**BAB 1**

**PENDAHULUAN**

**1.1 LATAR BELAKANG**

 Saat ini kondisi ekonomi di Indonesia telah semakin berkembang walaupun berada di tengah-tengah krisis internasional yang sedang terjadi. Salah satu hasil perkembangan itu adalah terciptanya peluang di bidang perbankan baik bagi pemain baru maupun lama. Bank baru mulai bermunculan dan beberapa bank lama mulai mengambil langkah guna mengukuhkan posisi dan mengeksiskan diri, dimana salah satunya adalah PT. Bank Sinarmas, Tbk. (untuk seterusnya disebut ‘BSIM’) yang merupakan salah satu pemain lama di dunia perbankan Indonesia.

 BSIM dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir ini telah berhasil melakukan ekspansi ke seluruh Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari bertambahnya struktur permodalan, jaringan kantor dan total aset. Dengan pertumbuhan usaha yang cukup tinggi dan signifikan, BSIM sebagai bank swasta nasional konsisten mengembangkan pangsa pasarnya ditengah tantangan pasar perbankan yang berkembang di Indonesia.

 Sebagai salah satu perusahaan perbankan baru, maka BSIM terus menerus melakukan pengembangan baik dalam hal karyawan maupun perekrutan karyawan dan pengembangan badan organisasi dalam rangka menjadi salah satu bank terkemuka dan terpercaya. Seiring dengan itu, laju pertumbuhan ekonomi juga berkembang yang mengakibatkan meningkatnya tuntutan kebutuhan hidup karyawan. Maka sebagai bentuk perhatian dan kepedulian perusahaan kepada karyawan, diberikan fasilitas kredit multiguna bagi karyawan yang dituangkan dalam “Standard Operating Procedure (SOP) Fasilitas Kredit Multiguna Bagi Karyawan (*Employee Loan*)”. Fasilitas kredit ini manfaatnya dapat diperuntukkan bagi karyawan dan keluarganya guna meningkatkan kesejahteraan keluarga.

 SOP (*Standard Operating Procedure*) merupakan petunjuk dan ketentuan operasional yang berlaku bagi semua karyawan sebagai panduan dalam melaksanakan pekerjaan. SOP mengatur bagaimana suatu hal tertentu dilaksanakan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Sedangkan sejalan dengan misi perusahaan yang memberikan perhatian dan kepedulian dalam bentuk fasilitas kredit guna meningkatkan kesejahteraan karyawan dan keluarga sehingga karyawan termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya, mempertahankan karyawan yang berkinerja baik, meningkatkan *image* perusahaan, menarik kandidat karyawan di pasar tenaga kerja, dan meningkatkan portofolio kredit perusahaan dengan risiko *non-performing loan* yang rendah dan relatif dapat dikendalikan.

 Fasilitas kredit multiguna karyawan merupakan program *retaining* yang diberikan sebagai bentuk perhatian dan kepedulian perusahaan terhadap karyawan. Kredit multiguna karyawan memfasilitasi karyawan dalam memenuhi kebutuhan mereka melalui pemberian dana tunai yang dibayar kembali kepada perusahaan dengan cara pembayaran angsuran kredit sesuai dengan ketentuan masing-masing jenis kredit.

 Kredit multiguna karyawan terdiri dari beragam jenis kredit, dari kredit yang memenuhi kebutuhan primer karyawan, kredit kendaraan baik mobil maupun motor hingga kredit kebutuhan konsumtif karyawan. Seluruh jenis kredit ini mempunyai sistem dan persyaratan masing-masing yang diatur secara tersendiri. Dengan adanya keberagaman tersebut maka dalam rangka menciptakan pelaksanaan kredit yang aman dan terkendali, manajemen BSIM merasa perlu untuk menerbitkan dan mengkampanyekan ketentuan terkait kredit karyawan tersebut, yaitu; “*Standard Operating Procedure* (SOP) Fasilitas Kredit Multiguna Bagi Karyawan (*Employee Loan*)” (untuk seterusnya disebut SOP “Fasilitas Kredit Multiguna Bagi Karyawan”). SOP ini mempunyai ruang lingkup terkait ketentuan dan prosedur kerja yang meliputi jenis-jenis dan syarat pemberian fasilitas kredit multiguna bagi karyawan hingga pencairan dan pembayaran angsuran kredit.

 Sesuai dengan 3 (tiga) efek komunikasi, maka tujuan kampanye SOP “Fasilitas Kredit Multiguna Bagi Karyawan” dilakukan adalah untuk;

1. Meningkatkan kesadaran, menambah pengetahuan dan memberi pengertian karyawan terhadap adanya ketentuan perusahaan (Efek Kognitif).
2. Menumbuhkan emosi, perasaan dan sikap yang positif terhadap ketentuan perusahaan (Efek Afektif).
3. Merubah perilaku dan inisiatif niat karyawan untuk melaksanakan ketentuan perusahaan dengan baik dan benar (Efek Konatif).

 Divisi *Human Capital Management* (untuk seterusnya disebut ‘Divisi HCM’) sebagai penerbit SOP “Fasilitas Kredit Multiguna Bagi Karyawan” melaksanakan fungsi *Public Relations* dalam mengkampanyekan SOP tersebut kepada seluruh karyawan BSIM. Divisi HCM ditugaskan untuk mengkampanyekan SOP dengan tujuan kampanye; yaitu agar ada kesamaan pengertian diantara seluruh karyawan BSIM mengenai SOP tersebut sehingga terlaksana dengan benar dan tepat. Karena banyaknya SOP yang dikampanyekan oleh Divisi HCM sebagai salah satu kontributor utama dalam ketentuan dan peraturan perusahaan, maka penulis mengkonsentrasikan kepada SOP “Fasilitas Kredit Multiguna Bagi Karyawan”.

 Perkembangan teknologi yang terjadi telah merubah tata cara organisasi dan pekerjaan dimana-mana. Saat ini kita hidup dan bekerja dalam lingkungan komunikasi yang kompleks dimana alat telekomunikasi yang canggih telah merubah bagaimana kita melakukan segalanya. Perkembangan yang cepat dan kegunaan teknologi komunikasi seperti; internet, *handphone*, *smartphone*, laptop, *notebook* kini telah membuat dunia lebih terhubung dibandingkan pada saat apapun sebelumnya dalam sejarah manusia.

 Sesuai dengan perkembangan zaman, tata cara kampanye internal di BSIM baik berupa ketetapan, peraturan maupun memo dilaksanakan melalui intranet kantor, yaitu; surat elektronik (*email*) dan situs portal BSIM. Setiap karyawan terdaftar di BSIM wajib memiliki surat elektronik pribadi dari perusahaan dan *user id* untuk *login* situs portal BSIM. Surat elektronik perusahaan yang dipergunakan untuk kelancaran operasional pekerjaan tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi antar karyawan/seksi/bagian/divisi/grup tetapi juga sebagai sarana informasi perihal keputusan, ketetapan, peraturan, memo internal dan beragam informasi baru lainnya mengenai perusahaan. Sedangkan situs portal BSIM memuat seluruh informasi internal BSIM seperti promo produk atau program terbaru BSIM, dokumen-dokumen internal, *e-learning* dan *chat* portal internal yang seluruhnya dapat diakses karyawan terdaftar BSIM.

 Dengan memanfaatkan fasilitas teknologi komunikasi yang dimiliki oleh BSIM, Divisi HCM melakukan kampanye SOP “Fasilitas Kredit Multiguna Bagi Karyawan” yang bersifat ‘cause oriented campaign’, dimana jenis kampanye ini mempunyai orientasi dan tujuan yang bersifat khusus dan berdimensi perubahan sosial. Kampanye ini dilakukan secara 1 (satu) arah (*undirectional*), dimana pesan-pesan kampanye mengalir secara linier dari sumber kepada penerima dan tidak terjadi dialog langsung antara pelaku dan penerima kampanye. Dialog hanya terjadi apabila penerima kampanye berinisiatif untuk mengadakan komunikasi dengan pelaku kampanye.

 Karena tata cara yang menganut kepraktisan, sistematis dan *self aware* tersebut maka penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana **Efektivitas Kampanye SOP “Fasilitas Kredit Multiguna Bagi Karyawan” Divisi HCM Kepada Karyawan Di KPNO BSIM Roxy Square**.

**1.2 RUMUSAN MASALAH**

 Berdasarkan penjelasan sebelumnya, latar belakang kampanye SOP “Fasilitas Kredit Multiguna Bagi Karyawan” adalah agar ada kesamaan pengertian diantara seluruh karyawan BSIM mengenai SOP tersebut sehingga terlaksana dengan benar dan tepat. Kampanye organisasional ini dilakukan melalui *email corporate* (surat elektronik perusahaan), situs portal BSIM dan pendalaman materi bagi para *key* *informan* baik di kantor pusat maupun kantor cabang. Surat elektronik perusahaan disediakan sebagai sarana komunikasi dalam perusahaan baik komunikasi vertikal, horizontal maupun lintas saluran, situs portal BSIM sebagai media internal perusahaan dan para *key informan* sebagai pengontrol pelaksanaan SOP dengan benar. Sehingga rumusan masalah penelitian ini adalah; ‘Efektifkah pelaksanaan kampanye SOP “Fasilitas Kredit Multiguna Bagi Karyawan” oleh Divisi HCM kepada Karyawan di KPNO BSIM Roxy Square?’.

**1.3 TUJUAN PENELITIAN**

1. Untuk mengetahui efektivitas kampanye Divisi HCM terhadap level pengetahuan karyawan KPNO BSIM Roxy Square tentang SOP “Fasilitas Kredit Multiguna Bagi Karyawan”.
2. Untuk mengetahui efektivitas kampanye Divisi HCM terhadap level sikap karyawan KPNO BSIM Roxy Square atas isi SOP “Fasilitas Kredit Multiguna Bagi Karyawan”.
3. Untuk mengetahui efektivitas kampanye Divisi HCM terhadap level tindakan karyawan KPNO BSIM Roxy Square untuk mematuhi SOP “Fasilitas Kredit Multiguna Bagi Karyawan”.

**1.4 MANFAAT PENELITIAN**

 Manfaat penelitian yang dilakukan penulis;

* Manfaat secara Teoritis

Dapat digunakan sebagai bahan pegangan/referensi untuk penelitian mendatang mengenai kampanye yang bersifat organisasional.

* Manfaat secara Praktis

Mengidentifikasi masalah yang ada dan dapat memberikan masukan yang dapat membangun dan lebih meningkatkan kegiatan kampanye.

**1.5 SISTEMATIKA PENULISAN**

 Kerangka isi laporan penelitian adalah sebagai berikut:

* **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

* **BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA**

Terdiri dari teori-teori yang berkaitan dan mendukung penelitian, operasionalisasi variabel, dan kerangka penelitian.

* **BAB 3 : METODE PENELITIAN**

Terdiri dari uraian desain penelitian, sumber data, sumber data, teknik pengumpulan data, reliabilitas dan validitas, serta teknik analisis data.

* **BAB 4 : HASIL PENELITIAN**

Terdiri dari subjek penelitian, hasil dari penelitian dan pembahasan.

* **BAB 5 : PENUTUP**

Terdiri dari kesimpulan dan saran dari peneliti yang diharapkan dapat memberi masukan yang berguna.