

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis asuransi di kota besar seperti di Surabaya sangatlah sengit. Hal ini ditunjang karena Surabaya merupakan kota terbesar nomor dua di Indonesia, dan juga banyaknya penduduk dari berbagai daerah yang mendiami pulau Jawa untuk bekerja, sekolah dan salah satu yang dikunjungi adalah kota Surabaya karena banyaknya fasilitas yang tersedia dengan baik. Faktor inilah yang menyebabkan banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang asuransi seperti AXA, Allianz, Prudential, Generali, Mandiri *Life Insurance*, BNI *Life*, Sinar Mas, AIA *Financial*, dan lain-lain yang bersaing untuk mendapatkan nasabah asuransi dan menawarkan berbagai jenis bidang asuransi dimulai dari asuransi jiwa, kematian, kesehatan, kendaraan, pendidikan, bisnis, perjalanan, dan lain-lain melalui agen pemasaran asuransi mereka yang profesional. Agen asuransi merupakan sebutan dalam dunia bisnis asuransi untuk menyebut mereka sebagai penjual jasa atau *sales*, sedangkan perusahaan asuransi merupakan lembaga non bank yang memiliki peran tidak jauh dari bank yang berupa memberikan layanan berupa jasa kepada nasabah untuk mengatasi resiko yang akan terjadi dimasa mendatang.

Kinerja para agen asuransi memiliki peranan penting dalam perusahaan asuransi untuk meningkatkan penjualan, terutama terhadap agen asuransi Prudential. Prudential merupakan asuransi terbesar didunia yang pertama kali berbasis di Britania Raya, perusahaan Prudential memiliki lebih dari 21 juta pelanggan di dunia, salah satunya Prudential juga memiliki banyak pelanggan di Indonesia sendiri, sehingga menjadikan Prudential sebagai top brand untuk perusahaan asuransi yang berada di Indonesia sehingga jumlah pelanggannya terus meningkat tiap tahunnya, dan menjadikan Prudential sebagai asuransi besar untuk digunakan terutama pada layanan untuk asuransi jiwa dan kesehatan.

Prudential sendiri memiliki sebuah tagline baru yaitu *Listening, Understanding, Delivering*, yang memiliki arti yaitu memfokuskan dan meningkatkan serta mengantisipasi kebutuhan pelanggan dan meningkatkan sebuah kepuasan melalui layanan yang diberikan serta memberikan solusi komprehensif untuk proteksi, Kesehatan dan masa pensiun.



Gambar 1. 1 Pangsa Pasar Asuransi Jiwa di Indonesia



Gambar 1. 2 Pangsa Pasar Asuransi Kesehatan di Indonesia

Logo Prudential sendiri memiliki arti, dan hal ini menjadikan sebuah panutan bagi para agen Prudential sendiri, dan memunculkan sebuah *self efficacy* yang ada di diri para agen Prudential sendiri sehingga memunculkan sebuah motivasi kerja yang mereka miliki, dan tidak memandang sebuah perbedaan gender antar sesama

agen, sehingga kinerja agen akan semakin maksimal, khususnya pada Agen Asuransi Prudential yang berada di Surabaya yang memiliki tingkat *self efficacy* yang sangat tinggi terhadap motivasi kerja yang dimiliki.



Gambar 1. 3 Arti Logo Asuransi Prudential

Menurut Baldauf *et.al* (2001) dalam Intan,dkk (2017) mengatakan kinerja tenaga penjual adalah hasil yang didapatkan dari usaha penjualan. Dalam meningkatkan penjualan perusahaan asuransi juga perlu memperhatikan faktor-faktor tenaga kerjanya dalam menjual jasa mereka kepada orang lain. Mangkuprawira dan Aida (2007) dalam Intan, dkk (2017) menyatakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja individu adalah kepercayaan diri atau keyakinan diri seseorang dan motivasi yang dimiliki individu tersebut.

Menurut Bandura (1997) *self efficacy* adalah keyakinan diri yang dipegang seseorang tentang kemampuannya untuk sukses dan hasil yang akan ia peroleh dari kerja kerasnya yang akan mempengaruhi cara mereka berperilaku. *Self efficacy* berperan penting dalam kehidupan setiap orang karena mendorong seseorang untuk bisa memahami dan bangkit dari keterpurukan terhadap situasi yang mereka alami sehingga kinerja menjadi optimal. Ketika seorang agen asuransi memiliki *self efficacy* dalam dirinya akan sangat membantu dirinya ketika mengalami penolakan berkali-kali oleh calon nasabah yang mereka tawari untuk memakai jasa asuransi mereka sehingga mereka dapat bangkit kembali

untuk mencari nasabah dan relasi baru untuk menyalurkan produk jasa yang mereka miliki, karena *self efficacy* juga mendorong individu untuk tetap yakin dan percaya bahwa dirinya mampu untuk mengatasi masalah dan hambatan sehingga mereka dapat mencapai tujuan. Bandura (1997) mengatakan jika seseorang memiliki *self efficacy* yang tinggi mereka lebih percaya bahwa mereka mampu mencapai kinerja meskipun mereka menghadapi berbagai tekanan pada pekerjaan. Jadi jika seseorang memiliki tingkat *self efficacy* yang tinggi mereka akan cenderung lebih sukses dalam menjalankan suatu pekerjaan.

Menurut Handayani (2008) menyatakan bahwa *self efficacy* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja dan perfoma dalam organisasi PT. Sampoerna Tbk. Surabaya. Penelitian yang dilakukan oleh Intan, dkk (2017) tentang “Pengaruh *Self efficacy* Dan Motivasi Berprestasi Terhadap Kinerja Agen Pemasaran Asuransi *Equity Life* Indonesia Cabang Renon Denpasar” menyatakan bahwa *self efficacy* memiliki peranan penting bagi agen asuransi, jika semakin tinggi *self efficacy* seseorang maka semakin tinggi juga kinerja agen pemasaran asuransi, dan hal ini tidak mempengaruhi mereka jika mengalami penolakan dan justru akan mencari nasabah lain untuk mencapai target. Alma *et.al* (2019) menyatakan *self efficacy* memiliki pengaruh positif dalam menunjukkan potensi dirinya terutama dalam *skills* mereka. Pillai dan Williams (2004) dalam Intan, dkk (2017) mengatakan *self efficacy* merupakan suatu penentu tingkat keberhasilan seseorang dalam pekerjaan. Bandura (1997) menyatakan jika seseorang memiliki *self efficacy* lebih tinggi, ia lebih percaya bahwa ia mampu mencapai kinerja meskipun ada tekanan (konflik) pada pekerjaan.

Motivasi kerja bagi karyawan agen asuransi memang sangat diperlukan bagi mereka bekerja dalam menawarkan produk asuransi yang mereka miliki karena dalam menawarkan produk asuransi yang dimiliki merupakan sebuah karir dan tantangan bagi mereka untuk menjadi karyawan berprestasi dikantor dalam mencari nasabah dan perusahaan memberikan premi atau komisi bagi para agen jika berhasil mencapai target penjualan, sehingga memacu mereka untuk bekerja

lebih giat lagi dalam menghasilkan pendapatan utama maupun pendapatan tambahan. Menurut Luthans (2006) dalam Intan, dkk (2017) menyatakan motivasi adalah proses psikologi yang menggerakkan perilaku atau dorongan yang ditujukan untuk tujuan intensif. Dalam dunia pekerjaan motivasi merupakan hal yang paling utama dan terpenting bagi setiap pekerjaan apapun dan harus dimiliki oleh setiap karyawan untuk meraih tujuan dan sebagai tujuan untuk memuaskan kebutuhan hidupnya sehari-hari. Menurut Amelia (2009) jika seseorang memiliki motivasi yang tinggi maka akan merasa dirinya tertantang untuk melakukan hal-hal baru dan akan menguji kemampuannya, sehingga pekerjaan dengan tingkat kesulitan apapun itu akan diselesaikan dengan baik.

Menurut Sasmita (2017) menyatakan motivasi kerja tinggi memiliki pengaruh yang positif bagi karyawan untuk meningkatkan kinerja mereka, jika motivasi rendah akan menurunkan kinerja mereka. Menurut Alvaloglou dan Hermanas (2020) mengatakan bahwa motivasi dan *self efficacy* memiliki pengaruh positif dalam mengembangkan karir mereka dalam bekerja, dan memiliki kekuatan yang besar.

Gender merupakan sebuah isu yang sering terjadi pada dunia kerja dan merupakan suatu perbedaan yang tampak antara laki-laki dan perempuan. Dimana *gender* ini dapat dilihat secara langsung melalui fisik mereka dan cara pandang mereka dalam menanggapi atau menangani segala sesuatunya. Kata *gender* secara etimologis dalam Bahasa Indonesia berasal dari bahasa Inggris yaitu '*gender*' tidak jelas dibedakan antara *sex* dan *gender* sehingga seringkali disamakan artikan dengan jenis kelamin (perempuan dan laki-laki). Oleh sebab itu gender menjadi analisis yang sangat penting dalam ilmu sosial (Utaminingsih, 2017: 93). Menurut Mikoshi, dkk (2020) menyatakan pada umumnya pria akan lebih bersikap lebih rasional dan menyukai sebuah tantangan, sedangkan perempuan akan cenderung lebih bersikap lebih emosional dalam menghadapi sebuah masalah dan cenderung akan lebih banyak menghindari masalah. Namun terkadang prespektif cenderung mengatakan bahwa perempuan memiliki sifat

yang lemah dalam mengambil peran keputusan dan laki-laki memiliki fisik yang kuat dan lebih berperan adil. Perempuan akan cenderung lebih tegas dalam membuat sebuah keputusan yang berkaitan dengan penilaian etis. Dan hal ini terkadang masih sering berlaku dimasyarakat saat ini, tapi tidak memiliki pengaruh negatif akan adanya perbedaan *gender* terutama dalam hal penjualan dan pembelian.

Menurut Aivaloglou dan Hermanas (2020), menyatakan tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap adanya *gender* antara laki-laki dan perempuan, semua dianggap sama dalam masa orientasi program karir. Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, peneliti bermaksud untuk menganalisis apakah ada pengaruh antara *self efficacy* dan *gender* terhadap motivasi kerja karyawan agen asuransi Prudential Cabang Surabaya Pusat ketika dalam memasarkan produk polis asuransi mereka kepada nasabah.

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan permasalahan yang ada dilatar belakang berkaitan tentang judul yang akan diteliti berikut adalah rumusan masalah :

1. Apakah *self efficacy* berpengaruh pada motivasi kerja karyawan agen asuransi Prudential cabang Surabaya pusat?
2. Apakah *gender* berpengaruh pada motivasi kerja karyawan agen asuransi Prudential cabang Surabaya Pusat ?

1.3 Tujuan Penelitian

Bedasarkan rumusan masalah yang tertulis diatas, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh yang terjadi antara *self efficacy* terhadap motivasi kerja karyawan agen asuransi Prudential Cabang Surabaya Pusat

2. Mengetahui adanya pengaruh *gender* terhadap motivasi kerja karyawan asuransi Prudential Cabang Surabaya Pusat.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan Asuransi

Dari hasil penelitian ini dapat sebagai acuan bagi perusahaan asuransi lainnya atau bagi peneliti berikutnya untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara *self efficacy*, *gender* terhadap motivasi kerja karyawan agen asuransi pemasaran dalam memasarkan produknya. Sehingga perusahaan asuransi dapat lebih giat lagi untuk memotivasi para agennya dalam memasarkan polis asuransi.

2. Bagi Agen Asuransi

Dari hasil penelitian ini dapat sebagai acuan bagi para agen asuransi lainnya sebagai manfaat bahwa pengaruh *self efficacy*, motivasi kerja itu memiliki pengaruh yang besar dalam dunia pekerjaan dan tidak ada perbedaan *gender* yang mempengaruhi dalam memasarkan produk jasa atau perbedaan dalam tanggung jawab, kompetensi, dan kekuatan mental serta dalam hal menjalin hubungan/ relasi antar nasabah.

3. Bagi Masyarakat

Dari hasil penelitian ini dapat menjadi manfaat bagi masyarakat untuk informasi tambahan bahwa peran *self efficacy*, motivasi kerja itu penting dalam setiap perusahaan dalam meningkatkan hasil kinerja, dan *gender* bukan lagi sebagai hambatan untuk seseorang dalam berkarir dan tidak memiliki pengaruh besar dalam pekerjaan seseorang maupun tanggungjawab seseorang, karena setiap individu memiliki tugas dan tanggungjawabnya masing-masing, bukan berdasarkan *gender*.

4. Bagi Peneliti

Dari hasil penelitian ini, manfaat bagi peneliti sebagai meningkatkan kemampuan dan ketrampilan dalam menulis dan melaksanakan penelitian dalam kondisi *pandemic*

seperti saat ini dalam waktu yang singkat, serta meningkatkan kemampuan peneliti khususnya mengetahui adanya pengaruh *self efficacy*, gender terhadap motivasi kerja terhadap karyawan asuransi Prudential Surabaya cabang Genteng Kali.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini disusun secara sistematis yang terdiri dari lima bab didalamnya yaitu :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan penelitian yang menguraikan garis besar penelitian yang akan diteliti.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan landasan teori, penelitian terdahulu, model penelitian atau kerangka konseptual tentang penelitian yang akan diteliti.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Pada bab ini terdiri dari desain penelitian, indentifikasi, definisi operasional dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik penyampelan serta analisis data.

BAB 4 : ANALISIS dan PEMBAHASAN

Pada bab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis data, serta pembahasan mengenai penelitian yang dijelaskan yang sesuai dengan hasilnya.

BAB 5 : KESIMPULAN, KETERBATASAN dan SARAN

Pada bab penelitian ini terdiri dari kesimpulan yang berisi ringkasan atau inti dari penelitian ini dilakukan, serta keterbatasan-keterbatasan selama penelitian dilakukan serta saran yang akan berguna bagi penelitian yang berikutnya dan saran yang diberikan berupa saran akademis dan saran praktis.