

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Indonesia sekarang ini telah menghadapi tantangan yang nyata yaitu adanya MEA (Masyarakat Ekonomi Asean). MEA merupakan terbentuknya pasar tunggal di kawasan Asia Tenggara yang berdampak pada terbukanya peluang perusahaan asing untuk dapat bebas bersaing dengan perusahaan asli dan terbukanya tenaga kerja asing untuk bekerja di Indonesia (BBC, 2014). Hal ini dibuktikan dengan data dari menteri ketenagakerjaan Hanif Dhakiri yang menyatakan bahwa jumlah tenaga kerja asing dari tahun 2015 hingga 2017 mengalami peningkatan yaitu 77194, 80375, dan 85947. Fenomena tersebut berdampak pada ketatnya persaingan antar perusahaan dalam negeri dengan perusahaan dari luar negeri. Ketatnya persaingan itu membuat perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas yang dimiliki. Kualitas dari perusahaan tidak bisa lepas dari instrumen-instrumen yang terdapat didalamnya dan sumber daya manusia yang dimiliki. Kurt Nagel (2007) menyatakan bahwa keberhasilan suatu perusahaan dapat ditentukan oleh beberapa faktor seperti strategi, organisasi, gaya kepemimpinan, sistem informasi, orientasi pelanggan dan sumber daya manusia.

Sumber daya manusia merupakan salah satu hal yang penting bagi perusahaan karena perannya sebagai penentu kebijakan serta pelaksana

kegiatan di perusahaan. Sumber daya perusahaan lain seperti modal, teknologi tidak akan berfungsi maksimal jika tidak didukung oleh sumber daya manusia yang baik.

Ditinjau dari kondisi sumber daya manusia dan kondisi ekonomi, Indonesia meraih peringkat 45 dari 140 negara dalam indeks daya saing global atau *Global Competitiveness Index* 2018. Indeks tersebut dirilis oleh *World Economic Forum* (Kompas.com, 2018). Dalam indeks tersebut Indonesia unggul dibandingkan Meksiko yang berada di posisi 46, Filipina di posisi 56, India di posisi 58, Turki di posisi 61, dan Brazil di posisi 72. Namun, posisi itu masih kalah dibandingkan dengan beberapa pesaing di Asean seperti Malaysia di posisi 25, Thailand di posisi 38, dan Singapura di posisi 2.

Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Indonesia perlu meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain maupun tenaga kerja asing. Perusahaan memiliki kewajiban untuk dapat mengoptimalkan sumber daya manusianya agar memiliki kinerja yang mendukung tujuan organisasi. Sumber daya manusia dalam suatu organisasi memiliki berbagai peran didalamnya untuk mencapai tujuan organisasi. Suatu perusahaan jasa maupun barang dengan tujuan menjual produk dan jasanya maka tidak akan pernah lepas dari posisi bagian sales dan *marketing*. Sumber daya manusia di posisi penjualan biasanya disebut salesmen. Salesman sangat dibutuhkan pada berbagai sektor antara lain manufaktur, produksi, *retail*, *merchandise*,

*banking*, dan pelayanan finansial. Menurut infogram posisi salesman merupakan posisi yang paling dicari pada 6 dari 7 negara di Asia. Bahkan di Indonesia sendiri posisi salesman menduduki peringkat dua dan disusul oleh akuntan (Marketing.co.id, 2016).

Kinerja salesman berhubungan positif dengan efektifitas penjualan di perusahaan. Indikator efektifitas penjualan diketahui melalui total volume penjualan, porsi pasar, pertumbuhan penjualan, dan kontribusi laba. Penelitian yang dilakukan oleh Piercy, Nigel F, Cravens, Dovid W; Morgan, Neil A. (1999) menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan dari kinerja salesman yang mampu menyesuaikan diri, bekerja sama, mempunyai kemampuan mencapai tujuan dan target penjualan. Salesman juga dituntut untuk memiliki ketahanan diri yang tinggi dan memiliki pola pikir sebagai pemenang yang berani mengambil keputusan dan menghadapi segala resiko serta memiliki pemikiran bahwa dalam hidup ini tidak ada yang tidak mungkin, semua hal mungkin jika kita fokus dan pantang menyerah (Tempo Bisnis, 2014).

Tuntutan seorang salesman agar dapat mencapai target tidak lepas dari hambatan yang dihadapi. Hambatan-hambatan tersebut antara lain adalah salesman tidak percaya diri, salesman tidak dapat membuat janji bertemu yang efektif, salesman takut dengan penolakan, penampilan salesman tidak meyakinkan, salesman tidak mampu membangun hubungan yang baik, serta bahasa dan gaya komunikasi salesman yang tidak meyakinkan (gofaztrack.com, 2015). Selain itu ada beberapa faktor eksternal yang sangat berdampak pada kinerja sales di perusahaan yaitu persaingan antar salesman, serta potensi pasar dan perubahan pasar.

Berdasarkan tuntutan performansi seorang salesman serta hambatannya yang dihadapi maka seorang salesman perlu untuk memiliki *psychological capital*. *Psychological capital* menurut Luthans, Youssef, & Avolio (2007)

*Psychological Capital merupakan suatu perkembangan keadaan psikologis yang positif pada individu dengan karakteristik: (1) memiliki kepercayaan diri untuk memilih dan menyerahkan upaya yang diperlukan agar berhasil pada tugas-tugas yang menantang (self-efficacy); (2) membuat atribusi positif tentang keberhasilan di masa kini dan mendatang (optimism); (3) tekun dalam mencapai tujuan dan, bila diperlukan mengalihkan cara untuk mencapai tujuan dalam rangka meraih keberhasilan (hope), dan; (4) ketika dilanda masalah dan kesulitan, individu dapat bertahan dan bangkit kembali bahkan melampaui keadaan semula untuk mencapai keberhasilan (resilience)*

*Psychological capital* menjadi penting dimiliki oleh salesman karena mendukung untuk dapat mengatasi setiap hambatan yang dimiliki, baik hambatan dari diri sendiri maupun dari eksternal. Seperti yang telah disebutkan di atas bahwa tuntutan seorang salesman agar dapat memiliki kinerja yang baik dalam perusahaan adalah memiliki kemampuan mencapai tujuan dan target penjualan, salesman harus memiliki ketahanan diri yang tinggi dan memiliki pola pikir sebagai pemenang. Hal tersebut sesuai

dengan definisi *psychological capital* yaitu keadaan psikologis yang memiliki kepercayaan diri menyelesaikan tugas, tekun dalam mencapai tujuan, memiliki keyakinan dapat berhasil. Selain itu, *psychological capital* dipilih karena dirasa dapat menjaga kondisi psikologis dari salesman. Karena pada kenyatannya tantangan, hambatan, dan kegagalan yang diterima salesman berpotensi mempengaruhi kondisi psikologis. Salesman yang memiliki *psychological capital* akan dapat menjaga kondisi psikologisnya dengan lebih baik karena *psychological capital* merupakan modal psikologis yang relatif tetap dimiliki oleh individu.

Pernyataan diatas didukung oleh hasil wawancara awal yang dilakukan kepada ketiga salesman yaitu salesman yang tidak mencapai target, mencapai target, dan salesman yang memiliki omzet tinggi di perusahaan PT B. Salesman tersebut menyatakan ada beberapa hambatan yang dialami sebagai salesman. Karyawan pertama menyatakan bahwa

*“beberapa hambatan saat menjadi sales adalah ketika ada banyak bengkel yang pembayarannya tidak sesuai dengan janji, karena area yang dimiliki sangat luas maka jarak tempuh yang jauh setiap hari sangat melelahkan, selain itu adanya persaingan antar kompetitor”*

Karyawan kedua menyatakan bahwa:

*“hambatan yang dialami saat menjadi sales adalah penagihan ke bengkel-bengkel dengan melakukan kunjungan butuh waktu, ada kondisi dimana sudah kunjungan tapi harus kembali lagi lain waktu, atau*

*sudah janji tapi ternyata waktu datang didahului oleh orang lain.”*

Karyawan ketiga menyatakan bahwa:

*“hambatan yang dialami yaitu seringnya penagihan yang cuma janji saja”*

Berdasarkan ketiga wawancara terhadap salesman di perusahaan PT B diatas, dapat disimpulkan bahwa hambatan-hambatan yang dialami oleh salesman PT B antara lain yaitu sulitnya melakukan penagihan dimana seringkali terjadi sulitnya menemui pihak bengkel, pihak bengkel yang menunda-nunda pembayaran, penempuhan perjalanan yang jauh, serta adanya persaingan antar kompetitor.

Hasil wawancara itu membuktikan bahwa untuk mengatasi hambatan yang dialami maka dibutuhkan *self-efficacy* untuk meningkatkan kepercayaan diri untuk bersaing dengan kompetitor lain. Memiliki *hope* ditunjukkan dengan adanya rencana untuk menghadapi persaingan. Sedangkan *optimism* berdampak pada munculnya keyakinan untuk dapat berhasil mencapai target. Fenomena di atas menunjukkan pentingnya *psychological capital* dimiliki oleh seorang salesman.

Tuntutan serta hambatan-hambatan itulah yang menyebabkan kinerja salesman tidak dapat efektif ketika tidak dihadapi dengan modal psikologis yang kuat. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemimpin perusahaan X di Surabaya yang bergerak sebagai distributor suatu barang ke toko-toko menyatakan pandangannya terkait kinerja salesman diperusahaannya yaitu:

*“Sales itu memiliki tugas untuk meningkatkan penjualan serta melakukan penagihan. Sales seringkali mengalami penurunan penjualan ketika adanya kenaikan harga ataupun produk baru. Selain itu, penagihan juga seringkali terlambat. Hal-hal yang perlu ditingkatkan dalam kinerja sales di perusahaan adalah menanamkan prinsip-prinsip agar sales lebih terpacu lagi meningkatkan penjualan di perusahaan.”*

Data di atas menunjukkan hambatan-hambatan apa saja yang dialami salesman. Namun, ditengah hambatan tersebut ada salesman yang memiliki kinerja baik dalam memenuhi target disisi lain masih ada salesman yang tidak memenuhi target. Peneliti melakukan wawancara kepada ketiga salesman yaitu yang memenuhi target, salesman yang belum memenuhi target, dan salesman yang memiliki omzet tinggi. Berikut merupakan pandangan-pandangan setiap salesman dalam mengatasi hambatan serta prinsip-prinsip yang dipegang dalam bekerja:

Salesman yang memenuhi target menyatakan bahwa

*“yang terpenting saat menjadi sales adalah fokus, kejujuran, serta punya kemauan tinggi seng penting semangat paling penting itu.. rajin.. otomatis yo sering mengunjungi bengkel karena kalo ga sering ke bengkel ya gamungkin bengkel tiba-tiba order itu ya jarang. Saya yakin pasti akan mencapai target”*

Pada data diatas dapat dilihat bahwa salesman yang memenuhi target memiliki aspek *psychological capital* yaitu *self efficacy* dan *optimism*. Salesman yang memenuhi target menyatakan bahwa dirinya yakin jika rajin, punya kemauan tinggi maka akan mencapai target yang diinginkan. Dari pernyataan tersebut terlihat bahwa dirinya memiliki keyakinan untuk dapat menyelesaikan tugasnya dengan baik, selain itu dirinya juga memiliki keyakinan bahwa nasib baik ditentukan oleh apa yang dilakukan.

Sejalan dengan salesman yang memenuhi target. Salesman yang memiliki omzet tertinggi juga memiliki *psychological capital* berdasarkan hasil wawancara yang menyatakan bahwa

*“memang seringkali jenuh saat harus menunggu untuk penagihan padahal udah janji.. tapi yaa kejenuhan adalah sifat manusia ya tapi bagaimanapun caranya harus mengatasi kebosanan dengan main game.. saya gasuka main game sebenarnya tapi yamau gimana lagi kadang browsing, dsb. Untuk target selalu terpenuhi ya pasar memang ada kalanya naik turun ada kalanya sepi tapi hati kita tidak boleh mengatakan sepi harus ditanamkan semangat untuk mengatasi kesepian itu menjadi rame. Kunci utama menjadi sales yang baik adalah semangat pantang mundur*

*karena kondisi pasar tau sendiri gimana, kedua competitor semakin ketat. Jadi, paling tidak kalau mau jadi seorang sales harus pantang menyerah dan semangat”*

Data di atas menunjukkan bahwa bagi salesman yang memiliki omzet tertinggi modal utama yang harus dimiliki yaitu semangat pantang menyerah, serta memiliki pemikiran untuk tidak pasrah akan keadaan yang terjadi. Dikaitkan dengan aspek *psychological capital* maka salesman yang memiliki omzet tertinggi memiliki *psychological capital* khususnya pada aspek *self efficacy* dan *optimism*. *Self efficacy* tampak dari keyakinan salesman omzet tinggi yang menyatakan bahwa target selalu terpenuhi. *Optimism* tampak saat salesman omzet tinggi menyatakan pasar selalu naik turun tapi hati kita tidak boleh mengatakan sepi harus ditanamkan semangat agar kesepian menjadi rame.

Berbeda dengan salesman omzet tinggi. Berdasarkan data awal, salesman yang tidak memenuhi target kurang memiliki *psychological capital*. Dapat dilihat dari hasil wawancara pada salesman yang tidak memenuhi target yaitu

Salesman yang belum memenuhi target menyatakan bahwa

*“yaa tidak memenuhi target karena pasarnya sepi.. cara mengatasi hal itu yaa dengan menjalin kerjasama antar bengkel/kekeluargaan harus dijaga”*

Data diatas menunjukkan bahwa salesman yang tidak memenuhi target lebih berfokus pada masalah dari pernyataan “yaa tidak memenuhi target karena pasarnya sepi”. Berbeda dengan sales omzet tinggi yang selalu berusaha menanamkan bahwa pasar boleh sepi tapi harus selalu yakin bahwa dapat membuatnya menjadi rame. Perbandingan tersebut secara tidak langsung menggambarkan pentingnya *psychological capital* dalam mengatasi setiap hambatan yang dialami salesman yang akan berdampak pada pemenuhan target. Maka dari itu, seharusnya setiap salesman memiliki *psychological capital* yang tinggi guna meningkatkan kinerjanya. Namun, pada kenyataannya berdasarkan hasil wawancara awal masih ditemukan salesman yang kurang memiliki *psychological capital*.

Seandainya semua salesman dapat mengatasi setiap hambatan dan melakukan pekerjaannya dengan maksimal, maka akan sangat berdampak pada efektifitas perusahaan dan secara lebih jauh akan berdampak pada perekonomian Indonesia. Bukan hanya itu, *psychological capital* juga diharapkan dapat berdampak positif pada kondisi psikologis salesman. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji *psychological capital* salesman yang memiliki omzet tinggi. Pengkajian *psychological capital* salesmen beromzet tinggi diharapkan dapat menjadi dasar suatu perusahaan untuk mengembangkan sumber daya manusia khususnya yang memiliki peran dalam penjualan atau salesman. Dengan demikian penelitian ini dapat menjadi data awal yang diambil oleh peneliti berkaitan dengan *psychological capital* pada salesman yang memiliki omzet tinggi.

*Psychological capital* merupakan konsep psikologis yang tepat untuk mengkaji daya beda salesman yang memiliki omzet tinggi. Jika

dilihat dari ketiga contoh salesman untuk data awal. Pernyataan salesman yang tidak memenuhi target berfokus pada kondisi yang ada atau hambatan yang ada dan membuat tidak tampaknya *psychological capital*. Sedangkan pada salesman yang mencapai target tersebut muncul *optimism* saat memiliki keyakinan bahwa akan mencapai target dan juga *hope* saat tekun dalam mencapai tujuan yaitu kunjungan ke bengkel. Pada salesman yang memiliki omzet tertinggi sangat terlihat muncul *self efficacy*, *optimism*, dan *resilience* saat menghadapi hambatan, memiliki keyakinan, dan tidak pasrah pada kondisi pasar.

Berdasarkan ketertarikan peneliti mengkaji fenomena dengan konstruk *psychological capital* maka peneliti melakukan telaah terhadap penelitian-penelitian terdahulu terkait hal tersebut. Anzam dan Nguyen (2011) melakukan penelitian untuk menguji hubungan *psychological capital* terhadap kinerja marketing di Vietnam. Penelitian tersebut menghasilkan bahwa *psychological capital* merupakan salah satu kunci menentukan kinerja dari marketing.

Hal itu juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liwarto & Kurniawan (2015) menyatakan bahwa adanya hubungan antara *psychological capital* dengan kinerja karyawan pada suatu perusahaan. Hasil hubungan atau korelasi antara *psychological capital* dengan kinerja sangat kuat yaitu 0,625. Berdasarkan kedua penelitian ini peneliti semakin yakin bahwa *psychological capital* dapat menjadi prediktor peningkatan kinerja karyawan di perusahaan.

Jurnal-jurnal diatas menunjukkan bahwa *psychological capital* berdampak pada kinerja karyawan di perusahaan khususnya bagian

penjualan. Maka dari itu, peneliti memiliki ketertarikan untuk mengkaji gambaran *psychological capital* pada salesman yang memiliki omzet tinggi di PT B. PT B dipilih karena merupakan perusahaan dibidang distributor suatu produk dengan tuntutan memiliki sumber daya manusia bagian penjualan yang baik untuk menghadapi persaingan yang ketat. Selain itu, PT B juga membutuhkan peningkatan kinerja dari salesman yang dimiliki terlihat dari adanya beberapa salesman yang belum mampu memenuhi target. Peningkatan kinerja salesman itu akan langsung berdampak pada kemajuan perusahaan karena pada PT B penjualan produk hanya dilakukan melalui salesman saja; belum ada pemasaran produk dengan cara lain seperti media sosial, online shop.

Peneliti secara khusus akan melakukan penelitian secara mendalam terhadap salesman yang memiliki omzet tinggi dengan mengetahui gambaran-gambaran secara mendalam mengenai *psychological capital* yang dimiliki.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Bagaimana gambaran *psychological capital* pada salesman yang memiliki omzet tinggi di PT. X Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *psychological capital* pada salesman yang memiliki omzet tinggi di PT. X Surabaya

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada ilmu psikologi khususnya bidang psikologi industri dan organisasi, dalam kajian mengenai *psychological capital* dan juga kajian mengenai salesman

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada:

##### 1. Informan penelitian

Informan penelitian dapat mengetahui gambaran *psychological capital* yang dimiliki sebagai modal pribadi seorang salesman dan hasil penelitian ini menjadi referensi untuk dapat berperformansi maksimal sebagai seorang salesman.

##### 2. PT. B

Diharapkan PT. B dapat mengetahui bagaimana gambaran *psychological capital* dalam setiap karyawan sales yang dimilikinya sehingga hal ini dapat menjadi referensi untuk menetapkan strategi pengembangan sumber daya manusia.

##### 3. Peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan atau menjadi referensi mengenai gambaran *psychological capital* pada karyawan sales yang memiliki omzet tinggi untuk penelitian ekstensif selanjutnya. Diharapkan kajian ini dapat menjadi referensik untuk penelitian berikutnya.

#### 4. Salesman

Salesman secara umum dapat mengetahui pentingnya *psychological capital* untuk melakukan tugas yang diberikan, mengatasi setiap tantangan yang ada, mengetahui langkah yang harus dilakukan dalam rangka pemenuhan omzet yang tinggi.