



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beberapa tahun belakangan daya beli kalangan kelas menengah di Indonesia semakin mengalami peningkatan, hal ini terjadi seiring dengan tembusnya GDP per kapita Indonesia sebesar \$3000 pada tahun 2010. Menurut Yuswohady (2012), fenomena revolusi kalangan kelas menengah ini disebut dengan istilah *Consumer 3000*. Bank Dunia menyebutkan, 56.5 persen dari 237 juta populasi masyarakat Indonesia masuk kategori kalangan kelas menengah (<http://bisniskeuangan.kompas.com>).

Seiring dengan meningkatnya daya beli kelas menengah Indonesia, belakangan ini penjualan produk-produk investasi seperti emas, properti, saham, reksadana, dan sebagainya turut mengalami peningkatan (<http://consumer3000.net>). Artinya saat ini, kelas menengah Indonesia sudah mulai menyadari pentingnya berinvestasi untuk kesejahteraan di masa yang akan datang. Biaya hidup yang semakin meningkat dari waktu ke waktu serta perilaku konsumtif kalangan kelas menengah memang tidak sebanding dengan penghasilan yang diterima oleh mereka. Oleh karena itu, kalangan kelas menengah tidak dapat menyisihkan sebagian uangnya untuk ditabung ataupun diinvestasikan.

Peluang ini menjadi potensi yang besar bagi bisnis investasi untuk menawarkan berbagai produk investasi yang menjanjikan keuntungan lebih bagi investor. Namun, peluang ini dimanfaatkan oleh sejumlah spekulan untuk melakukan aksi curang, dengan memunculkan sejumlah produk investasi bodong.

Saat ini, banyak perusahaan investasi bodong menawarkan produk yang sedang banyak diminati, seperti emas, *forex*, ataupun properti. Umumnya, mereka memiliki modus menawarkan *return* yang tinggi (<http://bisniskeuangan.kompas.com>). Menurut Pengamat Ekonomi, Yanuar Rizky, investasi bodong terbagi dua jenis yakni, perusahaan investasi yang tidak mempunyai izin dan perusahaan yang menawarkan produk tidak sesuai dengan aturan otoritas perbankan dan jasa keuangan (<http://www.portalkbr.com>).

Maraknya investasi bodong ini mengakibatkan hilangnya kepercayaan dari investor untuk melakukan investasi terutama investasi secara *online*. Hal ini menjadi tantangan bagi PT. Global Artha Futures (GAF) yang merupakan salah satu perusahaan jasa pengelolaan keuangan (*Financial Investment*) yang bergerak di bidang informasi, konsultasi dan pengelolaan keuangan untuk perdagangan *Foreign Exchange* dan Indeks Saham serta penjualan produk investasi secara *online* (<http://gaf.co.id>). Perusahaan yang berdiri sejak tahun 2004 dan telah mendapatkan pengesahan dari Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia ini berusaha untuk membangun kepercayaan dan meningkatkan kepuasan konsumen dengan meningkatkan kompetensi sumber daya manusia yang dimilikinya.

Dengan adanya sumber daya manusia yang kompeten diharapkan dapat mengelola input yang dimiliki perusahaan secara maksimal untuk mendapatkan hasil yang diharapkan oleh perusahaan. Salah satu yang dilakukan perusahaan dalam mewujudkan sumber daya manusia yang kompeten adalah dengan menerapkan *Human Resource Management* (*HRM*). *Human Resource Management* adalah proses mengelola orang dalam perusahaan serta mengelola

hubungan antar-pribadi yang ada, fokus utama dalam *HRM* orang-orang dalam suatu organisasi (<http://humanresourcesguide.net>).

Di PT. Global Artha Futures sendiri, Departemen *Marketing* memiliki peran yang cukup besar untuk menarik calon investor, maka perusahaan berinisiatif untuk membentuk sebuah *work team* di Departemen *Marketing* dengan tujuan untuk menghasilkan kinerja sumber daya manusia yang lebih efektif dan efisien dalam mencapai hasil yang diharapkan oleh perusahaan. Menurut Ana Cristina Costa (2003, pp.606), *Work Team* merupakan kelompok organisasi yang nyata, yang memiliki beberapa tujuan atau hasil yang ingin dicapai anggota tim, berkontribusi dan bertanggung jawab atas tujuan tim, dan ada ketergantungan tugas yang cukup sehingga individu perlu mengembangkan pemahaman bersama dan pola perilaku yang diharapkan. Saat ini, Departemen *Marketing* di Kantor Pusat PT. Global Artha Futures telah memiliki 30 *work team* yang disupervisi oleh seorang *Wealth Manager*. *Wealth Manager* sendiri dipimpin oleh *Senior Wealth Manager*, biasanya *Senior Wealth Manager* membawahi 2 orang *Wealth Manager*. Masing-masing *Wealth Manager* mensupervisi 5 orang anggota yang terdiri dari *Wealth Advisor* yang bertugas melakukan presentasi kepada klien dan *Telemarketing* yang bertugas menghubungi calon investor untuk di *follow-up*.

Berdasarkan konsep *span of control* dari Kreitner dan Kinicki (2008:499), yaitu jumlah karyawan yang melapor langsung kepada manajer tertentu, rentang 5 sampai 6 orang karyawan dianggap paling baik untuk seorang manajer. Setiap *work team* di Departemen *Marketing* Kantor Pusat PT. Global Artha Futures memiliki *goals* yang berbeda-beda, sehingga inovasi dalam suatu tim sangat diperlukan agar dapat membuat target dan strategi yang sesuai dengan *goals* yang

ditetapkan. Inovasi tidak hanya dapat dilakukan di level individu tetapi juga dalam suatu tim, hal ini diperkuat oleh Drach-Zahavy dan Somech (2001, pp.111), yang menyebutkan bahwa inovasi di tempat kerja dapat dirancang dan dilaksanakan di tingkat tim. Menurut Vincent et al., (2012,pp.344), *Team Innovation* merupakan pengenalan dan penerapan secara sengaja dalam sebuah tim, berupa gagasan, proses, produk atau prosedur baru untuk tim, yang dirancang secara signifikan untuk menguntungkan individu, tim, organisasi, atau masyarakat yang lebih luas.

Beberapa peneliti seperti Gebert et al., (2010) dan Rosing et al., (2011) dalam Vincent et al., (2012,pp.345), berpendapat bahwa pemimpin tim memiliki peran penting dalam mendorong inovasi dalam tim kerja. Peran pemimpin tim dalam mendorong *Team Innovation* salah satunya adalah dengan melakukan *Coaching*, dimana menurut Christopher Bond et al., (2013,pp.59), *Coaching* merupakan suatu proses untuk menarik hubungan yang lebih kuat dengan pembelajaran dan pengembangan dalam membantu individu atau tim untuk mencapai potensi mereka sepenuhnya. Tujuan dari *Coaching* adalah untuk meningkatkan efektivitas individu dalam bekerja menggunakan cara yang terkait dengan strategi bisnis organisasi (Robert Barner & Julie Higgins, 2007,pp. 149).

Coaching juga dapat dilakukan dalam tim biasanya disebut dengan *Team Coaching* yaitu salah satu bentuk tindakan kepemimpinan yang ditandai dengan penekanan pada pengembangan kemampuan anggota untuk meraih tingkat pencapaian yang lebih tinggi (Hackman & Wageman, 2005,pp.269). Oleh karena itu, pemimpin tim yang melakukan *Team Coaching* cenderung meningkatkan komitmen anggota terhadap tujuan tim (*Team Goal Commitment*). Menurut Vincent et al., (2012:346), anggota tim yang sangat berkomitmen untuk tujuan tim

mereka cenderung mengambil tindakan untuk lebih meningkatkan hasil mereka dan untuk lebih mencapai tujuan mereka, dengan mendukung inovasi dalam tim tersebut (*Support for Innovation*) dan pada akhirnya akan meningkatkan *Team Innovation*.

Berdasarkan hasil *in depth interview* yang dilakukan oleh peneliti kepada salah satu *Senior Wealth Manager* di Departemen *Marketing* PT. Global Artha Futures yaitu Pak Imam, peneliti mendapatkan informasi bahwa dalam memberikan *Coaching* biasanya *Senior Wealth Manager* hanya memberikannya kepada masing-masing *Wealth Manager*, sedangkan *Wealth Manager* bertanggung jawab memberikan *coaching* kepada anggota timnya. Biasanya *Coaching* dilaksanakan pada saat *meeting* yang dilakukan sekali dalam seminggu ataupun saat melakukan pekerjaan sehari-hari, yaitu dengan memberikan arahan kepada masing-masing anggota terkait tujuan yang ingin dicapai tim tersebut, memberikan *feedback* terkait dengan pekerjaan dan hasil yang telah dicapai oleh setiap anggota, mendampingi anggota ketika menemui klien yang sulit ditangani, dan mendorong adanya inovasi dalam tim (*Team Innovation*) dimana tiap anggota diberikan kesempatan untuk memberikan ide-ide dan inisiatif terkait strategi pemasaran yang dilakukan agar dapat meningkatkan penjualan.

Melihat pentingnya *Team Coaching* dalam mendukung terjadinya *Team Innovation* maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “ **Analisis Pengaruh *Team Coaching* terhadap *Team Innovation* : Telaah *Work Team* di Departemen *Marketing* Kantor Pusat PT. Global Artha Futures** “ Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu setiap pemimpin tim di

Departemen *Marketing* PT. Global Artha Futures untuk meningkatkan *coaching skill* dan inovasi dalam tim mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti merumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah *Team Coaching* berpengaruh positif terhadap *Team Goal Commitment* pada *work team* di Departemen *Marketing* Kantor Pusat PT. Global Artha Futures ?
2. Apakah *Team Goal Commitment* berpengaruh positif terhadap *Support for Innovation* pada *work team* di Departemen *Marketing* Kantor Pusat PT. Global Artha Futures ?
3. Apakah *Support for Innovation* berpengaruh positif terhadap *Team Innovation* pada *work team* di Departemen *Marketing* Kantor Pusat PT. Global Artha Futures ?

1.3 Batasan Masalah

Untuk mempermudah penelitian yang dilakukan dan fokus pada tujuan penelitian , maka peneliti membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut :

1. Responden dalam penelitian ini adalah *work team* di Departemen *Marketing* Kantor Pusat PT. Global Artha Futures.

2. Sampel dalam penelitian ini adalah 50 orang anggota *work team* di Departemen *Marketing* Kantor Pusat PT. Global Artha Futures.
3. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain *Team Coaching*, *Team Goal Commitment*, *Support for Innovation* dan *Team Innovation*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Team Coaching* terhadap *Team Goal Commitment* pada *work team* di Departemen *Marketing* Kantor Pusat PT. Global Artha Futures.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Team Goal Commitment* terhadap *Support for Innovation* pada *work team* di Departemen *Marketing* Kantor Pusat PT. Global Artha Futures.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Support for Innovation* terhadap *Team Innovation* pada *work team* di Departemen *Marketing* Kantor Pusat PT. Global Artha Futures.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Manajemen Sumber Daya Manusia yang berkaitan dengan *Team Coaching, Team Goal Commitment, Support for Innovation dan Team Innovation*.

1.5.2 Manfaat Akademis

1. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini peneliti dapat belajar bagaimana mengidentifikasi dan menganalisis suatu masalah dan menentukan bagaimana cara penyelesaiannya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti dan memperkaya ilmu dalam bidang Manajemen Sumber Daya Manusia khususnya yang berkaitan dengan *Team Coaching, Team Goal Commitment, Support for Innovation dan Team Innovation*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan Manajemen Sumber Daya Manusia khususnya mengenai *Team Coaching, Team Goal Commitment, Support for Innovation dan Team Innovation*.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi sumber referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan *Team Innovation* dan *Team Coaching*.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dan dapat menjadi acuan bagi perusahaan yang menjadi objek penelitian maupun perusahaan lain yang juga menerapkan *work team* terutama yang berkaitan *Team Coaching*, *Team Goal Commitment*, *Support for Innovation* dan *Team Innovation*.

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut ini merupakan sistematika penulisan laporan penelitian yang berjudul “ **Analisis Pengaruh *Team Coaching* terhadap *Team Innovation* : Telaah *Work Team* di Departemen *Marketing* Kantor Pusat PT. Global Futures** “:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan beberapa hal yang menjadi latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini peneliti menjelaskan teori-teori yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan yang dapat menjadi dasar pedoman dan pengetahuan dalam melakukan penelitian seperti pengertian *Management*, *Human Resource Management*, *Work Team*, dan *Coaching*.

BAB III METDOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, dimana yang menjadi objek adalah *work team* di Departemen *Marketing* Kantor Pusat PT. Global Artha Futures. Selain itu, penulis juga membahas mengenai lokasi penelitian, desain penelitian, ruang lingkup penelitian, operasionalisasi variabel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil-hasil dari penelitian berdasarkan kuesioner yang dialukan serta deskripsi dari analisis output kuesioner. Dalam hal ini penulis menguraikan pengaruh *Team Coaching* terhadap *Team Goal Commitment*, *Team Goal Commitment* terhadap *Support for Innovation*, *Support for Innovation* terhadap *Team Innovation*. Kemudian duhubungkan dengan teori-teori yang terkait serta hasil penelitian sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah dikemukakan pada Bab 1, kesimpulan yang didasarkan atas dasar temuan penelitian dan informasi tambahan yang didapat penulis selama penelitian.

Selain itu peneliti juga memberikan saran baik untuk perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya.

