

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia, merupakan aset utama dalam suatu organisasi, sehingga Sumber daya Manusia (SDM) harus dikelola dan dimanfaatkan secara seimbang dan manusiawi (Adityawarman, 2020). Sumber daya manusia yang mampu bersosialisasi dengan baik dalam meningkatkan produktivitas kerja di perusahaan tersebut sangat dibutuhkan. Keberadaan karyawan dalam suatu organisasi mempunyai peran strategis untuk melaksanakan tugas dan kegiatan organisasi dalam rangka mencapai tujuan yang diharapkan (dalam Syahyono 2016). Karyawan yang berkualitas dalam arti memiliki kemampuan, kecakapan, dan keterampilan kerja yang baik pada saat ini memang sangat diperlukan sejalan dengan semakin kompleksnya beban tugas dalam perusahaan. Rendahnya kualitas sumber daya manusia tentu saja akan mengakibatkan lemahnya organisasi/perusahaan yang kini semakin tinggi tingkat persaingannya disamping itu dituntut untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Setiap karyawan memiliki jati diri yang berguna dalam rangka mencapai tujuan yaitu karyawan yang penuh kesetiaan dan ketaatan kepada Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945, Negara, Organisasi serta bersatu padu, bermental baik, berwibawa, kuat, berdaya guna, berhasil guna, bersih, berkualitas tinggi, dan sadar akan tanggung jawabnya (dalam Syahyono 2016).

Pada perusahaan tertentu terdapat kemampuan yang diutamakan seperti kemampuan bersosialisasi yang baik. Di perusahaan ini biasanya bergerak dibidang penjualan jasa dan produk dengan menawarkan efisiensi sebuah barang dan menjalin hubungan kerja yang profesional serta terpercaya antara karyawan dan

konsumen. Nusantara sakti adalah salah satu perusahaan yang mempunyai terpercaya Nusantara Sakti group adalah salah satu perusahaan yang memiliki sumber daya manusia yang cukup banyak, karena perusahaan ini tersebar di 34 provinsi di Indonesia, maka tidak dipungkiri jika perusahaan ini juga banyak mempunyai cabang di berbagai kota. Nusantara sakti merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang kendaraan bermotor merk honda, produk pertama yang dimiliki oleh perusahaan ini yaitu sebagai tempat jual beli motor. Nusantara sakti terus mengalami perkembangan, berdasarkan AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia) Penjualan sepeda motor Honda secara Nasional pada tahun 2021 mencapai 1.361.475 unit mencakup seluruh cabang Nusantara sakti. Perolehan tersebut meningkat 3.8% jika dibandingkan perolehan periode yang sama di 2020 sebanyak 1.309.534 unit.

Secara umum dalam suatu organisasi selalu mengingatkan setiap karyawannya agar berprestasi. Dalam mencapai tujuan, suatu organisasi dalam bekerja dipengaruhi banyak faktor, salah satunya yang dapat mempengaruhi kinerja adalah apabila karyawan mampu menghadapi kesulitan baik di dalam maupun di luar pekerjaan. Pada perusahaan ini barang dan jasa yang ditawarkan harus mencakup seluruh lapisan masyarakat tak terkecuali tempat terpencil sekalipun. Itulah mengapa perusahaan ini memiliki karyawan-karyawan yang banyak salah satu devisinya yaitu karyawan marketing. Karyawan marketing adalah karyawan yang melaksanakan kebijakan manajemen untuk melaksanakan strategi penjualan sesuai dengan objek dan sasaran perusahaan Namun pada dasarnya karyawan marketing juga adalah seorang individu biasa yang dapat mengalami kesulitan dalam melakukan tugasnya (dalam Ajeng & Ruseno 2018).

Perusahaan Nusantara Sakti Group mempunyai karyawan marketing yang dimana karyawan marketing adalah tombak paling depan dalam menjual produk dan jasa. Karyawan marketing yang bekerja mendapatkan komisi sesuai dengan target yang dicapai. Apabila karyawan tidak mencapai target maka karyawan marketing hanya akan mendapatkan gaji pokok dimana gaji pokok tersebut dibawah UMR. Jadi karyawan marketing memiliki tekanan pekerjaan dengan target untuk mencapai komisi tersebut demi memenuhi kebutuhan. Sedangkan sasaran penjualan tidak memenuhi target dimana daerah tersebut memiliki penduduk dengan pekerjaan petani yang tidak mempunyai gaji harian namun mendapatkan uang menunggu panen dimana panen tersebut hanya tiga bulan sekali.

Berdasarkan studi kasus yang peneliti lakukan, didapatkan data wawancara terhadap karyawan NSS (Nusantara Sakti Group) , sebanyak 5 orang, diantaranya 3 karyawan marketing dan 2 karyawan SODP (Supervisor Operational Development Program) pada tanggal 17 Maret 2022, dan peneliti juga mendapatkan data dari karyawan dengan jabatan SODP (Supervisor Operational Development Program) bahwa, karyawan marketing itu tidak banyak yang bertahan dalam 3 bulan sehingga harus mencari dan membuka lowongan kerja karyawan marketing kembali, menurutnya banyak karyawan yang tidak semangat dalam bekerja, keterlambatan dalam mengirim tugas, sering absen dalam bekerja, sangat sensitif terhadap kritik, mudah tersinggung, tidak konsentrasi dalam bekerja, yang mengakibatkan tidak tercapainya target perusahaan. Hal ini menyebabkan banyak karyawan marketing yang stress dan *Resign* akhirnya SODP kembali membuka loker untuk mencari karyawan baru yang mana karyawan SODP juga mengeluhkan Regulasi yang cepat itu tidak baik bagi perusahaan.

Sedangkan peneliti mendapatkan data dari tiga orang karyawan yang karyawan marketing dimana tiga orang ini mewakili setiap tim, karyawan ini mengalami beban kerja yang cukup menguras energinya dimana beban kerja ini didapatkan mulai dari tekanan atasan terhadap target yang harus dicapai dalam sebulan, kemampuan karyawan dalam menghadapi konsumen untuk menawarkan jasa maupun produk perusahaan, serta tugas yang diberikan atasan. Tiga orang karyawan marketing yang mewakili tim mengeluhkan bahwa mengalami kekhawatiran dan cemas setiap masuk kerja bukan lagi hal yang tidak biasa, bahkan sering juga mengalami perasaan yang sedih bercampur dengan ketidakpuasan terhadap pekerjaan yang dilakukan. Seperti yang disampaikan oleh karyawan SODP bahwa karyawan marketing sering Izin tidak masuk kerja dikarenakan biasanya karyawan marketing ini merasa sakit kepala yang berlebihan jika memikirkan pekerjaan dan juga berdampak pada kesehatan fisik lainnya seperti sakit perut karena memikirkan pekerjaan dan berujung penyakit diare. Karyawan juga mengatakan sering merasa lelah yang berlebihan, merasa gelisa, sulit berkonsentrasi, merasa sulit membuat keputusan, merasa cemas, merasa kesepian karena tidak diperhatikan oleh atasannya, merasa bosan dengan kegiatan kerja, sering merasa asing dilingkungan kerja, tidak mau bertemu dengan atasannya karena takut ditanya progres yang dijalani sudah sejauh mana dan akhirnya membolos.

Moorhead & Griffin (1995) mengatakan ada tiga dampak stress terhadap individu yaitu perilaku, psikologis, dan medis. Secara perilkuan, orang akan melakukan perilaku-perilaku yang tidak seperti biasa misalnya minum-minuman keras dan perilaku tindak kekerasan. Dampak yang lain adalah dampak psikologis

yang mengakibatkan misalnya gangguan pada pola makan, tidur, ataupun mood negatif. Dampak pada kesehatan, stres biasanya menyebabkan tekanan darah tinggi dan sakit kepala. Perubahan-perubahan yang terjadi dalam tataran individu tersebut akan mempengaruhi dalam sikap terhadap pekerjaan. Dalam dunia layanan, seringkali karyawan merasa bosan dan menunjukkan gejala-gejala stres yang disebut dengan *burn out*. Ketika mengalami *burn out* maka orang akan menunjukkan mangkir dari tempat kerja atau absensi meningkat.

Stress merupakan ketidakmampuan menghadapi ancaman yang dihadapi oleh mental, emosional, fisik, dan spiritual manusia yang pada suatu saat dapat mempengaruhi kesehatan fisik manusia tersebut dan stress adalah persepsi kita terhadap situasi atau kondisi di dalam lingkungan. Jika seorang karyawan mengalami stress yang terlalu besar, maka akan mengganggu kemampuan seseorang tersebut untuk menghadapi lingkungan dan pekerjaannya (Handoko, 2009). Hal ini sejalan dengan aspek stres menurut Luthans (2013) yaitu Fisiologi, psikologis dan behaviour dimana rasa cemas dan takut yang berlebihan, merasa tidak percaya diri akan kemampuannya serta sering sakit fisik yang berlebihan yang menyebabkan karyawan dapat dikatakan mengalami stress kerja. Tidak hanya itu, sering kali karyawan menyiasati keluarga ataupun teman yang sudah kenal untuk membeli produk atau memakai jasa yang ditawarkan agar target tercapai. Hal ini memang baik, dimana target perusahaan tercapai, namun dengan cara seperti ini bisa saja karyawan menjadi tidak berkembang karena tidak percaya diri atas kemampuannya diluar dari lingkungannya dan semata-mata hanya mementingkan target saja.

Nusantara Sakti Group merupakan perusahaan jasa yang harus terus berusaha meningkatkan kualitas kerja untuk menunjang keberhasilan perusahaan. Nusantara Sakti Group merupakan perusahaan jasa di Kota Pagar Alam yang memiliki banyak nasabah sehingga karyawan marketing harus memiliki kinerja yang baik dan profesional serta terhindar dari stress kerja yang dapat mengganggu kinerja karyawan. Jika stress kerja yang dialami karyawan marketing rendah maka karyawan tersebut dapat menghadapi masalah ataupun kesulitan yang dialami sehingga juga membantu mencapai tujuan perusahaan.

Dalam mencapai strategi tersebut karyawan butuh adanya kekuatan dan kecerdasan serta ketahanan ataupun kemampuan diri untuk menaklukkan masalah dan tantangan yang terjadi di dalam hidup ataupun pekerjaannya. Seseorang tidak akan merasakan dampak dari stres apabila dapat mengatasi kesulitan dalam hidupnya dengan baik (Imam dan Ema 2019).

Dari sekian banyak faktor tersebut, peneliti memilih *Adversity Quotient* untuk diteliti lebih dalam karena *Adversity Quotient* adalah salah satu faktor yang dapat membantu mengurasi stress kerja. Kemampuan seseorang dalam menghadapi dan mengambil manfaat dari suatu permasalahan atau kesulitan sebagai sebuah tantangan atau peluang untuk menjadi lebih baik dan meraih sukses selanjutnya dikenal dengan sebutan *Adversity Quotient*.

Stoltz (2000) mengemukakan terdapat kecerdasan dan diprediksi lebih kuat pengaruhnya terkait dengan kesuksesan dibandingkan kecerdasan yang telah ada sebelumnya. Kecerdasan ini bernama *adversity quotient* yaitu kecerdasan dalam menghadapi kesulitan atau hambatan dan kemampuan bertahan dalam berbagai kesulitan hidup dan tantangan yang dialami. AQ dapat berperan dalam memberikan

gambaran kepada individual berkaitan dengan seberapa jauh individual mampu bertahan menghadapi kesulitan dan mampu untuk mengatasinya, siapa yang mampu mengatasi kesulitan dan siapa yang akan hancur, siapa yang akan melampaui harapan-harapan atas kinerja dan potensi individual serta siapa yang akan gagal, serta siapa yang akan menyerah dan siapa yang akan bertahan.

Stoltz (2000) mengatakan bahwa kemampuan untuk mengatasi kesulitan dapat dilihat dari Adversity Quotient yang merupakan ukuran bagaimana seseorang merespon kesulitan. Selanjutnya Stoltz (2000) juga menyatakan bahwa semua segi kesuksesan didasari oleh adanya Adversity Quotient. Individu dengan Adversity Quotient yang tinggi dapat menurunkan tingkat stres serta menikmati rangkaian dari manfaat seperti kesehatan produktivitas, daya tahan jika dibandingkan dengan individu yang memiliki Adversity Quotient yang rendah. Jadi Adversity Quotient adalah suatu kemampuan untuk mengatasi kesulitan dengan merespon kesulitan tersebut dengan meningkatkan komponen-kompones yang ada pada AQ (Stoltz, 2000). Ada 4 dimensi yang dapat menentukan *Adversity Quotient* seseorang secara keseluruhan yaitu dimensi control, dimensi *onigirin dan ownership*, dimensi *reach*, dan dimensi *Endurance*.

Adversity Quotient memiliki korelasi dengan berbagai aspek salah satunya adalah aspek stress kerja. Karyawan marketing yang mengalami stress kerja biasanya akan merasakan kekhawatiran dan cemas yang berlebihan, rasa bosan dalam bekerja karena melakukan pekerjaan yang sama setiap harinya, serta merasa tertekan karena target yang diberikan oleh atasan. Hal ini sejalan dengan dimensi *Adversity Quotient* dimana pada dimensi *control* karyawan yang diharapkan memiliki *Adversity Quotient* mampu mengendalikan diri pada saat karyawan

mengalami kegelisahan, cemas, ataupun keluhan pada saat bekerja. Karyawan yang berjabatan sebagai marketing sering mendapat tekanan dari perusahaan sehingga karyawan tersebut mengalami hal-hal yang tidak biasa dan mengalami perubahan, baik fisik maupun psikologisnya, seperti pusing kepala yang berlebihan, keletihan, dan tidak dapat mengendalikan emosi serta perasaan mudah tersinggung dan tidak percaya diri terhadap kemampuannya dimana pada dimensi *origin-ownership* yaitu asal-usul dan pengakuan mengatasi rasa bersalah untuk belajar dan melakukan perbaikan diri. Pentingnya suatu kendali pada diri individu saat menghadapi kesulitan akan mempermudah seseorang untuk mencapai sebuah situasi secara positif serta seberapa jauh seseorang memiliki kemampuan untuk mengendalikan respon terhadap suatu situasi yang sejalan dengan dimensi *reach* atau jangkauan. Sehingga pada dimensi daya tahan karyawan tersebut akan terus berusaha dan tidak mudah menyerah akan kesulitan yang sedang dihadapi hal ini mengacu pada semakin tinggi nilai pada tiap tiap dimensi, maka seseorang akan lebih mudah untuk mengatasi hambatan dan menurunkan tingkat stresnya (dalam Stolz 2000)

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka peneliti mengajukan sebuah rumusan masalah apakah ada Hubungan antara *Adversity Quotient* dengan Stress kerja pada karyawan marketing PT Nusantara Sakti Group cabang Kota PagarAlam” ?

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan antara *Adversity Quotient* dengan stress kerja pada karyawan marketing PT Nusantara Sakti Group cabang kota Pagar Alam.

B. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, kajian dan wawasan mengenai *Adversity Quotient* untuk mengembangkan kemajuan diri dalam melaksanakan pekerjaan agar dapat efektif dan Praktis dan menjadi sumbangan ilmu pengetahuan umum bagi program studi Psikologi

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan bagi instansi untuk meminimalisir terjadinya stress kerja pada karyawan PT Nusantara Sakti Group cabang Kota Pagar Alam. Bagi peneliti sendiri, mampu memberikan manfaat dalam mempelajari dan memperdalam teori mengenai *adversity quotient* dan stress kerja.