taubah ayat 105:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ

وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya: *Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan"*.

Jadi dalam Al-Quran telah dijelaskan bahwa Islam mengajarkan umatnya untuk mengisi hidupnya dengan bekerja dan tidak memberikan waktunya terbuang percuma. Allah hanya akan melihat dan mempertimbangkan hasil kerja manusia, karena bekerja secara produktif merupakan amanat ajaran islam. Jadi tidak hanya dilihat dari segi kuantitas (jumlah) hasil yang dicapai, akan tetapi mutu (kualitas) pekerjaan yang semakin baik.

Penempatan karyawan di suatu BMT salah satunya adalah bagian pemasaran (*marketing*). Pemasaran (*marketing*) merupakan sebuah strategi bisnis yang bertujuan untuk mencapai kepuasan berkelanjutan bagi *stakeholder* (pelanggan karyawan pemegang saham). Sebagai strategi bisnis, *marketing* juga merupakan tindakan penyesuaian suatu organisasi yang berorientasi pasar dalam kenyataan bisnis baik dalam lingkungan makro atau mikro yang terus berubah, yang bertujuan agar perusahaan dapat mengatasi persaingan, mencegahnya perosotan pangsa pasar stagnasi dan mencegah kebangkrutan.⁷

⁷ Ali Hasan, *Marketing*, (Jakarta:Medpress, 2008), hlm 1.



Dengan demikian BMT harus bisa melakukan analisis yang cermat terhadap berbagai perubahan yang nantinya akan dapat melihat dengan jelas kekuatan-kekuatan perubahan yang dapat berdampak secara signifikan terhadap perusahaan. Marketer harus selalu mengadakan penyesuaian *design* rencana bangun strategi, program dan *value* untuk menggerakkan bisnis untuk mencapai sasaran. Oleh karena, itu peneliti merasa kajian mengenai manajer dalam memotivasi kinerja karyawannya adalah sesuatu yang penting dengan kondisi tersebut kajian mengenai BMT khususnya aspek *marketing* dalam memenuhi pencapaian target untuk mencapai sasaran menjadi hal yang baru yang layak dikaji secara mendalam. Rencana *marketing* diatur lewat keputusan yang dapat meyakinkan setiap mitra internal untuk saling bekerja sama agar dapat mencapai target tersebut. *Marketing* harus mengimplementasikan rencana yang telah dibuat antar manajer dan marketing itu sendiri, agar bisa efektif kegiatan yang harus dilaksanakan, bertanggung jawab atas waktu dan lokasi yang telah disepakati bersama.

Sebagai objek penelitian BMT sebagai lembaga keuangan syariah non bank yang memiliki tugas menarik dan mengelola dana masyarakat serta dapat berfungsi menjadi lembaga sosial, BMT menempatkan dirinya dalam posisi yang sangat strategis. Posisi BMT yang strategis tersebut tidak hanya memiliki kewenangan dalam penarikan dan pengelolaan dan masyarakat, tetapi juga dapat berperan dalam upaya pengentasan kemiskinan melalui program kemitraan usaha.

Keberadaan Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) sebagai lembaga keuangan mikro syariah mengalami perkembangan yang dinamis. Pada pertengahan tahun 1990-an jumlah BMT mencapai 3.000 unit. Namun, pada bulan Desember 2005, jumlah BMT yang aktif diperkirakan mencapai 2.071 unit. Menurut perkiraan Pusat Inkubasi Usaha Kecil (Pinbuk), sampai



dengan pertengahan tahun 2006, diperkirakan jumlah BMT mengalami peningkatan kembali hingga mencapai sekitar 3.200 unit.⁸

Pada tahun 2010, telah ada sekitar 4.000 BMT yang beroperasi di Indonesia. Beberapa diantaranya memiliki kantor pelayanan lebih dari satu. Wilayah operasionalnya pun sudah mencakup daerah pedesaan dan daerah perkotaan, di pulau Jawa dan luar Jawa.⁹

Demikian halnya ketika BMT membutuhkan partisipasi masyarakat untuk kurun waktu tertentu, BMT hendaknya berperan pula memberdayakan sektor usaha kecil dan menengah memiliki mitra usaha yang baik capable. Minat dan motivasi wirausaha di kalangan pengusaha kecil dan menengah sangat memerlukan bantuan dan dukungan lembaga keuangan sejenis BMT.¹⁰

Berdasarkan uraian diatas, penulisan tertarik untuk mengangkat masalah tersebut dengan melakukan penelitian dengan judul **“UPAYA MANAJER MEMOTIVASI KARYAWAN TERHADAP KINERJA MARKETING DALAM PENCAPAIAN TARGET” (Studi Kasus pada BMT Al-Falah Berkah Sejahtera cabang Sumber Kab. Cirebon)**

B. Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Penelitian ini termasuk dalam kajian wilayah Ekonomi Mikro Islam yaitu tentang manajer memotivasi kinerja marketing. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan menerapkan upaya manajer memotivasi marketing untuk pencapaian target.

⁸ Buchari Alma, Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung:Alfabet, 2014), hlm 22.

⁹ Awali Rizky, “Perkembangan BMT dari Tahun ke Tahun”, dalam www.Puskopsyahlampung.com (20 Juni 2016)

¹⁰ Ahmad Hasan Ridwan dan Deni K. Yusuf, *BMT dan Bank Islam: Instrumen Lembaga Keuangan Syariah*,(Bandung:Pustaka Bani Quraisy, 2004), hlm 34.



2. Pembatasan Masalah

Mengingat sangat luasnya permasalahan dalam penelitian ini, penulis membatasi masalah yang akan dibahas yaitu mengenai upaya manajer memotivasi kinerja marketing dalam pencapaian target di BMT Al-Falah Cabang Sumber Cirebon.

3. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana upaya manajer memotivasi karyawan terhadap kinerja marketing dalam pencapaian target pada Kantor Cabang BMT Al-Falah Berkah Sejahtera Sumber?
- b. Bagaimanakah implementasi kinerja marketing dalam pencapaian target pada Kantor Cabang BMT Al-Falah Berkah Sejahtera Sumber?
- c. Apa faktor penghambat dan penunjang kinerja marketing dalam pencapaian target pada Kantor Cabang BMT Al-Falah Berkah Sejahtera Sumber?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui upaya manajer memotivasi karyawan terhadap kinerja marketing dalam pencapaian target di Kantor Cabang BMT Al-Falah Berkah Sejahtera Sumber.
2. Untuk mengetahui implementasi kinerja marketing dalam pencapaian target pada di Kantor Cabang BMT Al-Falah Berkah Sejahtera Sumber.
3. Untuk mengetahui faktor penghambat dan penunjang kinerja marketing dalam pencapaian target pada Kantor Cabang BMT Al-Falah Berkah Sejahtera Sumber.



D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi penulis untuk menambah dan mengembangka ilmu pengetahuan secara teoritis tentang motivasi, khususnya memotivasi kinerja marketing dalam pencapaian target.

2. Kegunaan Akademik

Penelitian ini sebagai perwujudan Tri Darma Perguruan Tinggi di IAIN Syekh Nurjati Cirebon Fakultas Syariah, khususnya jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam sebagai sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun bahan kerja institusi dan dijadikan sebagai referensi bagi peneliti yang terikat untuk melakukan penelitian tentang ekonomi mikro islam.

3. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi bahan referensi dalam memotivasi kinerja marketing dalam pencapain terget di Kantor Cabang BMT Al-Falah Berkah Sejahtera dan dapat memberikan informasi bagi Kantor Cabang BMT Al-Falah Berkah Sejahtera bagi objek penelitian.



E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB 1. Pendahuluan. Bagian ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan batasan penelitian.

BAB II. Kajian Pustaka. Bagian ini akan membahas tentang penelitian terdahulu dan landasan teori yang terdiri dari, teori manajer, teori motivasi, teori marketing.

BAB III. Metode Penelitian. Bagian ini berisi tentang lokasi penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data, teknik analisis data, dan sistematika penulisan.

Bab IV. Pembahasan dan Hasil Penelitian. Bagian ini akan membahas hasil dari penelitian, pembahasan data hasil penelitian.

BAB V. Kesimpulan dan Saran. Berisi tentang kesimpulan dan saran-saran





DAFTAR PUSTAKA

- Huda, Nurul. 2010. *lembaga Keuangan Islam*. Jakarta, Kencana Prenada Media.
- Sumar'in. 2012. *Konsep Lembaga Bank Syariah*. Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Soemitra , Andri. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta:Kencana.
- Wibowo. 2011. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Pers
- Yunus & titien Sukartini. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Majalengka: Universitas Majalengka, Cetakan ke-2.
- Hasan , Ali. 2008. *Marketing*. Jakarta:Medpress.
- Alma, Buchari & Donni Juni Priansa. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung:Alfabeta
- Rizky, Awali, "Perkembangan BMT dari Tahun ke Tahun", dalam www.Puskopsyahlampung.com
- Ridwan, Ahmad Hasan dan Deni K. Yusuf. 2004. *BMT dan Bank Islam: Instrumen Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Siswanto. 2008. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : Bumi Aksara
- M. Herujito ,Yayat. 2001. *Dasar-Dasar Manajemen*. Bogor: Grasindo.
- Hafidhuddin, Didin & Hendri Tanjung. 2003. *Manajemen Syariah dalam Praktek*. Jakarta: Gema Insani
- Yunus & Wahyudin Nawawi. 2013. *Entrepreneurship*. Majalengka: Universitas Majalengka.
- Husaini Usman, *Manajemen Teori praktek dan Riset Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008
- K. Terry , George. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Pt. Bumi Aksara
- Salam , Abdus. 2008. *Manajemen Sumber Daya Insani*. Cirebon: STAIN Press.

- Al Maraghi , Ahamad Musthafa. 1980. *Tafsir AL Maraghi Zuz xxvi*. Semarang: Tohaputra
- Assauri , Soyjan. 2008. *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Jakarta: LPFEUI.
- Muhammad. 2005. *Manajemen Bank Syari'ah*. Yogyakarta:Unit Penerbit dan Percetakan (Upp) Ampykp
- Kolter, Philip & Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Lupiyoadi , Rambat & A. Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana
- S.P. Hasibuan, Malayu. 2001. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Diana , Ilfi Nur. 2008. *Hadits-Hadits Ekonomi*. Yogyakarta: UIN Malang Press
- Pratiwi ,Anisa. 2014. Skripsi : *PENGARUH MOTIVASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI (Studi Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Wilayah Telkom Pekalongan)*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
- Nurlaela. 2010. Skripsi : *Pengaruh motivasi kerja dan kepemimpinan terhadap kinerja karyawan (studi kasus pada BMT Ikhlasul Amal Karangampel Indramayu)*, STAIN Cirebon.
- Dewi, Nurul Rohana. 2014. Skripsi : *pengaruh kemampuan, motivasi, dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan (studi kasus pada BMT Taruna Sejahtera)*, STAIN Salatiga.
- Siti Rohaeni pada. 2010. *“Pengaruh Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Masyarakat Untuk Bertransaksi Di Bank Syariah”* tahun 2010 dalam kualitas-pelayanan-bauran-pemasran.
- Magdalena. 2006. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah*. Medan: Tesis Tidak Diterbitkan.
- Moh. Nazir. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia

- Arikunto, Suharsimi . 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Cetakan Ke-20*. Bandung : Alfabeta
- Moleng, Lexy J. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Jusmaliani. 2011. *Pengelolaan Sumber Daya Insani*. Jakarta: Bumi Aksara
- Muhammad Ridwan. 2004. *Manajemen Baitul Maal Watamwil*. Yogyakarta: UII Pres,
- Hendar & Kusnadi. 2005. *Ekonomi Koperasi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Prawirosentono Suyadi. 1999. *Manajemen Sumber Daya Manusia Kebijakan Kinerja Karyawan Kiat Membangun Organisasi Kompotitif Menjelang Perdagangan Bebas Dunia*. Yogyakarta: BPFE
- Fahmi Irham. 2013. *Manajemen Kinerja*. Bandung: Alfabeta
- [http://www.KajianPustaka.com/2014/01/Pengetian-Indikator-faktor mempengaruhi kinerja.html](http://www.KajianPustaka.com/2014/01/Pengetian-Indikator-faktor-mempengaruhi-kinerja.html).
- Pengertian-skripsi.blogspot.co.id/2011/02/jenis-jenis motivasi.html?m=1
- <http://www.motivasi-islam.com/motivasi-kerja-dalam-islam/>.
- <http://rokhmadfarid.blogspot.blogspot.com/2012/07/kualitas-pelayanan-bauran-pemasran.html?m=1>

