

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan jasa di Indonesia dewasa ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Kontribusi ini dilihat dari segi laba maupun kemampuannya menyerap sebagian besar pasokan tenaga kerja. Menurut Menteri Perdagangan Indonesia Gita Wirjawan dalam Indonesia *Service Dialogue* (Republika Online, 19 April 2013), bahwa lima puluh persen tenaga kerja di Indonesia berada pada sektor jasa. Selain itu sektor jasa telah menyumbang sekitar lima puluh persen produk domestik bruto.

Salah satu perusahaan jasa di Indonesia yang mengalami kemajuan pesat adalah bidang jasa asuransi. Menurut Darmawi (2006: 1) kalangan masyarakat baik perorangan maupun dunia usaha telah menganggap penting kebutuhan akan jasa perasuransian. Asuransi merupakan sarana finansial dalam tata kehidupan rumah tangga, baik dalam menghadapi risiko yang mendasar seperti risiko kematian, atau dalam menghadapi risiko atas harta benda yang dimiliki. Demikian pula pada dunia usaha dalam menjalankan usahanya menghadapi berbagai risiko yang mungkin dapat mengganggu kesinambungan usaha tersebut. Asuransi pada dasarnya berusaha mengurangi berbagai konsekuensi yang tidak pasti dari suatu keadaan yang merugikan. Dengan jasa asuransi ini diharapkan menjadi sarana untuk menjamin kesejahteraan sosial, ekonomi, dan finansial masyarakat.

Menurut Darmawi (2006: 188), produk asuransi adalah berupa janji pergantian kerugian kepada pihak tertanggung, yang biasa disebut sebagai *polis*. Karena produk asuransi tak berwujud maka metode pemasarannya pun berbeda dengan metode pemasaran produk berwujud. Selain itu Darmawi juga

Risky Melinda, 2014

Hubungan antara adversity quotient dengan motivasi : studi korelasional antara adversity quotient dengan motivasi berprestasi, motivasi berafiliasi, dan motivasi berkuasa pada agen prudential cabang Achmad Yani Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

berpendapat bahwa perusahaan asuransi harus membangun sistem pemasaran yang menjadi alur penghubung antara perusahaan asuransi (produsen) dan pihak bertanggung (konsumen). Di dalam sistem tersebut terdapat agen asuransi yang merupakan basis pemasaran produk.

Agen merupakan salah satu sumber daya manusia yang memiliki peranan penting bagi perusahaan asuransi, yaitu sebagai pihak yang memasarkan produk perusahaan. Para agen harus mencari calon nasabah yang dianggap prospektif untuk menggunakan salah satu produk asuransi perusahaannya. Kemudian calon nasabah tersebut oleh agen diajukan kepada perusahaan untuk dapat diproses lebih lanjut.

Menurut Yudiani (2005: 59), pekerjaan sebagai agen asuransi itu bukan pekerjaan yang mudah. Mereka mempunyai beban psikologis yang berat karena harus bekerja sendiri dan seringkali ditekan oleh rasa penghinaan saat menghadapi berbagai macam penolakan calon nasabah. Selain itu profesi sebagai agen asuransi juga sering kali dipandang negatif oleh masyarakat. Hal ini ditunjukkan oleh fakta sulitnya mencari pekerjaan saat ini mengakibatkan agen asuransi dijadikan pekerjaan sementara sebelum mereka mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan keinginan. Bekerja di perusahaan asuransi juga harus siap dikejar-kejar target penjualan oleh perusahaan, sehingga apabila agen asuransi tidak mampu mencapai target, mereka harus keluar dari perusahaan.

Berhasil atau tidaknya seorang agen dalam pekerjaannya sangat tergantung dari ketahanan dan daya juang agen dalam menghadapi hambatan, tantangan dan kegagalan, serta kemampuan agen menghadapi ketatnya persaingan di dunia kerja (Maryanti, 2007: 2). Sedangkan menurut pendapat Stoltz (2005: 81), bahwa keberhasilan atau kesuksesan seseorang ditentukan oleh cara ia menjelaskan atau merespons kesulitan atau tantangan kerja, sehingga dibutuhkan *Adversity Quotient* (AQ) dalam diri seorang agen.

Adversity Quotient adalah kecerdasan dalam menghadapi rintangan atau kesulitan pekerjaan (Stoltz 2005: 8). Dikatakan pula bahwa *Adversity Quotient* berakar dari bagaimana seseorang dalam melihat dan mengubah tantangan atau hambatan menjadi sebuah peluang untuk meraih tujuan dan kesuksesan. Pada

umumnya kebanyakan orang berhenti berusaha sebelum tenaga dan batas kemampuan mereka benar-benar teruji (Stoltz, 2005: 70). Oleh karena itu setiap orang harus menemukan bagaimana caranya mendapatkan kekuatan yang diperlukan untuk memperbaiki kemampuan dalam mengatasi kesulitan tersebut. Jika orang tersebut mampu bertahan menghadapi kesulitan dan mampu mengatasi kesulitan, maka akan mencapai keberhasilan atau kesuksesan.

Menurut Stoltz (2005: 329), visi dan misi organisasi akan berhasil apabila ditunjang dengan para pekerja yang berkualitas dan terampil di bidangnya, serta memiliki *Intelligence Quotient* (IQ), *Emotional Quotient* (EQ), dan *Adversity Quotient* (AQ) yang bagus. Tidak cukup hanya berbekal kecerdasan intelektual (IQ) dan kecerdasan emosional (EQ) untuk meraih sukses. Kecerdasan dalam menghadapi kesulitan (AQ) juga harus dimiliki, karena orang yang cerdas dan memiliki emosional yang baik terkadang tidak mendapat kesuksesan dalam hidupnya. Mereka akan mudah menyerah ketika menghadapi kesulitan ataupun kegagalan. Akhirnya mereka berhenti berusaha dan menyalahkan potensi dan kecerdasan emosi yang dimilikinya. Tanpa adanya usaha dan daya juang yang tinggi, maka IQ dan EQ yang tinggi akan menjadi sia-sia. *Adversity Quotient* dapat menjadi jembatan antara IQ dan EQ pada seseorang. Dengan begitu, peran IQ dan EQ dapat menjadi maksimal dengan adanya AQ.

Kecerdasan dalam menghadapi kesulitan dapat membuat seseorang keluar dari berbagai situasi yang tidak menyenangkan karena individu tersebut tidak akan mudah menyerah dan memiliki motivasi untuk menghadapi kesulitan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jason Satterfield dan Martin Seligman (dalam Stoltz, 2005: 94), individu yang memiliki *Adversity Quotient* tinggi dianggap sebagai orang-orang yang paling memiliki motivasi.

Motivasi adalah proses yang menjelaskan intensitas arah dan ketekunan usaha untuk mencapai suatu tujuan (McClelland dalam Robbins, 2010: 109). Motivasi ini mengarahkan pegawai dalam suatu perusahaan agar mau bekerja sama dalam rangka pencapaian keberhasilan perusahaan. Kinlaw (1981: 171) mengemukakan pendapat bahwa pekerja yang memiliki motivasi yang tinggi akan selalu mencoba melakukan yang terbaik serta bersedia meluangkan waktu dan

upaya ekstra untuk melakukan pekerjaannya. Sebaliknya apabila seseorang yang memiliki motivasi yang rendah, mereka sering kali tidak mau melakukan yang terbaik serta jarang meluangkan waktu dan upaya ekstra untuk melakukan pekerjaannya.

Motivasi yang tinggi merupakan hal yang sangat penting dimiliki oleh seorang agen asuransi dalam melakukan pekerjaannya. Seorang agen harus berusaha memunculkan motivasi dalam dirinya untuk melakukan pekerjaan secara optimal. Selain itu, mengingat peran agen juga sangat penting bagi perusahaan asuransi, perusahaan juga harus turut memberikan dukungan dan penghargaan kepada agen untuk memotivasi mereka agar dapat memberikan hasil terbaik dalam pekerjaannya. Pemberian motivasi yang sering dilakukan oleh perusahaan asuransi kepada agennya adalah berupa penghargaan, bonus uang, karir yang menjanjikan, serta berpergian keliling Indonesia bahkan sampai ke luar negeri. Iming-iming yang menggiurkan itu tidaklah mudah diperoleh oleh agen asuransi yang mudah menyerah pada kegagalan dan sedikit upaya untuk meraih prestasi dan kesuksesan. Hal ini diharapkan menjadi daya pendorong yang dapat mengakibatkan, menyalurkan, dan memelihara perilaku para pegawai agar bersedia bekerja sesuai dengan yang diinginkan perusahaan (Suwatno, 2011: 170).

Begitu pula yang terjadi di salah satu perusahaan asuransi jiwa terkemuka di Indonesia, PT. Prudential Life Assurance. Di tengah-tengah persaingan kompetitif yang terjadi di pasar global, PT. Prudential Life Assurance mendapatkan penghargaan khusus *Star Award* 2013 dari Majalah Investor (Juli, 2013) karena berhasil mempertahankan posisi terbaik selama 11 tahun berturut-turut. Pencapaian prestasi tersebut tentunya tidak terlepas dari peranan agen asuransi.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “**Hubungan antara *Adversity Quotient* dengan Motivasi (Studi korelasional antara *Adversity Quotient* dengan Motivasi Berprestasi, Motivasi Berafiliasi, dan Motivasi Berkuasa pada Agen Prudential Cabang Achmad Yani Bandung).**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang akan diteliti yaitu mengenai *adversity quotient* dan motivasi, maka penulis mengidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum *adversity quotient* yang dimiliki oleh agen Prudential Cabang Achmad Yani Bandung?
2. Bagaimana gambaran umum motivasi yang dimiliki oleh agen Prudential Cabang Achmad Yani Bandung?
 - a. Bagaimana gambaran umum motivasi berprestasi yang dimiliki oleh agen Prudential Cabang Achmad Yani Bandung?
 - b. Bagaimana gambaran umum motivasi berafiliasi yang dimiliki oleh agen Prudential Cabang Achmad Yani Bandung?
 - c. Bagaimana gambaran umum motivasi berkuasa yang dimiliki oleh agen Prudential Cabang Achmad Yani Bandung?
3. Apakah terdapat hubungan antara *adversity quotient* dengan motivasi berprestasi pada agen Prudential Cabang Achmad Yani Bandung?
 - a. Apakah terdapat hubungan antara *adversity quotient* dengan motivasi berprestasi pada agen Prudential Cabang Achmad Yani Bandung?
 - b. Apakah terdapat hubungan antara *adversity quotient* dengan motivasi berafiliasi pada agen Prudential Cabang Achmad Yani Bandung?
 - c. Apakah terdapat hubungan antara *adversity quotient* dengan motivasi berkuasa pada agen Prudential Cabang Achmad Yani Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui gambaran umum *adversity quotient* yang dimiliki oleh agen Prudential Cabang Achmad Yani Bandung.
2. Untuk mengetahui gambaran umum motivasi yang dimiliki oleh agen Prudential Cabang Achmad Yani Bandung.
3. Untuk mengetahui gambaran umum motivasi berprestasi yang dimiliki oleh agen Prudential Cabang Achmad Yani Bandung.

4. Untuk mengetahui gambaran umum motivasi berafiliasi yang dimiliki oleh agen Prudential Cabang Achmad Yani Bandung.
5. Untuk mengetahui gambaran umum motivasi berkuasa yang dimiliki oleh agen Prudential Cabang Achmad Yani Bandung.
6. Untuk mengetahui hubungan antara *adversity quotient* dengan motivasi pada agen Prudential Cabang Achmad Yani Bandung.
7. Untuk mengetahui hubungan antara *adversity quotient* dengan motivasi berprestasi pada agen Prudential Cabang Achmad Yani Bandung.
8. Untuk mengetahui hubungan antara *adversity quotient* dengan motivasi berafiliasi pada agen Prudential Cabang Achmad Yani Bandung.
9. Untuk mengetahui hubungan antara *adversity quotient* dengan motivasi berkuasa pada agen Prudential Cabang Achmad Yani Bandung.

D. Kegunaan Penelitian

Secara teoritis dan ilmu pengetahuan, penelitian ini memiliki kegunaan untuk memberikan sumbangan informasi dan ilmu pengetahuan dalam bidang Psikologi, khususnya Psikologi Industri dan Organisasi mengenai hubungan antara *adversity quotient* dengan motivasi pada karyawan.

Secara praktis, kegunaan penelitian ini dibagi kedalam dua aspek. Kedua aspek adalah sebagai berikut:

a) Bagi Perusahaan

Penelitian ini memiliki kegunaan sebagai bahan pertimbangan atau informasi yang bermanfaat bagi perusahaan, khususnya PT. Prudential Life Assurance Cabang Achmad Yani Bandung, berkaitan dengan hal peningkatan *Adverity Quotient* dan motivasi.

b) Bagi Agen Perusahaan

Bagi agen perusahaan asuransi, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai *Adversity Quotient* dan motivasi, untuk meningkatkan kinerja dan membantu perusahaan mencapai tujuan.

E. Struktur Organisasi Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan struktur organisasi skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN

Bab II berisi mengenai teori-teori yang berkaitan dengan pembahasan dari penelitian ini, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III berisi penjabaran yang rinci mengenai metode penelitian serta langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV berisi pengolahan data untuk menghasilkan temuan yang berkaitan dengan masalah penelitian serta pembahasannya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian secara keseluruhan dan saran untuk pihak terkait.