

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Manajemen Sumber Daya Manusia

1. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut **A. A. Anwar Prabu Mangkunegara (2013:2)**, “Manajemen sumber daya manusia merupakan suatu perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, pemberian balas jasa, pengintegrasian, dan pemisahan tenaga kerja dalam rangka mencapai tujuan organisasi”.

Manajemen sumber daya manusia dapat didefinisikan pula sebagai suatu pengelolaan dan pendayagunaan sumber daya yang ada pada individu (pegawai). Pengelolaan dan pendayagunaan tersebut dikembangkan secara maksimal di dalam dunia kerja untuk mencapai tujuan organisasi dan pengembangan individu pegawai.

Selanjutnya menurut **A.F Stoner** yang dikutip oleh **Sondang P. Siagian (2013:6)**, “Manajemen sumber daya manusia yaitu suatu prosedur berkelanjutan yang bertujuan untuk memasok suatu organisasi atau perusahaan dengan orang-orang yang tepat untuk ditempatkan pada posisi dan jabatan yang tepat pada saat organisasi memerlukannya”.

Adapun menurut **Malayu S.P. Hasibuan (2011:10)**, “MSDM adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat”.

2. Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut **Jaja Jahari & M. Sobry Sutikno (2008:7)** tujuan manajemen sumber daya manusia adalah sebagai berikut:

Salah satu alasan utama berdirinya organisasi adalah untuk mencapai tujuan. Usaha untuk mencapai tujuan tersebut dilaksanakan melalui pelaksanaan berbagai macam tugas. Berbagai macam tugas itu tentu saja berbeda-beda, dan tugas-tugas itu harus dilakukan secara efektif dan efisien untuk membantu organisasi mencapai tujuannya. Supaya bisa efektif dan efisien, tugas-tugas itu harus dilakukan oleh orang atau pelaksana yang tepat, yang memiliki kemampuan sesuai dengan beban tugas yang harus dilaksanakan, sehingga para pelaksana memiliki dorongan atau motivasi yang tinggi untuk menjalankannya. Selain dipengaruhi oleh adanya kesesuaian dengan kemampuan, juga harus sesuai dengan ganjaran yang diterima, dan tidak ada hambatan-hambatan yang serius dalam pelaksanaan pekerjaan dan lain-lain.

3. Fungsi Operatif Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut **A. A. Anwar Prabu Mangkunegara (2013:2)**, terdapat enam fungsi operatif manajemen sumber daya manusia, yaitu sebagai berikut:

1. Pengadaan tenaga kerja terdiri dari:
 - a. Perencanaan sumber daya manusia
 - b. Analisis jabatan
 - c. Penarikan pegawai
 - d. Penempatan kerja
 - e. Orientasi kerja (*job orientation*)
2. Pengembangan tenaga kerja mencakup:
 - a. Pendidikan dan pelatihan (*training and development*)
 - b. Pengembangan (*karier*)
 - c. Penilaian prestasi kerja
3. Pemberian balas jasa mencakup:
 - a. Balas jasa langsung terdiri dari:
 - Gaji/upah
 - Insentif
 - b. Balas jasa tak langsung terdiri dari:
 - Keuntungan (*benefit*)
 - Pelayanan/kesejahteraan (*services*)
4. Integrasi mencakup:
 - a. Kebutuhan karyawan
 - b. Motivasi kerja
 - c. Kepuasan kerja
 - d. Disiplin kerja
 - e. Partisipasi kerja

5. Pemeliharaan tenaga kerja mencakup :
 - a. Komunikasi kerja
 - b. Kesehatan dan keselamatan kerja
 - c. Pengendalian konflik kerja
 - d. Konseling kerja
6. Pemisahan tenaga kerja mencakup :
Pemberhentian karyawan

B. Motivasi

1. Pengertian Motivasi

Malayu S.P Hasibuan (2014:92), mengemukakan bahwa “motivasi berasal dari kata latin “*MOVERE*” yang berarti “DORONGAN atau DAYA PENGGERAK”. Motivasi ini hanya diberikan kepada manusia, khususnya kepada para bawahan atau pengikut. Pada dasarnya perusahaan bukan saja mengharapkan karyawan yang “mampu, cakap dan terampil”, tetapi yang terpenting mereka mau bekerja giat dan berkeinginan untuk mencapai hasil kerja yang optimal.

Berikut adalah bagan motivasi sebagai pembangkit dorongan menurut **Robert A. Baron, et.al.**, yang dikutip oleh **Anwar Prabu Mangkunegara (2013:94)**, sebagai berikut:

Gambar 2.1

Motivasi sebagai Pembangkit Dorongan



Sumber : A. A. Anwar Prabu Mangkunegara, (2013)

Menurut **Malayu S.P Hasibuan (2014:95)**, “Motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dalam segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan”.

Sedangkan menurut **Harold Koontz** yang dikutip oleh **Malayu S.P Hasibuan (2014:95)**, “Motivasi mengacu pada dorongan dan usaha untuk memuaskan kebutuhan atau suatu tujuan”.

Selanjutnya **Fillmore H. Stanford** yang dikutip oleh **Anwar Prabu Mangkunegara (2013:93)**, mengemukakan bahwa “Motivasi sebagai suatu kondisi yang menggerakkan manusia ke arah suatu tujuan tertentu”.

Selain itu **Sondang P. Siagian (2013:286)**, menyebutkan:

Di kalangan para teoretikus dan praktisi manajemen telah lama diketahui bahwa masalah motivasi bukanlah suatu masalah yang mudah, baik memahaminya apalagi menerapkannya. Akan tetapi yang jelas ialah bahwa dengan motivasi yang tepat para karyawan akan terdorong untuk berbuat semaksimal mungkin dalam melaksanakan tugasnya karena meyakini bahwa dengan keberhasilan organisasi mencapai tujuan dan berbagai sasarannya, kepentingan-kepentingan pribadi para anggota organisasi tersebut akan terpelihara pula.

2. Teori-Teori Motivasi

Malayu S.P Hasibuan (2014:104), mengemukakan beberapa teori motivasi sebagai berikut:

a. *Maslow's Need Hierarchy (A Theory of Human Motivation)* oleh **A. H. Maslow**.

Maslow's Need Hierarchy Theory atau *A Thoery of Human Motivation*, dikemukakan oleh A.H. Maslow tahun 1943. Teori ini merupakan kelanjutan dari “*Human Science Theory*” Elton Mayo (1880-1949) yang menyatakan bahwa

kebutuhan dan kepuasan seseorang itu jamak yaitu kebutuhan biologis dan psikologis berupa materiil dan nonmateriil.

Dasar Maslow's Need Hierarchy Theory

- a) Manusia adalah makhluk sosial yang berkeinginan; ia selalu menginginkan lebih banyak. Keinginan ini terus-menerus, baru berhenti jika akhir hayatnya tiba.
- b) Suatu kebutuhan yang telah dipuaskan tidak menjadi alat motivasi bagi pelakunya; hanya kebutuhan yang belum terpenuhi yang menjadi alat motivasi.
- c) Kebutuhan manusia itu bertingkat-tingkat (*hierarchy*) sebagai berikut:
 1. *Physiological Needs*;
 2. *Safety and Security Needs*;
 3. *Affiliation or Acceptance Needs (Belongingness)*;
 4. *Esteem or Status Needs*;
 5. *Self Actualization*.

Lihat dan perhatikan *hierarchy* kebutuhan berikut:

1. *Physiological Needs*
Physiological Needs (kebutuhan fisik = biologis) yaitu kebutuhan yang diperlukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup seseorang, seperti makan, minum, udara, perumahan dan lain-lainnya. Keinginan untuk memenuhi kebutuhan fisik ini merangsang seseorang berperilaku dan bekerja giat.
2. *Safety and Security Needs*
Safety and Security Needs (keamanan dan keselamatan) adalah kebutuhan akan keamanan dari ancaman yakni merasa aman dari ancaman kecelakaan dan keselamatan dalam melakukakn pekerjaan....Pentingnya memuaskan kebutuhan ini jelas terlihat pada organisasi modern, tempat pimpinan organisasi mengutamakan keamanan dan keselamatan dengan menggunakan lata-alat canggih atau pengawalan. Bentuk lain dari pemuasan dari kebutuhan ini dengan memberikan perlindungan asuransi (astek) kepada para karyawan.
3. *Affiliation or Acceptance Needs*
Affiliation or Acceptance Needs adalah kebutuhan sosial, teman, dicintai dan mencintai serta diterima dalam pergaulan kelompok karyawan dan lingkungannya. Manusia pada dasarnya selalu ingin hidup berkelompok dan tidak seorang pun manusia ingin hidup menyendiri di tempat terpencil. Karena manusia adalah makhluk sosial, sudah jelas ia menginginkan kebutuhan-kebutuhan sosial yang terdiri dari empat kelompok, yaitu :
 - 1) Kebutuhan akan perasaan diterima orang lain di lingkungan ia hidup dan berkerja (*sense of belonging*).
 - 2) Kebutuhan akan perasaan dihormati, karena setiap manusia merasa dirinya penting (*sense of importance*). Serendah-rendahnya pendidikan dan kedudukan seseorang ia tetap merasa dirinya penting. Karena itu dalam memotivasi bawahan pimpinan harus dapat melakukan tindakan yang menimbulkan kesan bahwa tenaga mereka diperlukan dalam proses pencapaian tujuan perusahaan.
 - 3) Kebutuhan akan perasaan kemajuan dan tidak seorang pun yang menyenangi kegagalan. Kemajuan di segala bidang merupakan keinginan dan kebutuhan yang menjadi idaman setiap orang.
 - 4) Kebutuhan akan perasaan ikut serta (*sense of participation*).

Setiap karyawan akan merasa senang, jika ia diikutsertakan dalam berbagai kegiatan perusahaan dalam arti diberikan kesempatan untuk mengemukakan “saran-saran, pendapat-pendapatnya” kepada pimpinan mereka.

4. *Esteem or Status or Needs*

Esteem or Status Needs adalah kebutuhan akan penghargaan diri, pengakuan serta penghargaan prestise dari karyawan dan masyarakat lingkungannya. Idelanya prestise timbul karena adanya prestasi, tetapi tidak selamanya demikian. Akan tetapi perlu diperhatikan oleh pimpinan bahwa semakin tinggi kedudukan seseorang dalam masyarakat atau posisi seseorang dalam suatu perusahaan maka semakin tinggi pula prestasinya.

5. *Self Actualization*

Self Actualization adalah kebutuhan akan aktualisasi diri dengan menggunakan kecakapan, kemampuan, keterampilan, dan potensi optimal untuk mencapai prestasi kerja yang sangat memuaskan atau luar biasa yang sulit dicapai orang lain.

Kebutuhan ini merupakan realisasi lengkap potensi seseorang secara penuh. Keinginan seseorang untuk mencapai kebutuhan sepenuhnya dapat berbeda satu dengan yang lainnya. Pemenuhan kebutuhan ini dapat dilakukan oleh para pimpinan perusahaan dengan menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan.

b. Mc. Clelland's Achievement Motivation Theory

Mc. Clelland's Achievement Motivation Theory atau Teori Motivasi

Prestasi dikemukakan oleh David Mc. Clelland. Teori ini berpendapat bahwa karyawan mempunyai cadangan energi potensial. Bagaimana energi ini dapat dilepaskan dan digunakan tergantung pada kekuatan dorongan motivasi seseorang dan situasi serta peluang yang tersedia.

Mc. Clelland mengelompokkan tiga kebutuhan manusia yang dapat memotivasi gairah bekerja, yaitu :

1. **Kebutuhan akan Prestasi/ *Need for Achievement* (n.Ach)**

Kebutuhan akan prestasi (n.Ach) merupakan daya penggerak yang memotivasi semangat kerja seseorang. Karena itu n.Ach ini akan mendorong seseorang untuk mengembangkan kreativitas dan mengarahkan semua kemampuan serta energi yang dimilikinya demi mencapai prestasi kerja yang optimal. Karyawan akan antusias untuk berprestasi tinggi, asalkan kemungkinan untuk hal itu diberikan kesempatan. Seseorang menyadari bahwa hanya dengan mencapai prestasi kerja yang tinggi akan dapat memperoleh pendapatan yang besar. Dengan pendapatan yang besar akhirnya ia dapat memiliki serta memenuhi kebutuhan-kebutuhannya.

2. **Kebutuhan akan Afiliasi/ *Need for Affiliation* (n.Af)**

Kebutuhan akan Afiliasi (n.Af) ini menjadi daya penggerak yang akan memotivasi semangat kerja seseorang. Karena itu n.Af ini yang merangsang gairah kerja seorang karyawan, sebab setiap orang menginginkan :

- a. Kebutuhan akan perasaan diterima oleh orang lain di lingkungan ia hidup dan bekerja (*sense of belonging*);
- b. Kebutuhan akan perasaan dihormati, karena setiap manusia merasa dirinya penting (*sense of importance*);
- c. Kebutuhan akan perasaan maju dan tidak gagal (*sense of achievement*);
- d. Kebutuhan akan perasaan ikut serta (*sense of participation*).

Seseorang dengan kebutuhan n.Af ini akan memotivasi dan mengembangkan dirinya serta memanfaatkan semua energinya untuk menyelesaikan tugas-tugasnya. Jadi seseorang termotivasi oleh n.Af ini.

3. Kebutuhan akan Kekuasaan/ *Need for Power* (n.Pow)

Kebutuhan akan kekuasaan (n.Pow) ini merupakan daya penggerak yang memotivasi semangat kerja seorang karyawan. Karena itu n.Pow ini yang merangsang dan memotivasi gairah kerja seseorang serta mengarahkan semua kemampuan demi mencapai kekuasaan atau kedudukan yang terbaik dalam organisasi. Ego manusia yang ingin lebih berkuasa dari manusia lainnya sehingga menimbulkan persaingan. Persaingan ini oleh manajer ditumbuhkan secara sehat dalam memotivasi bawahannya, supaya mereka termotivasi untuk bekerja giat. Dalam memotivasi para bawahan, manajer hendaknya menyediakan peralatan, menciptakan suasana pekerjaan yang baik dan memberikan kesempatan untuk promosi, sehingga memungkinkan para bawahan meningkatkan semangat kerjanya untuk mencapai n.Ach, n.Af dan n.Pow. karena n.Ach, n.Af dan n.Pow ini merupakan daya penggerak yang memotivasi karyawan untuk mengerahkan semua potensi yang dimilikinya.

c. *Alderfer's Existence, Relatedness and Growth (ERG) Theory* oleh Aldefer.

Existence, Relatedness dan Growth (ERG) Theory ini dikemukakan oleh Clayton Alderfer seorang ahli dari Yale University. Teori ini merupakan penyempurnaan dari teori kebutuhan yang dikemukakan oleh A. H. Maslow. ERG Teori ini oleh para ahli dianggap lebih mendekati keadaan sebenarnya berdasarkan fakta-fakta empiris.

Alderfer mengemukakan bahwa ada tiga kelompok kebutuhan yang utama, yaitu :

1. Kebutuhan akan Keberadaan (*Existence Needs*), berhubungan dengan kebutuhan dasar termasuk di dalamnya *Physiological Needs* dan *Safety Needs* dari Maslow.
2. Kebutuhan akan Afiliasi (*Relatedness Needs*), menekankan akan pentingnya hubungan antar-individu (*interpersonal relationship*) dan juga bermasyarakat (*social relationship*). Kebutuhan ini berkaitan juga dengan *Love Needs* dan *Esteem Needs* dari Maslow.
3. Kebutuhan akan Kemajuan (*Growth Needs*), adalah keinginan intrinsik dalam diri seseorang untuk maju atau meningkatkan kemampuan pribadinya.

3. Tujuan Pemberian Motivasi

Menurut **Malayu S. P Hasibuan (2014:97)**, beberapa tujuan dari pemberian motivasi adalah sebagai berikut:

1. Mendorong gairah dan semangat kerja karyawan;
2. Meningkatkan moral dan kepuasan kerja karyawan;
3. Meningkatkan produktivitas kerja karyawan;
4. Mempertahankan loyalitas dan kestabilan karyawan perusahaan;
5. Meningkatkan kedisiplinan dan menurunkan tingkat absensi karyawan;
6. Mengefektifkan pengadaan karyawan;
7. Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik;
8. Meningkatkan kreativitas dan partisipasi karyawan;
9. Meningkatkan tingkat kesejahteraan karyawan;
10. Mempertinggi rasa tanggung jawab karyawan terhadap tugas-tugasnya;
11. Meningkatkan efisiensi penggunaan alat-alat dan bahan baku;
12. Dan lain sebagainya.

4. Alat-alat Motivasi

Malayu S. P Hasibuan (2014:99), mengemukakan alat-alat motivasi sebagai berikut:

1. Materiil Insentif yaitu alat motivasi yang diberikan berupa uang dan atau barang yang mempunyai nilai pasar; jadi memberikan kebutuhan ekonomis.
2. Nonmateriil Insentif yaitu motivasi yang diberikan berupa barang/brnda yang tidak ternilai; jadi hanya memberikan kepuasan/kebanggaan rohani saja.
3. Kombinasi Materiil dan Nonmateriil Insentif yaitu alat motivasi yang diberikan berupa materiil (uang dan barang) dan nonmateriil (medali dan piagam); jadi memenuhi kebutuhan ekonomis dan kepuasan/kebanggaan rohani.

5. Proses Motivasi

Menurut **Malayu S. P Hasibuan (2014:101)**, proses motivasi terdiri dari:

1. **Tujuan**
Dalam proses memotivasi perlu ditetapkan terlebih dahulu tujuan organisasi, baru kemudian para bawahan dimotivasi ke arah tujuan tersebut.
2. **Mengetahui Kepentingan**
Dalam proses motivasi penting mengetahui kebutuhan/ keinginan karyawan dan tidak hanya dari sudut kepentingan pimpinan dan perusahaan saja.
3. **Komunikasi Efektif**
Dalam proses motivasi harus dilakukan komunikasi yang baik dan efektif dengan bawahan. Bawahan harus mengetahui apa yang akan diperolehnya dan syarat-syarat apa saja yang harus dipenuhinya supaya insentif itu diperolehnya.

4. Integrasi Tujuan

Dalam proses motivasi perlu untuk menyatukan tujuan perusahaan dan tujuan kepentingan karyawan. Tujuan perusahaan adalah *needs complex*, yaitu untuk memperoleh laba, perluasan perusahaan, sedangkan tujuan individu karyawan adalah pemenuhan kebutuhan dan kepuasan. Jadi tujuan organisasi/perusahaan dan tujuan karyawan harus disatukan dan untuk ini penting adanya penyesuaian motivasi.

5. Fasilitas

Manajer dalam memotivasi harus memberikan fasilitas kepada perusahaan dan individu karyawan yang akan mendukung kelancaran pelaksanaan pekerjaan, misalnya memberikan bantuan kendaraan kepada salesman.

6. *Team Work*

Manajer harus menciptakan *team work* yang terkoordinasi baik yang bisa mencapai tujuan perusahaan. *Team work* (kerjasama) ini penting karena dalam suatu perusahaan biasanya terdapat banyak bagian.

C. Pencapaian Target

1. Pengertian Pencapaian Target

Target mempunyai kesamaan dengan sasaran, yaitu penjabaran dari tujuan secara teratur, yang akan dicapai/ dihasilkan secara nyata oleh suatu organisasi dalam jangka tahunan, semesteran, triwulanan, atau wulanan.

Dalam **Kamus Lengkap Bahasa Indonesia (1997:101)**, “Pencapaian adalah proses, cara, perbuatan mencapai”.

Kemudian pengertian target yang mengutip dari **Kamus Lengkap Bahasa Indonesia (1997:522)**, yaitu: “Target adalah sasaran; angka (jumlah) hasil yang direncanakan harus tercapai”.

Selanjutnya pengertian target atau sasaran yang dikemukakan oleh **Agus Dharma (2001:32)**, sebagai berikut: “Target merupakan sasaran dari pernyataan spesifik mengenai suatu kegiatan atau hasil yang dapat diukur, dinilai, dan direncanakan cara pencapaiannya”.

Adapun menurut **Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2012:62)**, mengemukakan bahwa “*Targetting* adalah mengevaluasi daya tarik masing-

masing segmen menggunakan variabel-variabel yang bisa mengkuantifikasi kemungkinan permintaan dari setiap segmen dan kesesuaian kompetensi inti perusahaan dan peluang pasar sasaran”.

2. Ukuran-Ukuran Pencapaian Target

Menurut **Agus Dharma (2001:36)**, ukuran-ukuran dari pencapaian target adalah sebagai berikut :

- a. **Kuantitas**, yaitu jumlah yang harus diselesaikan atau dicapai. Pengukuran kuantitatif melibatkan perhitungan keluaran dari proses pelaksanaan kegiatan. Ini berkaitan dengan jumlah keluaran yang dihasilkan.
- b. **Kualitas**, yaitu mutu yang dihasilkan (baik tidaknya). Pengukuran kualitatif keluaran mencerminkan pengukuran “tingkat kepuasan” yaitu seberapa baik penyelesaiannya. Ini berkaitan dengan bentuk keluaran.
- c. **Ketepatan Waktu**, yaitu sesuai tidaknya dengan waktu yang direncanakan. Pengukuran ketepatan waktu merupakan jenis khusus dari pengukuran kuantitatif yang menentukan ketepatan waktu penyelesaian suatu kegiatan.

3. Syarat dan Karakteristik Target atau Sasaran

Berikut ini adalah sejumlah persyaratan yang mendukung kriteria bagi target atau sasaran yang dikemukakan oleh **Agus Dharma (2001:31)**, yaitu sebagai berikut :

- a. **Jelas dan dapat dipahami** oleh semua pihak yang terlibat dalam pencapaiannya.
- b. **Berkaitan erat** dengan misi perusahaan.
- c. **Jika ada beberapa tujuan**, harus ada prioritas dan pedoman untuk menanggulangi tujuan yang saling bertentangan.

Selanjutnya **Agus Dharma (2001:161)** mengemukakan karakteristik yang dapat digunakan sebagai tolok ukur sasaran diantaranya:

- a. **Dapat Diukur.**
Setiap sasaran harus memungkinkan adanya beberapa bentuk pengukuran yang dapat dipercaya. Biasanya, jika batasan sasaran Anda cukup spesifik, itu berarti bahwa sasaran itu juga dapat diukur.

- b. **Dapat Dicapai.**
 Sasaran harus disusun secara rasional dan diperkirakan dapat tercapai. Namun, sasaran itu hendaknya tidak terlalu mudah sehingga tidak memerlukan upaya sungguh-sungguh untuk mencapainya. Jangan pula terlalu sukar sehingga hanya *Superman* yang dapat melakukannya. Untuk menguji apakah suatu sasaran adalah realistis, pertimbangkanlah hal-hal berikut.
- Kinerja di waktu lalu. Adakah sasaran yang sekarang melompat terlalu jauh atau hanya berubah sedikit.
 - Hasil yang dicapai karyawan lain dalam situasi yang sama.
 - Adakah kondisi khusus yang mengharsukan anda untuk meminta upaya lebih besar atau lebih kecil.
- c. **Relevan.**
 Sasaran harus memberi kontribusi kepada upaya pencapaian tujuan perusahaan atau unit kerja Anda.
- d. **Dapat Dikendalikan.**
 Pencapaian sasaran itu masih dalam batas yang dapat dikendalikan karyawan. Sasaran akan terlihat tidak fair jika karyawan diharapkan mencapai sesuatu sedangkan karyawan bersangkutan tidak dapat mengendalikan hasil yang diupayakannya.

D. Kredit

1. Pengertian Kredit

Irham Fahmi dan Yovi Lavianti Hadi (2010:2), mengemukakan bahwa kata kredit berasal dari bahasa latin yaitu *credere*, yang diterjemahkan sebagai kepercayaan atau *credo* yang berarti saya percaya. Kredit dan kepercayaan (*trust*) adalah ibarat sekeping mata uang logam yang tidak dapat dipisahkan. Mungkin di kalangan perbankan dikenal dengan istilah adalah sangat tidak sulit bagi kita untuk menyalurkan atau merealisasikan suatu pinjaman (*loan*) namun sangat sulit bagi kita untuk bisa menarik kembali dana tersebut, atau dibutuhkan seni untuk menarik kembali dana tersebut.

Pengertian kredit menurut UU No. 10 1998 tentang perubahan UU No. 7 Tahun 1992 yaitu, “Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan-tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-

meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga”.

Adapun menurut Pedoman Akuntansi Perbankan Indonesia (PAPI) 2001 mendefinisikan:

Kredit sebagai penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam (debitur) untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil keuntungan.

2. Unsur-unsur Kredit

Unsur-unsur kredit yang dikemukakan **Irham Fahmi dan Yovi Lavianti**

Hadi (2010:7), adalah sebagai berikut:

- a. **Kepercayaan.** Kepercayaan (*trust*) adalah sesuatu yang paling utama dari unsur kredit yang harus ada karena tanpa ada rasa saling percaya antara kreditur dan debitur maka akan sangat sulit terwujud suatu sinergi kerja yang baik.
- b. **Waktu.** Waktu (*time*) adalah bagian yang paling sering dijadikan kajian oleh pihak analis *finance* khususnya oleh analis kredit.
- c. **Risiko.** Risiko di sini menyangkut persoalan seperti *degree of risk*. Di sini yang paling dikaji adalah pada keadaan yang terburuj yaitu pada saat kredit tersebut tidak kembali atau timbulnya kredit macet.
- d. **Prestasi.** Prestasi yang dimaksud adalah prestasi yang dimiliki oleh kreditur untuk diberikan kepada debitur.
- e. **Adanya kreditur.** Kreditur yang dimaksud di sini adalah pihak yang memiliki uang (*money*), barang (*goods*), atau jasa (*service*) untuk dipinjamkan kepada pihak lain, dengan harapan dari hasil pinjaman itu akan diperoleh keuntungan dalam bentuk *interest* (bunga) sebagai balas jasa dari uang, barang, atau jasa yang telah dipinjam tersebut.
- f. **Adanya debitur.** Debitur yang dimaksud di sini adalah pihak yang memerlukan uang (*money*), barang (*goods*), atau jasa (*service*) dan berkomitmen untuk mampu mengembalikannya tepat sesuai dengan waktu yang disepakati serta bersedia menanggung berbagai resiko jika melakukan keterlambatan sesuai dengan ketentuan administrasi dalam kesepakatan perjanjian yang tertera di sana.

E. Keterkaitan Pelaksanaan Motivasi dan Pencapaian Target Kredit

Pelaksanaan motivasi merupakan salah satu usaha yang dilakukan perusahaan untuk memberikan dorongan bagi karyawan agar mencapai produktivitas yang optimal. Motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dalam segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan.

Malayu S.P Hasibuan (2014:93) mengemukakan bahwa:

“Orang-orang mau bekerja untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan (fisik dan mental), baik itu kebutuhan yang disadari (*conscious needs*) maupun kebutuhan yang tidak disadari (*unconscious needs*)....Manajer dalam memotivasi ini harus menyadari, bahwa orang akan mau bekerja keras dengan harapan ia akan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan-keinginannya dari hasil pekerjaannya”.

Kemudian pengertian pencapaian adalah proses, cara, perbuatan mencapai. Selanjutnya, target adalah sasaran yang telah ditetapkan untuk dicapai. Sasaran yang harus dicapai dalam penelitian ini adalah target kredit yang sebelumnya telah ditetapkan dalam Rencana Kerja Anggaran (RKA).

Berdasarkan hal tersebut, keterkaitan pelaksanaan motivasi dengan pencapaian target kredit adalah pelaksanaan motivasi berperan sebagai faktor yang menentukan dalam usaha peningkatan kinerja agar karyawan dapat mencapai target kredit yang telah ditetapkan. Motivasi yang diterapkan oleh perusahaan akan memberikan dampak jangka panjang terhadap kinerja karyawan, apabila karyawan memiliki motivasi kerja yang tinggi, maka akan menghasilkan kinerja dan pencapaian yang baik bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk meningkatkan kinerja karyawan dimana salah satunya dapat dipengaruhi oleh pelaksanaan faktor motivasi.