

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasannya maka diperoleh suatu gambaran mengenai *engagement behavior* pada karyawan bagian Mikro Kredit Sales (SKM) divisi *Micro Banking* Cluster Braga I di Bank “X” Bandung dengan kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Sebagian besar karyawan bagian Sales Kredit Mikro (SKM) divisi Kredit Usaha Mikro di Bank “X” Cluster Braga I Bandung dikategorikan sebagai karyawan yang *engaged*.
- 2) Karyawan yang *engaged* memiliki derajat yang tinggi pada keempat aspek *engagement behavior*, baik *persistence*, *proactive*, *role expansion*, maupun *adaptability*. Sedangkan karyawan yang *non engaged* memiliki derajat yang bervariasi pada masing-masing aspek, ada yang rendah dan ada yang tinggi. Aspek yang paling mencolok adalah aspek *persistence* dan *proactive*.
- 3) Semua karyawan baik *engaged* maupun *non engaged* mempunyai derajat *persistence* yang tinggi. Dalam hal ini ditunjukkan dari seringnya karyawan SKM untuk bersedia bekerja lebih dari jam kerja yang ditentukan, bahkan saat akhir pekan, serta pantang menyerah dalam melayani nasabah. Kemudian aspek yang mencolok selanjutnya adalah aspek *proactive*. 8 dari 9 orang yang *non engaged* mempunyai aspek *proactive* rendah. Hal ini disebabkan SOP yang ketat dalam pengajuan kredit nasabah dimana segmen nasabah sudah ditentukan sebelumnya oleh perusahaan sehingga karyawan SKM tidak bisa leluasa untuk inisiatif mencari target nasabah.
- 4) Semua karyawan SKM baik yang *engaged* maupun *non engaged* mempunyai *engagement feeling* yang tinggi. *Engagement feeling* yang tinggi pada semua karyawan

non engaged artinya pada dasarnya mereka memiliki perasaan untuk engaged tetapi tidak ditampilkan ke dalam bentuk perilaku.

- 5) Baik karyawan SKM yang *engaged* maupun *non engaged* sebagian besar memiliki prinsip *engagement* yang tinggi.
- 6) Derajat prinsip *engagement* yang rendah menganggap perusahaan kurang memberikan pembelajaran dan training yang cukup ke karyawannya, serta kurangnya otonomi dalam memilih target nasabah.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Teoretis

- 1) Bagi peneliti selanjutnya, dapat diteliti lebih lanjut mengenai korelasi antara *engagement behavior* dan budaya organisasi.

5.2.2. Saran Praktis

- 1) Disarankan kepada *cluster manager* mikro untuk mengkomunikasikan strategi marketing dan bagaimana cara untuk mengusulkan segmen pelanggan yang berpotensi agar SKM tidak merasa terbatas.
- 2) Materi training SKM agar lebih ditambah lagi tentang cara berkomunikasi dengan pelanggan.
- 3) Menginformasikan kepada pihak manajemen *micro banking* terutama kepada *cluster manager* dan *human capital* akan pengaruh birokrasi terhadap menurunnya aspek *proactive* serta masukan pembenahan birokrasi.