

ABSTRAK

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah pada tanggal 16 Desember 1895 dengan jaringan unit kerja yang tersebar luas saat ini..

Tahun 2013 telah mengeluarkan ketentuan mengenai Insentif Tenaga Pemasar yang diperuntukkan khusus untuk tenaga pemasar / account officer dalam upaya meningkatkan produktivitas untuk menumbuhkan kinerja. Namun pada kenyataannya produktivitas kinerja para account officer tidak menunjukkan pertumbuhan yang signifikan

Penelitian ini bertujuan untuk membantu mengidentifikasi indikator-indikatorin sentif tenaga pemasar yang dikeluarkan oleh Bank Rakyat Indonesia untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan ketentuan insentif tersebut dan kemudian merumuskan system key performance indikator yang lebih sederhana baik dalam pemahaman dan perhitungan oleh account officer itu sendiri.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan analisa kualitatif berdasarkan study kasus. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah catatan arsip perusahaan dan dokumentasi, laporan hasil wawancara kepada Supervisor SDM, Kepala Bagian Bisnis Ritel, Manager Pemasarandan 10 orang account officer komersial.

Hasil dari penelitian ini adalah penyederhanaan key performance indicator bagi tenaga pemasar / account officer kredit ritel komersial dan strategi implementasi.

Kata kunci :Kinerja, Produktivitas, Insentif, Indikator Insentif

ABSTRAC

Bank Rakyat Indonesia (BRI) is one of the largest government-owned bank in Indonesia. At the beginning of Bank Rakyat Indonesia (BRI) was established in Purwokerto, Central Java, on December 16, 1895 with the network unit widespread.

2013 has issued a regulation on Energy Incentives Marketer specifically for marketers/account officers in an effort to increase productivity to grow performance. But in fact the productivity performance of the account officer did not show significant growth.

This research aims to help identify indicators incentive marketers issued by Bank Rakyat Indonesia to know the advantages and disadvantages of the provision of incentives and then formulate a system of key performance indicators simpler both in understanding and calculations by the officer's own account.

This research is using a qualitative analysis based on a case study. Types and sources of data used are corporate records and documentation notes, reports the results of interviews with HR Supervisor, Head of Retail Business, Marketing Manager and 10 commercial account officer.

The results of this research are simplification of key performance indicators for marketers/commercial retail credit account officer and strategy implementation.

Keywords: Performance, Productivity, Incentives, Incentives Indicators