

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi saat ini, setiap perusahaan harus siap dalam berkompetisi dan bersaing dengan perusahaan lain dalam mencapai kesuksesan perusahaan. Perusahaan yang berkembang di Indonesia saat ini, baik perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa maupun material mengalami persaingan yang ketat. Dalam usaha memenangkan persaingan antara sesama perusahaan sejenis memang tidaklah mudah. Setiap perusahaan harus dapat memberikan kepuasan untuk para konsumennya. Persaingan antar perusahaan juga terjadi di perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa dituntut untuk bisa memberikan keunggulan serta kelebihan dibandingkan dengan pesaingnya dalam memenangkan persaingan, terlebih barang yang dipasarkan berupa jasa atau tidak terlihat. Sehingga dibutuhkan kepercayaan yang tinggi dari konsumen untuk dapat menang dalam persaingan.

Perusahaan asuransi merupakan salah satu jenis perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Selain persaingan yang terjadi antara perusahaan asuransi, industri asuransi juga harus siap bersaing di Negara ASEAN. Berita yang dilansir dari kompas.com pada tanggal 9 September 2013, dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) tahun 2015 mendatang, industri asuransi jiwa di Indonesia harus siap. Hal ini karena industri asuransi jiwa nasional harus bersaing dengan industry asuransi jiwa dari negara-negara anggota ASEAN. Ketua Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) Benny Waworuntu menegaskan, siap atau tidak, industri asuransi jiwa dalam negeri harus siap menghadapi MEA 2015. "Siap atau nggak siap mau nggak

mau ya harus siap. Karena MEA 2015 semakin dekat,” kata Benny di Jakarta, Kamis (19/9/2013).

Dalam persaingan antara perusahaan asuransi, dibutuhkan kepercayaan dari konsumen dalam memberikan kenyamanan dalam menawarkan kualitas produk-produk asuransi yang dibutuhkan oleh konsumen. Usaha dalam memenangkan persaingan tersebut, perusahaan asuransi harus bisa menjaga kepercayaan dari konsumen. Oleh karena itu, kepercayaan merupakan hal penting yang perlu dijaga dalam menawarkan produk-produk jasa asuransi. Untuk itu, agar dapat terus bersaing dan unggul dalam perusahaan asuransi, diperlukan tenaga pemasaran dalam menawarkan produk-produk jasa asuransi yang berkompeten dan mampu bekerja dengan performa yang baik sehingga memberikan kepuasan dan kepercayaan bagi para konsumen. Dalam hal ini, faktor-faktor yang harus dimiliki dan diperhatikan oleh perusahaan, antara lain meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang mereka miliki. Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia yaitu dengan memperhatikan dan meningkatkan kesejahteraan mereka di tempat kerja.

Menurut Roche dan Rolley (2011), di era kehidupan modern ini karyawan menghabiskan waktu di tempat kerja. Oleh karena itu, agar menjadi bahagia atau sejahtera, orang membutuhkan tidak hanya semata-mata untuk menemukan tujuan dan makna hidup, tetapi juga untuk bekerja di organisasi yang berkembang dan mengakui kontribusi kerja dan tempat kerja pada kebahagiaan individu. Berdasarkan pernyataan di atas, bahwa *workplace well-being* menjadi faktor utama dalam keseharian para karyawan di sebuah organisasi perusahaan tepatnya di lingkungan kerja. Karyawan adalah pengendali yang sesungguhnya dalam keberlangsungan perkembangan sebuah perusahaan. *Workplace well-being* menjadi tolak ukur dan evaluasi bagi masing-masing karyawan untuk tetap bisa bertahan tanpa paksaan dari perusahaan tempat mereka bekerja.

Penelitian mengenai *workplace well-being* perlu dilakukan karena memiliki dampak terhadap performa karyawan. Dengan kata lain, level *workplace well-being* yang dirasakan karyawan berpengaruh terhadap performa yang ditampilkan. Sebagaimana dikemukakan oleh Danna dan Griffin (1999) bahwa pengalaman individu di lingkungan kerja, baik secara fisik, emosional dan sosial akan mempengaruhinya ketika ia bekerja. Penelitian mengenai *workplace well-being* telah menjadi perhatian pihak manajemen, pemimpin dan karyawan karena mereka perlu menyadari bahwa terdapat elemen dalam lingkungan kerja yang dapat menimbulkan risiko terhadap *workplace well-being*.

Karyawan sebagai pengendali yang sesungguhnya dalam keberlangsungan perkembangan suatu perusahaan. Hal ini membuat karyawan harus bekerja secara efektif dan berkompetisi dengan karyawan lainnya untuk mencapai target yang ditetapkan perusahaan. Banyak faktor yang memicu munculnya kesejahteraan pekerja (*employee well-being*) di suatu perusahaan. Menurut Bakker dan Demerouti (2006) menunjukkan bahwa karakteristik pekerjaan (*job characteristics*), yang meliputi *job demands*, *job control* dan *job resources* memiliki dampak yang mendalam pada kesejahteraan pekerja (*employee well-being*). Dalam penelitian yang dilakukan Anwarsyah (2012) dijelaskan bahwa kesejahteraan pekerja (*employee well-being*) merupakan salah satu faktor yang tidak bisa lepas dari isu penting dalam suatu perusahaan, karena kesejahteraan pekerja memiliki pengaruh yang signifikan dalam mengefektifkan biaya yang berhubungan dengan penyakit dan kesehatan pekerja ketidakhadiran (*absenteeism*), pergantian pekerja (*turnover*), performa kerja (*job performance*) dan kepuasan kerja (*job satisfaction*).

Karyawan merupakan sumber daya manusia sebagai salah satu aset perusahaan yang menentukan hidup matinya suatu perusahaan. Terutama karyawan yang bekerja dalam bidang pemasaran, merupakan penentu keberhasilan perusahaan yang bergerak dalam bidang asuransi dalam

menawarkan produk-produk jasa asuransi kepada para konsumen. Oleh karena itu, tantangan bagi seorang pemimpin perusahaan untuk mengupayakan karyawan agar bekerja secara maksimal, berprestasi baik dan mampu meningkatkan produktivitas kerja sehingga mampu mencapai target yang telah ditetapkan dan dapat mencapai efektivitas kinerja perusahaan. Mutu suatu perusahaan sangat tergantung pada sumber daya manusia yang ada didalamnya. Apabila sumber daya manusia yang dimiliki tidak memiliki kualitas yang baik maka akan dapat menghambat pencapaian perusahaan, sehingga karyawan merasa dirinya dituntut untuk meningkatkan kualitas kerjanya agar tidak tersingkir dari perusahaan.

Sebagai salah satu perusahaan asuransi di Indonesia, PT Asuransi Umum Mega memiliki karyawan yang bekerja sebagai tenaga penjual produk-produk asuransi, yang disebut *sales advisor*. Menurut Berry (2003) pihak perusahaan ingin mempertahankan karyawan yang dapat bekerja dengan baik dan yang berkontribusi pada kegiatan operasional serta memberikan kesuksesan perusahaan. Oleh karena itu, pihak perusahaan cenderung memberikan hadiah atau penghargaan, seperti kenaikan gaji dan bonus, serta peluang untuk berkembang, seperti pelatihan dan promosi, dalam rangka mempertahankan karyawan yang berprestasi tinggi dan mencegah terjadinya *turnover*.

Dalam hal ini, PT Asuransi Umum Mega memberikan penghargaan (*reward*) dalam rangka meningkatkan *workplace well-being* khususnya pada *sales advisor* guna mempertahankan karyawan yang memiliki kemampuan dalam mencapai target. Bila target bulanan terpenuhi, *sales advisor* mendapatkan bonus dalam setiap bulannya. *Sales advisor* juga akan mendapatkan bonus setiap tahun dan peluang promosi dari perusahaan bila memenuhi target tahunan dalam penjualan produk-produk asuransi. Dengan adanya peluang promosi yang diberikan perusahaan, membuat *sales advisor* dapat mengembangkan profesi dan jenjang karir selama bekerja.

Kesejahteraan di tempat kerja yang *sales advisor* rasakan selama bekerja di perusahaan, diantaranya lingkungan kerja yang nyaman dan hubungan dengan atasan yang baik. *Sales advisor* mengaku *supervisor* memberikan perlakuan baik seperti selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada karyawannya. Dalam pencapaian target, *sales advisor* diberikan arahan berupa strategi-strategi komunikasi untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk asuransi yang ditawarkan. Selain itu, *sales advisor* merasakan hubungan dengan sesama rekan kerja yang baik dan tidak ada persaingan antara *sales advisor*. Melainkan saling memberikan dukungan dalam mencapai target penjualan guna meningkatkan kemajuan perusahaan.

Sales advisor sebagai tenaga pemasaran produk asuransi di PT Asuransi Umum Mega dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan kepada konsumen. Selain itu, *sales advisor* juga harus bisa menawarkan produk-produk asuransi kepada konsumen dengan target penjualan yang ditentukan oleh perusahaan. Tuntutan dari perusahaan yaitu *sales advisor* dituntut harus dapat melakukan prospek sebanyak 30 orang konsumen dalam sehari. Target lainnya, *sales advisor* harus mampu menyelesaikan target setiap bulan dari perusahaan. Target bulanan yaitu premi yang ditetapkan perusahaan sebesar Rp. 7.500.000 per bulan. Apabila target bulanan tidak terpenuhi, *sales advisor* harus dapat menutupi target pada bulan berikutnya. Jika dalam bulan berikutnya target tidak terpenuhi, Area Sales Manager akan melakukan pemantauan kepada *sales advisor*. Pemantauan ini dilakukan guna mengawasi *sales advisor* apakah bekerja secara aktif atau tidak dalam menawarkan produk asuransi kepada konsumen. PT Asuransi Umum Mega bekerja sama dengan salah satu supermarket dalam hal menawarkan produk asuransi kepada konsumen yang berbelanja di supermarket tersebut.

Dalam menyelesaikan tuntutan yang diberikan perusahaan, *sales advisor* melakukan performa kerja secara maksimal dalam mencapai target

perusahaan. Menurut Koesmono (2007) seseorang dengan menerima tuntutan tugas yang tinggi akan menimbulkan kemauan yang keras untuk mau mengerjakan suatu kegiatan yang menjadi kewajibannya dan bahkan tidak segan-segan melakukan tugas di luar perannya. Pada dasarnya seseorang akan merasa tidak terbebani dengan tugasnya apabila memperoleh kenyamanan dan dapat bersinergi dengan lingkungannya. Tuntutan tugas akan dibentuk oleh karakter tugas yang bersangkutan misalnya tingkat kesulitan, kondisi kerja, persyaratan kerja dan tingkat keterampilan (Putra dan Mulyadi, 2010). *Job demands* merujuk pada aspek-aspek fisik, psikologis, sosial atau organisasi dari suatu pekerjaan yang membutuhkan usaha atau kemampuan secara fisik dan atau psikologis yang terus-menerus dan oleh karena itu diasosiasikan dengan biaya fisik dan psikologis tertentu (Bakker dan Demerouti, 2006).

Pekerjaan sebagai *sales advisor* bukanlah pekerjaan yang mudah. *Sales advisor* harus mampu membujuk calon konsumen atas produk asuransi yang ditawarkannya. Adanya target yang diberikan perusahaan kepada *sales advisor* dalam menawarkan produk-produk asuransi, menyebabkan sebagian *sales advisor* merasakan *job demands* mereka cukup tinggi. Namun hal ini tidak membuat para *sales advisor* merasa keberatan dengan *job demands* yang dirasakan, karena mereka mengaku bahwa pekerjaan sebagai *sales* asuransi ini merupakan *passion* mereka dalam bekerja. Tuntutan yang diberikan perusahaan, membuat *sales advisor* mengaku bahwa mereka berusaha menampilkan performa yang baik dalam mencapai target karena keinginan mendapatkan *reward* dari perusahaan berupa bonus dan peluang promosi. Selain itu, para *sales advisor* juga mengaku bahwa mereka ingin mendapat pengakuan kinerja yang baik dari lingkungan kerja mereka.

Robbins (2005) mengatakan bahwa orang-orang profesional melihat tekanan dari pekerjaan yang beban kerjanya berat dan *deadline* sebagai tantangan positif yang meningkatkan kualitas dari pekerjaan dan kepuasan yang mereka dapat dari pekerjaannya. Para *sales advisor* berlomba-lomba

untuk mencapai target agar mendapatkan bonus tambahan guna menambah pemasukan untuk memenuhi kebutuhan keluarga mereka. Sehingga kesejahteraan di tempat kerja yang *sales advisor* rasakan tinggi karena bisa mencapai target perusahaan.

Dari uraian-uraian di atas menunjukkan *workplace well-being* dan *job demands* merupakan permasalahan yang penting. *Workplace well-being* menjadi hal yang menarik untuk diteliti karena memiliki hubungan dekat dengan kondisi kerja karyawan. Pada pemaparan mengenai *job demands* yang dirasakan *sales advisor*, menjadi hal menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana *job demands* yang dirasakan *sales advisor* terhadap kesejahteraan ditempat kerja. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan bertujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh *job demands* terhadap *workplace well-being* pada *sales advisor*. Penelitian ini menitikberatkan pada pembahasan mengenai pengaruh *job demands* terhadap *workplace well-being* pada *sales advisor* dan berapa besar pengaruhnya. Karena keterbatasan literatur dalam meneliti pengaruh *job demands* terhadap *workplace well-being* pada *sales advisor* juga menjadi urgensi dalam penelitian ini.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah pada penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimanakah *job demands* yang dirasakan oleh *sales advisor*?
2. Bagaimanakah gambaran *workplace well-being* yang dialami oleh *sales advisor*?
3. Apakah terdapat pengaruh antara *job demands* dengan *workplace well-being* pada *sales advisor*?
4. Berapa besar pengaruh *job demands* terhadap *workplace well-being* pada *sales advisor*?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah di atas, maka perlu diadakan pembatasan masalah. Hal ini dimaksudkan untuk memperjelas dan lebih terfokus pada masalah yang ingin diteliti. Pada penelitian ini, peneliti membatasi masalah pada pengaruh *job demands* terhadap *workplace well-being* pada *sales advisor* dan seberapa besar pengaruhnya.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh *job demands* terhadap *workplace well-being* pada *sales advisor*?
2. Berapa besar pengaruh *job demands* terhadap *workplace well-being* pada *sales advisor*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah, pembatasan masalah dan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *job demands* terhadap *workplace well-being* pada *sales advisor*. Selain itu, penelitian ini juga ingin mengetahui seberapa besar pengaruh *job demands* terhadap *workplace well-being* pada *sales advisor*.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Dalam pengembangan ilmu psikologi, khususnya Psikologi Industri dan Organisasi diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pengembangan teori *job demands* dan *workplace well-being* khususnya pada

tenaga pemasaran yang mempunyai karakteristik sama dengan *sales advisor*.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat membantu manajemen perusahaan dalam menganalisa *job demands* yang diberikan pada karyawan, serta menganalisa kesejahteraan karyawan di lingkungan kerja perusahaan tersebut sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan. Selain itu bagi *sales advisor*, penelitian ini dapat menjadikan bahan masukan dalam mencapai *workplace well-being* dengan menganggap *job demands* sebagai acuan dalam meningkatkan kinerja dalam pekerjaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan bahan referensi bagi para peneliti lain yang ingin melakukan tema penelitian yang sama mengenai *job demands* dan *workplace well-being*.