

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Globalisasi adalah suatu fenomena khusus dalam peradaban manusia yang bergerak terus dalam masyarakat global dan merupakan bagian dari proses manusia global itu. Kehadiran teknologi informasi dan teknologi komunikasi mempercepat akselerasi proses globalisasi ini. Globalisasi menyentuh seluruh aspek penting kehidupan. Globalisasi menciptakan berbagai tantangan dan permasalahan baru yang harus dijawab, dipecahkan dalam upaya memanfaatkan globalisasi untuk kepentingan kehidupan. Demi kelangsungan hidupnya seseorang dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, dengan bekerja maka seseorang akan mendapatkan penghasilan sehingga dapat memenuhi kebutuhannya.

Bekerja merupakan kegiatan yang membuat manusia dapat merasakan dirinya menjadi sosok manusia yang sesungguhnya. Bekerja dapat memberikan makna, mencuatnya rasa bangga, dan bekerja juga dapat melahirkan apresiasi dan pengakuan. Dengan bekerja, manusia akan dapat memperoleh apa yang diinginkan dan dikehendaki. Akan tetapi bekerja sesungguhnya, tidaklah selalu mudah untuk dijalani. Terlebih lagi, bekerja yang bukan sembarang bekerja, tetapi bekerja yang termasuk dalam kategori efektif dan berhasil guna (Triantoro dan Kunjana, 2006 :1).

Setiap perusahaan pasti akan dihadapkan pada masalah ketenaga kerjaan, salah satu diantaranya yaitu bagaimana membuat para karyawan perusahaan agar mereka mampu bekerja dengan motivasi yang tinggi untuk menunjukkan prestasi kerja yang baik. Walaupun diakui bahwa aset-aset non manusianya termasuk alam, tetap memainkan peranan yang penting, tetapi tanpa dukungan oleh sumber daya manusia yang berkualitas maka semuanya hanya akan sia-sia. Tanpa MSDM yang handal, pengolahan, penggunaan, dan pemanfaatan sumber-sumber lainnya itu akan menjadi tidak *efektif, efisien* dan produktif (Gomes, 2003).

Tingkat kompetensi yang tinggi memicu setiap perusahaan berusaha sedemikian rupa untuk mengejar tingkat produktivitas setinggi-tingginya agar bisa mencapai tujuan dan untuk menjaga kelangsungan organisasinya. Sumber daya manusia memiliki posisi sangat strategis dalam organisasi, artinya unsur manusia memegang peranan penting dalam melakukan aktivitas untuk pencapaian tujuan. Untuk itulah *eksistensi* sumber daya manusia dalam organisasi sangat kuat (Sulistiyani & Rosidah, 2003).

Hal utama yang dituntut oleh perusahaan dari karyawannya adalah prestasi kerja mereka yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Prestasi kerja karyawan akan membawa dampak bagi karyawan yang bersangkutan maupun perusahaan tempat ia bekerja. Prestasi kerja yang tinggi akan meningkatkan produktivitas perusahaan, menurunkan tingkat keluar masuk karyawan (*turn over*), serta memantapkan manajemen perusahaan. Sebaliknya, prestasi kerja karyawan yang rendah dapat menurunkan tingkat kualitas dan

produktivitas kerja, meningkatkan tingkat keluar masuk karyawan, yang pada akhirnya akan berdampak pada penurunan pendapatan perusahaan.

Bagi karyawan, tingkat prestasi kerja yang tinggi dapat memberikan keuntungan tersendiri, seperti meningkatkan gaji, memperluas kesempatan untuk dipromosikan, menurunnya kemungkinan untuk didemosikan, serta membuat ia semakin ahli dan berpengalaman dalam bidang pekerjaannya. Sebaliknya, tingkat prestasi kerja karyawan yang rendah menunjukkan bahwa karyawan tersebut sebenarnya tidak kompeten dalam pekerjaannya, akibatnya ia sukar untuk dipromosikan ke jenjang pekerjaan yang tingkatannya lebih tinggi, memperbesar kemungkinan untuk didemosikan, dan pada akhirnya dapat juga menyebabkan karyawan tersebut mengalami pemutusan hubungan kerja. (<http://rumahbelajarpsikologi.com>).

Prestasi kerja agen dipengaruhi oleh bermacam-macam ciri pribadi dari masing-masing individu. Dalam perkembangan yang kompetitif dan mengglobal, perusahaan membutuhkan agen yang berprestasi tinggi, pada saat yang sama agen membutuhkan umpan balik atas kinerja mereka sebagai pedoman bagi tindakan-tindakan mereka pada saat yang akan datang (Veithzal, 2004 : 307).

Selain itu prestasi juga dipengaruhi oleh efikasi diri seseorang. Efikasi diri adalah penilaian seseorang tentang apa yang dapat ia lakukan dengan ketrampilan apapun yang dimilikinya (Bandura, 1986). Lebih lanjut lagi, Bandura (dalam Schultz dan Schultz, 2005) menyatakan bahwa Efikasi diri merupakan sebuah bentuk persepsi yang berkaitan dengan kontrol yang dimiliki oleh seseorang

dalam hidupnya. Schultz dan Schultz (2005) menyimpulkan adanya perbedaan antara orang yang memiliki Efikasi diri rendah dan tinggi. Seseorang yang memiliki Efikasi diri rendah akan cenderung merasa *helpless*, tidak mampu melakukan pengaturan pada keadaan yang terjadi dalam hidupnya. Pada saat mereka menghadapi hambatan, mereka akan dengan cepat menyerah, bila pada usaha pertama sudah mengalami kegagalan. Seseorang yang memiliki Efikasi diri sangat rendah tidak akan melakukan upaya apapun untuk mengatasi hambatan yang ada, karena mereka percaya bahwa tindakan yang mereka lakukan tidak akan membawa pengaruh apapun. Efikasi diri yang rendah dapat merusak motivasi, menurunkan aspirasi, mengganggu kemampuan kognitif, dan secara tidak langsung dapat mempengaruhi kesehatan fisik.

Di sisi lain, seseorang yang memiliki Efikasi diri tinggi percaya bahwa mereka dapat menanggulangi kejadian dan situasi secara efektif. Mereka mempunyai kepercayaan diri yang tinggi berkaitan dengan kemampuan mereka dibanding dengan orang yang memiliki Efikasi diri rendah, dan mereka hanya menunjukkan sedikit keraguan terhadap diri sendiri. Mereka melihat kesulitan yang ada adalah sebagai sesuatu yang menantang, dibandingkan sebagai sesuatu yang mengancam, mereka juga secara aktif selalu berusaha menemukan situasi - situasi baru. Tingginya Efikasi diri menurunkan rasa takut akan kegagalan, meningkatkan aspirasi, meningkatkan cara penyelesaian masalah, dan kemampuan berpikir analitis. Dalam proses mendapatkan nasabah asuransi, diharapkan memiliki Efikasi diri yang tinggi agar memberikan hasil prestasi kerja yang baik yaitu mencapai target yang telah ditentukan oleh pihak perusahaan. Hal ini sejalan

dengan hasil penelitian Bandura dan Locke; Stajkovic dan Luthans (dalam John, 2005) yang menyatakan bahwa ada hubungan yang sangat tinggi antara Efikasi diri dengan *performance*. Semakin tinggi Efikasi diri maka semakin baik pula hasil kerja seseorang.

Bagi masyarakat modern seperti sekarang ini, perusahaan asuransi mempunyai peranan yang sangat luas jangkauannya. Perusahaan asuransi mempunyai jangkauan yang menyangkut kepentingan-kepentingan sosial maupun kepentingan ekonomi. Disamping itu ia juga dapat menjangkau baik kepentingan-kepentingan masyarakat luas atau kepentingan-kepentingan individu (Sri rejeki, 2001 : 10).

Asuransi telah berkembang menjadi suatu bidang usaha atau bisnis yang menarik yang mempunyai peranan yang tidak kecil dalam kehidupan ekonomi maupun dalam pembangunan ekonomi, terutama dibidang pendanaan. Asuransi artinya transaksi pertanggungan yang melibatkan dua pihak, tertanggung dan penanggung. Dimana penanggung menjamin pihak tertanggung, bahwa iya akan mendapatkan penggantian terhadap suatu kerugian yang mungkin akan dideritanya, sebagai akibat dari suatu peristiwa yang semula belum tentu akan terjadi atau semula belum dapat ditentukan saat kapan terjadinya. Sebagai kontrak prestasinya si tertanggung diwajibkan membayar sejumlah uang kepada si penanggung, yang besarnya sekian persen dari nilai pertanggungan, yang disebut premi (Soeismo, 1999 : 69).

J.E. Kaihatu, (1999: 246) bahwa pertanggungan atau asuransi adalah suatu persetujuan antara dua pihak dalam persetujuan mana pihak yang satu dengan

diterimanya suatu jumlah uang yang dinamakan premi yang akan membebaskan dirinya dengan perjanjian akan menanggung kerugian atau kehilangan yang mungkin diderita oleh pihak kedua tersebut, karena kerugian atau kehilangan mana diakibatkan oleh suatu kejadian yang tak tertentu.

Dari sudut pandang sosial, asuransi didefinisikan sebagai organisasi sosial yang menerima pemindahan resiko dan mengumpulkan dana dari anggota-anggotanya guna membayar kerugian yang mungkin terjadi pada masing-masing anggota tersebut, karena kerugian tidak pasti akan terjadi pada setiap anggota, maka anggota yang tidak pernah mengalami kerugian dari sudut pandangan sosial merupakan penyumbangan terhadap organisasi. Hal itu setiap kerugian anggota dipikul sama (Herman, 2000 : 3).

Namun masih banyak orang yang belum paham apa pentingnya asuransi, hal itu yang membuat suatu agen asuransi untuk bekerja ekstra selain menjual produk-produk asuransinya mereka juga menjelaskan bagaimana asuransi itu sebenarnya, sehingga mereka harus berlomba-lomba untuk mendapatkan nasabah sesuai dengan target yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan asuransi.

Tercatat hanya sekitar 2% penduduk Indonesia yang baru memiliki asuransi. Kondisi ini tidak terlepas dari berbagai faktor yang berdampak langsung dan tidak langsung. Diantaranya factor langsung yaitu banyak yang merasa terjebak ikut asuransi karena ketika mengajukan klaim, mereka tidak mendapatkan klaim yang sudah diatur dalam polis. Banyak oknum agen asuransi yang terbatas menjelaskan produknya hanya untuk mendapatkan keuntungan untuk dirinya agar calon

nasabah mengambil produk asuransinya. Ada beberapa oknum perusahaan asuransi yang membuat “pasal dibalik pasal” untuk dijadikan tameng ketika mereka tidak mengeluarkan klaim yang sudah diatur dalam polis. Faktor tidak langsung diantaranya, masih banyak yang menganggap asuransi sebagai beban pengeluaran bukan sebagai tabungan. Masih banyak yang menganggap asuransi tidak perlu karena masih bisa menanggung sendiri. Serta masih rendahnya penghasilan rata-rata penduduk Indonesia (rorophei.blogspot.com).

Adapun perusahaan asuransi yang menjadi objek penelitian adalah PT. Prufaimly investa Malang. Perusahaan ini bergerak dibidang jasa dan suatu pertanggung jawaban jiwa bagi masyarakat PT. Prufaimly investa Malang merupakan bagian dari Prudential plc, London, Inggris dan Asia. Prudential Indonesia menginduk pada regional Prudential Corporation Asia (PCA), yang berkedudukan di Hongkong. (<http://www.prudential.co.id>).

Di dalam menjalankan kegiatan usaha maka perusahaan menawarkan dan menjual polis asuransi kepada masyarakat tidak lepas dari peran serta petugas lapangan atau agen asuransi. Agen merupakan ujung tombak perusahaan asuransi. Berhasil atau tidaknya seorang agen dalam pekerjaannya sangat tergantung dari ketahanan dan daya juang agen dalam menghadapi kegagalan, serta kemampuan agen menghadapi ketatnya persaingan di dunia kerja. mereka berlomba-lomba untuk mencapai prestasi yang diharapkan dan bersaing tidak hanya dengan agen dalam satu perusahaan yang sama tetapi juga bersaing dengan agen yang ada di semua perusahaan asuransi. Seorang agen akan sukses dan meraih prestasi apabila ia mampu bangkit dari kegagalan dan berupaya untuk mencapai hasil terbaik

dalam pekerjaannya. Faktor internal yang mampu membangkitkan atau mendorong agen untuk melakukan tingkah laku tertentu guna memenuhi keinginannya untuk meraih prestasi adalah peran dari motivasi berprestasi. Tidak mudahnya mencari klien merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh agen, dan berdasarkan hal tersebut justru akan semakin terlihat bagaimana agen terdorong dan berupaya untuk mendapatkan klien sebanyak-banyaknya untuk bergabung dengan asuransi sebagai ukuran dari prestasi kerja agen. (<http://psikologi-esaunggul.blogspot.com>).

Fenomena yang terjadi di PT. Prufaimly investa Malang berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan pada Januari 2014 selama satu bulan terhadap beberapa agen dan juga Unit Manager, yaitu ada beberapa agen yang memiliki keyakinan bahwa dia akan bisa dengan mudah untuk mencapai target. Mereka yakin bisa mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan dengan mudah, namun dalam prakteknya tidak sedikit agen yang tidak mencapai target. Hal itu bisa disebabkan oleh berbagai factor, diantaranya adalah factor *skill*, berhubungan dengan bagaimana cara seorang agen asuransi dalam mendapatkan nasabah sesuai dengan kemampuan mereka untuk mempersuasi nasabahnya dengan menggunakan proses komunikasi yang baik dan tepat, sehingga para nasabah tertarik untuk bergabung menjadi nasabahnya. Disini lebih ditekankan mengenai tekni-teknik komunikasi yang baik seperti bagaimana membangun *rapport* dengan calon nasabah, kemudian membina hubungan baik dengan nasabah, trik bertutur bahasa yang bisa menarik orang agar mudah bergabung, tentunya dengan menggunakan bahasa-bahasa yang sopan.

Kemudian *knowledge*, berhubungan dengan pengetahuan seorang agen tentang produk-produk asuransi yang akan dipasarkannya, agen harus paham tentang konsep asuransi, produk asuransi baik produk asuransi konvensional maupun produk asuransi *syari'ah*, prinsip dasar asuransi, konsep menjual, serta kode etik dan perilaku agen asuransi di PT. Prufaimly investa Malang. Selain itu tingkat intensitas sering tidaknya dalam menemui target atau sasaran yang akan dijadikan sebagai nasabah dalam asuransinya.

Kemudian ada pula yang disebabkan oleh *goal setting* atau perencanaan yang matang untuk menuju suatu target yang menjadi sasaran. Selain itu *goal setting* penetapan apa yang hendak dicapai seseorang, disini PT. Prufaimly investa Malang mentarget agen asuransinya untuk mentarget dirinya sendiri, setiap agen memiliki *goal setting* yang berbeda-beda. Seperti agen yang memiliki *goal setting* mendapatkan rumah, mobil, motor dan lain sebagainya. Dengan mentarget dirinya sendiri itulah, diharapkan para agen asuransi termotivasi dan berlomba-lomba untuk merealisasikan *goal setting* yang telah mereka tetapkan sendiri dalam jangka waktu yang diinginkan. jika *goal setting* ingin terealisasikan dengan cepat maka agen harus secara *konsisten* untuk mencari calon nasabah.

Target yang ditetapkan oleh PT. Prufaimly investa Malang untuk agen pemula minimal memproduksi enam polis asuransi dengan besaran premi yang berbeda-beda untuk setiap nasabahnya, dan komisi yang didapat untuk dua tahun pertama yaitu 30% dari hasil premi yang dihasilkan, kemudian untuk tahun berikutnya yaitu mendapatkan 5% dari premi yang dihasilkan oleh masing-masing agen. Kemudian untuk Unit Manager yaitu minimal membawahi empat agen

asuransi dengan memproduksi kurang lebih sekitar Rp. 400.000.000 per tahun dan biasanya oleh Unit Manager produksi tersebut dibagi dalam target bulanan bahkan sebagai target mingguan hingga target harian. Dari Rp. 400.000.000 menjadi target bulanan untuk satu tahun biasanya oleh para Unit Manager dibagikan tidak menjadi dua belas bulan namun menjadi sepuluh bulan yaitu Rp. 40.000.000, untuk target mingguan Rp 10.000.000 hingga untuk target harian menjadi lebih kecil lagi dibagi menjadi enam hari yaitu Rp. 1.700.000. dengan mentarget menjadi harian akan dirasa lebih mudah bagi para agen untuk mendapatkan nasabah asuransinya.

Hal ini sangat bertentangan dengan teori yang di sampaikan oleh Bandura (1997) yang mengatakan bahwa semakin tinggi efikasi diri seseorang maka akan semakin tinggi pula prestasi orang tersebut. Namun berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan dengan agen asuransi teori tersebut tidak berlaku masih banyak agen yang belum memenuhi target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Beberapa cara telah dilakukan oleh pihak perusahaan untuk dapat meningkatkan target penjualan produk asuransi. Diantaranya setiap sabtu sore para agen dibekali dengan kegiatan-kegiatan motivasi dan beberapa testimoni dari para Unit Manager serta Senior Unit Manager. Testimoni berisi beberapa pengalaman tentang bagaimana seorang agen asuransi dalam mendapatkan nasabahnya. Bagaimana kendala-kendala lapangan yang harus dihadapi oleh para agen asuransi ketika akan memprospek calon nasabah. Kesulitan serta tips-tips mudah untuk dapat mendapatkan nasabah baru.

Pelatihan *PRUFast Star* juga diberikan kepada agen asuransi baru yaitu dengan mengikuti kelas selama tiga hari secara berturut-turut, untuk kelas pagi dimulai pada pukul 09:00 s/d 17:00 untuk hari pertama, berisi tentang pengenalan perusahaan yaitu profil perusahaan, konsep asuransi jiwa, dasar-dasar investasi dan juga produk-produk di *Prudential* Indonesia. Kemudian hari kedua mengenai konsep menjual yaitu tentang standart operasi administrasi asuransi jiwa, etika bisnis dan peraturan pemerintah. Kemudian untuk hari ketiga tentang *Live Calling* yaitu mengenai tahapan siklus menjual, proses pendekatan komunikasi, presentasi tutorial AAJI (*Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia*).

Selain itu *reward* juga diberikan oleh pihak perusahaan kepada para agen yang bisa mencapai target mingguan yaitu berupa uang tunai yang langsung diberikan oleh perusahaan. Untuk tiap minggu minimal *closing* satu premi asuransi mendapatkan uang tunai sekitar Rp. 10.000 s/d Rp. 20.000 dan berlaku kelipatannya.

Selain *reward*, *punishment* juga diberikan kepada agen yang tidak bisa mencapai target. Yaitu ketika seorang Unit Manager membawahi minimal empat agen asuransi dan biasanya para Unit Manager dengan agennya memiliki ketentuan misalnya jika tidak bisa memenuhi target harian maka akan membayarkan uang tunai kepada agen yang memenuhi target di dalam kelompoknya, seperti mengisikan pulsa besarnya mulai Rp. 10.000 s/d Rp. 50.000. selain itu juga akan diberikan surat peringatan oleh perusahaan ketika dalam batas waktu yang ditentukan tidak dapat memenuhi target tersebut. Dan biasanya untuk para agen baru target dalam waktu satu tahun minimal

memproduksi enam polis asuransi dengan nilai premi yang bermacam-macam, jika target tersebut tidak dapat dipenuhi oleh agen maka perusahaan memberikan surat pemutusan hubungan kerja oleh pihak perusahaan, karena agen tersebut dirasa tidak produktif dalam perusahaan.

Di dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Anita Oktri Yance (2005) dengan judul “Hubungan Stress Kerja dengan Prestasi Kerja Karyawan Pada Perusahaan Cor Alumunium “SP” Yogyakarta”, hasil penelitian menunjukkan koefisien korelasi (r) = - 0,638, koefisien determinan (r^2) = 0.407, peluang galat (p) = 0,000 ($p < 0,001$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan yang negative yang sangat signifikan antara variable stress kerja dengan prestasi kerja sebesar 40,7%. Artinya semakin tinggi tingkat stress kerja karyawan (*distress*) maka semakin rendah prestasi kerja karyawan, begitu pula sebaliknya semakin rendah tingkat stress kerja karyawan (*distress*) maka semakin tinggi prestasi kerja karyawan.

Penelitian yang lain yang dilakukan oleh Desti Setiorini (2008) dengan judul “Hubungan antara persepsi terhadap gaya kepemimpinan transformasional dengan prestasi kerja” dan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara persepsi terhadap gaya kepemimpinan transformasional dengan prestasi kerja, dengan nilai r_{hitung} sebesar 0,459 dengan $p < 0,000$ ($p < 0,01$).

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Agnes Indra Puspita (2007) mengenai “Hubungan antara self efficacy dengan dan sense of humor dengan partisipasi kerja karyawan” berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai

koefisien korelasi $R = 0,587$. Yaitu ada hubungan yang sangat signifikan antara *self efficacy* dan *sense of humor* dengan partisipasi kerja. Berdasarkan analisis diperoleh nilai korelasi *self efficacy* dan partisipasi kerja sebesar 0,390 dan korelasi antara *sense of humor* dengan partisipasi kerja sebesar 0,362.

Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan dan beberapa penelitian sebelumnya, penulis tertarik untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel efikasi diri dengan prestasi kerja, maka penulis mengambil judul **“Hubungan Antara Efikasi Diri dengan Prsetasi kerja pada Agen PT. Prufaimly investa Malang”**

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas dirumuskan beberapa masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana tingkat Efikasi Diri pada agen di PT. Prufamily investa Malang?
2. Bagaimana Prestasi Kerja pada agen di PT. Prufamily investa Malang?
3. Apakah ada hubungan antara *Efikasi Diri* dengan Prestasi Kerja di PT. Prufamily investa Malang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka dapat ditentukan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui tingkat Efikasi Diri pada agen di PT. Prufamily investa Malang.

2. Untuk mengetahui tingkat Prestasi Kerja pada agen di PT. Prufamily investa Malang.
3. Untuk mengetahui hubungan antara Efikasi Diri dengan Prestasi Kerja di PT. Prufamily investa Malang.

D. Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan tujuan penelitian diatas. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Dengan penelitian ini, peneliti dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama di bangku perkuliahan. Selain itu pengetahuan baru akan menambah ketrampilan baru dalam praktik psikologi khususnya di bidang industri dan organisasi.

2. Manfaat Praktis

- a. Menambah pengetahuan bagi ilmu pengetahuan, khususnya bidang psikologi industri dan organisasi tentang Efikasi Diri dengan Prestasi Kerja.
- b. Memberikan masukan kepada PT. Prufamily investa Malang dari hasil penelitian yang dilakukan tentang hubungan Efikasi Diri dengan Prestasi Kerja.
- c. Bagi pihak lain hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi untuk memperkaya cakrawala berfikir dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan selanjutnya.