

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Pertumbuhan konsumen sepeda motor dari waktu ke waktu telah meningkat luar biasa yang membuat para produsen berlomba untuk merebut hati konsumen. Di tengah-tengah persaingan yang begitu tajam akibatnya banyak merk yang berdatangan dan banyak merk yang mengeluarkan inovasi terbaru. Salah satunya, inovasi yang terus dikembangkan oleh PT. X yang merupakan perusahaan manufacturing dan distributor resmi sepeda motor merk X (PT. X, 2016). Menurut Sari, Pradhana, dan Widharto (2018) penjualan suatu produk dapat berhasil dengan berbagai macam strategi, salah satu strategi pemasaran.

Strategi pemasaran yang baik dapat diterapkan oleh Sumber Daya Manusia (SDM) di dalam perusahaan yaitu sales (Razati & Ruhimat, 2008). Menurut Dellamita, Fauzi, Yuliant (2014) sales adalah bagian SDM dari suatu perusahaan yang kegiatannya menjual dengan memastikan setiap produk terjual sesuai target. Sales memiliki peran penting bagi pendapatan perusahaan karena banyaknya produk yang terjual tergantung pada kemampuan sales dalam bekerja, membuat produk yang terlihat tidak laku menjadi diminati konsumen, dan menjual dengan harga yang sesuai dengan perencanaan awal yang sudah ditetapkan tetapi juga dengan persetujuan dan kesepakatan antara konsumen dengan sales (Sari, dkk., 2018).

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Human Resources Development (HRD)* PT. X di Yogyakarta pada tanggal 20 Agustus 2019 sampai 22 Agustus 2019 mengatakan bahwa sebagian besar sales PT. X berstatus sebagai karyawan kontrak karena untuk menjadi karyawan tetap sales harus mengikuti berbagai seleksi yang sangat panjang dan bersifat sangat kompetitif. HRD juga mengatakan bahwa jika ingin menjadi karyawan tetap maka sales harus mencapai target selama tiga bulan yaitu penjualan minimal 15 kendaraan perbulan. Jika bulan ke dua atau ketiga mengalami penurunan target maka sales harus mengulanginya dari awal kembali agar mencapai 15 kendaraan selama tiga bulan berturut-turut. Selain itu, sales juga harus mengikuti seleksi tertulis, tes psikologis, dan wawancara. HRD mengatakan pada saat ini penjualan di Yogyakarta semakin menurun karena kendaraan pesaing PT. X telah mengeluarkan produk baru yang membuat konsumen lebih tertarik untuk mengetahui dan membeli produk baru dari pesaing PT.X. Keadaan ini karena PT. X belum mengeluarkan produk barunya kembali. Oleh karena itu, kondisi di Yogyakarta pada saat ini sedang mengalami kesulitan sehingga para sales harus menunjukkan berbagai kemampuan terbaiknya secara kreatif dan inovatif dalam membangun hubungan dengan konsumen agar konsumen mau membeli produk yang ditawarkan. Hal ini didukung pendapat Lestari dan Wartini (2015) bahwa pekerjaan sebagai sales yang berhubungan langsung dengan konsumen menjadikan sales dituntut memiliki keterampilan kerja atau *employability skills* yang memadai untuk menunjukkan ide kreatif dan inovatif dan menguasai berbagai macam produk agar konsumen yakin untuk melakukan pembelian, maka *employability skills*

menjadi salah satu kunci keberhasilan sales dalam mencapai target yang ditetapkan perusahaannya.

Sales yang memiliki *employability skills* akan bersedia belajar untuk menguasai produk yang dijualnya dan berusaha untuk mengembangkan pengetahuannya dengan mencari berbagai informasi terbaru untuk merebut hati konsumen sehingga melalui sales perusahaan mampu bersaing dengan kompetitornya dalam penjualan produk (Ahmad & Kitchen, 2010). Menurut Watts (2006) jika seseorang (sales) memiliki *employability skills* yang rendah maka berdampak buruk bagi keberlangsungan perusahaan karena seseorang sulit menunjukkan kemampuan untuk membuat strategi agar produk maupun jasa dapat diminati konsumen, tidak mau belajar lebih dalam tentang tugasnya, dan performa kerja semakin menurun yang membuat perusahaan lebih lama untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

Employability skills adalah suatu konsep yang berfokus pada ketrampilan yang ada di dalam diri seseorang, dimana mencakup pengetahuan, kognisi, dan sikap untuk menyesuaikan diri dengan pekerjaan, sehingga seseorang mampu mengidentifikasi dan mengembangkan peluang karier yang dimilikinya untuk mendapatkan kesuksesan (Fugate, Kinicki & Ashforth, 2004). Menurut Pool dan Sewell (2007) *employability skills* adalah kemampuan seseorang untuk memiliki keahlian, ilmu pengetahuan, pemahaman dan kepribadian yang membuat seseorang bisa memilih dan merasa nyaman dengan pekerjaannya sehingga menjadi puas dan akhirnya meraih sukses. Menurut Pegg, Waldock, Isaac, & Lawton (2012) *employability skills* adalah ketrampilan seseorang untuk mengamankan,

menunjukkan kemajuan dan bertahan dalam menjalani aktivitas kerja yang membuatnya tidak hanya mampu menguasai pekerjaan melainkan mampu dengan cepat beradaptasi di dunia kerja.

Fugate, dkk. (2004) menyatakan bahwa terdapat tiga aspek *employability skills*, yaitu pertama aspek identitas karier adalah bentuk representasi seseorang mengenai dirinya sendiri dalam kehidupan kariernya yaitu gambaran diri mengenai harapan, tujuan, nilai diri, dan gaya interaksi dengan mencari berbagai informasi terkait dengan pekerjaannya, dapat mengidentifikasi peluang karier, dan berperan sebagai pedoman seseorang untuk memotivasi dirinya sendiri. Kedua, aspek adaptasi personal adalah kemampuan adaptasi seseorang untuk mampu menyesuaikan diri dengan tuntutan di lingkungan sekitarnya ditandai dengan optimisme, fleksibilitas, kecenderungan untuk belajar, dan menunjukkan keterbukaan dalam menjalani tugas. Ketiga, modal sosial adalah modal yang berhubungan dengan jaringan sosial dengan menunjukkan keterbukaan sosial dan interpersonal dengan akses untuk mendapatkan informasi, pengaruh dari relasi sosial, dan memiliki kekuatan jaringan atau relasi sosial.

Menurut Pegg, dkk. (2012) *employability skills* berperan penting bagi diri seseorang (sales) agar kecakapan dalam penguasaan karier menjadi semakin meningkat dan berperan penting juga bagi kredibilitas perusahaan karena SDM yang berkualitas membuat perusahaan mampu mempertahankan bahkan meningkatkan eksistensinya yang dapat menumbuhkan rasa kepuasan konsumen untuk meningkatkan pendapatan. Menurut Lestari dan Wartini (2015) harapannya sales memiliki *employability skills* agar memberikan kemampuan terbaik untuk

keberhasilan perusahaan dengan memberikan kesediaan mencari informasi mengenai dinamika persaingan bisnis yang semakin kompetitif kemudian membuat strategi agar dapat mengatasinya, sehingga dapat mengenai sasaran dengan cepat dan tepat. Cowdhury dan Miah (2019) berpendapat seharusnya sales memiliki *employability skills* yang memadai untuk menjaring relasi, mampu memberikan informasi secara detail tentang produk kepada konsumen, dan mempererat kepercayaan agar konsumen membeli produk yang ditawarkan oleh sales.

Pada kenyataannya *employability skills* belum sepenuhnya ditunjukkan oleh SDM di Indonesia. Menurut menteri Perencanaan Pembangunan Nasional (PPN/Bappenas) Bambang Brodjonegoro menjelaskan laporan Kebijakan untuk Mendukung Pembangunan Sektor Manufaktur di Indonesia 2020-2024 bersama Asian Development Bank (ADB), diperoleh dari total 121,02 juta pekerja sebagian besar dari pekerja memiliki berkecakupan rendah atau *employability skills* yang rendah. Di sektor agrikultur, 99,41% pekerja memiliki keterampilan rendah, hanya 0,47% masuk kategori semi-skilled dan 0,13% yang berkecakupan. Begitu juga di sektor manufaktur, hanya 3,03% pekerja yang memiliki keterampilan, sebesar 6,52% masuk kategori semi-skilled dan 90,45% berkecakupan rendah (Ananta, 2019). Hasil survey yang dilakukan Manara (2014) memberikan pandangan yang sama terhadap *employability skills* pada SDM di Indonesia, yaitu dari 100 perusahaan yang menjadi sumber data penelitian ini, ditemukan 19 kategori soft skills yang secara keseluruhan disebutkan sebanyak 346 kali. Sedangkan delapan kategori soft skills lainnya yang memiliki frekuensi kemunculan lebih rendah dari sebelas soft skills teratas adalah integritas dan loyalitas 4,12%, proaktif dan inisiatif

3,85%, bertanggung jawab 3,30%, kemampuan menganalisa 3,02%, kreatifitas 2,47% , tegas 2,20%, cepat belajar 1,1%, dan terakhir orientasi hasil 1,1%. berdasarkan data yang sudah dijelaskan, maka dapat disimpulkan jika masih banyak SDM di Indonesia yang memiliki *employability skills* dalam kategori rendah.

Sejalan dengan data yang sudah dipaparkan sebelumnya, berdasarkan hasil wawancara dengan sales PT. X di Yogyakarta pada tanggal 20 Agustus 2019 sampai 22 Agustus 2019 dengan menggunakan aspek-aspek *employability skills* yang dikemukakan Fugate, dkk. (2004). Diperoleh 8 dari 10 subjek yang mengatakan pada aspek identitas karier, yaitu masih menggunakan metode yang lama untuk menawarkan barang kepada konsumen dengan memberikan nomor yang bisa dihubungi di WA(*WhatsApp*), menempel dan membagikan brosur, dan lain sebagainya. Subjek mengatakan jika konsumen tidak sungguh-sungguh membeli maka subjek enggan untuk memfoollow-up (tindak lanjut) dan tidak menguasai produk secara terperinci karena merasa hanya perlu mengetahui inti produknya saja. Pada aspek adaptasi personal, subjek pesimis bahwa dirinya mampu untuk melebihi target penjualan, karakter konsumen yang berbeda-beda membuat subjek kesulitan dalam menyesuaikan dirinya, subjek enggan mencaritakan kesulitan yang dihadapinya dengan atasan, dan ketika rekan kerja bertanya perihal tugas subjek hanya menjawab secara singkat. Pada aspek modal sosial, subjek mengatakan tidak memiliki banyak teman diluar kantor untuk sharing pekerjaan, tidak suka membangun relasi dengan orang yang belum dikenal, tidak mau mencari informasi dari orang yang baru dikenal, dan hanya bertanya kepada orang yang dikenalnya saja sehingga subjek tidak mendapatkan banyak informasi tentang konsumen

maupun produk dari lingkup sosialnya. Dari hasil wawancara, maka dapat disimpulkan bahwa 8 dari 10 subjek memiliki permasalahan *employability skills* yang dapat dilihat dari aspek-aspek yang dikemukakan Fugate, dkk. (2004) yaitu identitas karier, adaptasi personal, dan modal sosial.

Menurut Cleary, dkk. (2007) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi *employability skills* yaitu buruknya lingkungan kerja, kompensasi yang rendah, dan ketidakamanan dalam bekerja. Dari uraian yang telah dikemukakan, maka peneliti akan menggunakan faktor ketidakamanan kerja atau biasa disebut sebagai *job insecurity*. Menurut Watts (2006) *job insecurity* yang dirasakan membuat seseorang merasakan kegelisahan dan tekanan saat bekerja yang menjadikan seseorang sulit menunjukkan *employability skills* karena konsentrasinya terpecah, sehingga tidak akan bersungguh-sungguh menunjukkan kemampuan yang dimilikinya dan lebih lama dalam mencapai sasaran yang sudah direncanakan. Sverke, dkk. (2013) menyatakan jika seseorang merasakan *job insecurity* dalam menjalani pekerjaan maka seseorang akan merasa sedih dan tidak puas bahagia dan puas terhadap pekerjaan yang dapat menimbulkan *employability skills* yang rendah yaitu sulit bersedia mencari berbagai informasi untuk memperluas pengetahuan dan berusaha mencapai sasaran maupun pencapaian yang lebih besar. Hal tersebut didukung berdasarkan hasil wawancara dengan sales PT. X pada tanggal 20 Agustus 2019 sampai 22 Agustus 2019 dengan menggunakan aspek-aspek *job insecurity* yang dikemukakan Rowntree (2005) yaitu ketakutan akan kehilangan pekerjaan, ketakutan akan kehilangan status sosial di masyarakat, rasa tidak berdaya. Pada aspek ketakutan akan kehilangan pekerjaan, subjek takut kehilangan pekerjaan

subjek menjadi terburu-buru mengatur strategi saat bekerja dan khawatir dimarahi atasan jika belum mencapai target. Pada ketakutan akan kehilangan status sosial di masyarakat, subjek khawatir jika kehilangan status sosialnya di masyarakat jika harus dikeluarkan dari perusahaan dan merasa cemas apabila keuangannya menurun jika target belum tercapai. Pada aspek rasa tidak berdaya, subjek mudah marah saat bekerja dan sulit termotivasi dalam bekerja karena tunjangan yang diberikan belum mampu mensejahterakannya. Dari hasil wawancara, maka dapat disimpulkan bahwa 8 dari 10 subjek memiliki permasalahan *job insecurity* yang dapat dilihat dari aspek-aspek yang dikemukakan Rowntree (2005) yaitu ketakutan akan kehilangan pekerjaan, ketakutan akan kehilangan status sosial di masyarakat, rasa tidak berdaya.

Hal ini juga didukung berdasarkan hasil penelitian Mahaputra, Riantoputra, dan Respati (2013) yang menunjukkan bahwa *job insecurity* memiliki peranan untuk mempengaruhi *employability skills*. Selain itu hasil penelitian Otterbach dan Poza (2014) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan antara *job insecurity* dengan *employability skills*. Hasil penelitian Cuyper dan Witte (2008) juga mengungkapkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *job insecurity* dengan *employability skills*. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan maka *Job insecurity* dipilih peneliti karena terdapat empat tahapan yaitu pertama berdasarkan faktor yang mempengaruhi yaitu salah satunya adalah *job insecurity* karena mampu mengungkap permasalahan subjek lebih mendalam sedangkan faktor lainnya tidak mampu mengungkap. Kedua, terdapat teori Watts (2006) dan Sverke, dkk. (2013) yang menunjukkan bahwa terdapat kaitan antara *job insecurity*

dengan *employability skills*. Ketiga, didukung hasil wawancara bahwa terdapat permasalahan sales pada *job insecurity*. Keempat, didukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Mahaputra, dkk. (2013), Otterbach dan Poza (2014), dan Cuyper dan Witte (2008). Oleh karena itu, *job insecurity* akan menjadi satu faktor dominan dan variabel bebas dalam penelitian ini.

Job insecurity adalah karyawan yang merasakan sejumlah ancaman terhadap tempatnya bekerja yang dapat berupa kompensasi, jabatan, peraturan, tempat kerja, dan lain sebagainya (Rowntree, 2005) Wening (2005) mengartikan *job insecurity* sebagai kondisi ketidakberdayaan untuk mempertahankan kesinambungan yang diinginkan dalam situasi kerja yang mengancam. *Job insecurity* juga diartikan sebagai perasaan tegang, gelisah, stres, dan merasa tidak pasti dalam kaitannya dengan sifat dan keberadaan pekerjaan yang dirasakan para pekerja. Menurut Rowntree (2005) *job insecurity* merupakan kondisi yang berhubungan dengan rasa takut seseorang akan kehilangan pekerjaannya atau prospek akan demosi atau penurunan jabatan serta berbagai ancaman lainnya terhadap kondisi kerja yang berasosiasi menurunnya kesejahteraan secara psikologis dan menurunnya kepuasan kerja.

Rowntree (2005) menyatakan bahwa terdapat tiga aspek *job insecurity* yaitu pertama ketakutan akan kehilangan pekerjaan merupakan rasa ketakutan, cemas, dan khawatir mendapat ancaman negatif tentang pekerjaannya. Aspek kedua, ketakutan akan kehilangan status sosial di masyarakat adalah seseorang yang takut kehilangan status sosial merasa terancam terhadap pandangan orang lain yang dapat membicarakannya. Aspek ketiga, rasa tidak berdaya adalah karyawan yang

terancam mudah marah dan tidak bergairah menjalani aktivitas kerja dan menunjukkan ketidakmampuan dalam menangani serta mencegah munculnya ancaman yang berpengaruh terhadap kelangsungan pekerjaannya.

Razati dan Ruhimat (2008) menjelaskan bahwa pekerjaan sebagai sales memiliki banyak ancaman atau biasa disebut *job insecurity* sehingga merasa gelisan dan tertekan karena target yang ditetapkan perusahaan. Otterbach dan Poza (2014) menyatakan jika *job insecurity* terus dirasakan maka berdampak buruk pada *employability skills* yaitu karyawan (sales) tidak bersungguh-sungguh untuk memperluas pengetahuan agar dapat meningkatkan karier-nya, terlebih lagi performa kerja akan semakin menurun yang membuat perusahaan harus siap menerima jika kehilangan SDM yang berkualitas. Sebaliknya, Cuyper dan Witte (2008) berpendapat ketika karyawan (sales) merasakan job security maka merasa dihargai dan diberikan kesempatan untuk maju, sehingga memberikan timbal balik berupa *employability skills* dengan berusaha sebaik mungkin memberikan hasil yang berkualitas, mencari berbagai informasi untuk keberlangsungan perusahaan, dan berusaha untuk mencapai tujuan lebih cepat. Hal ini didukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Mahaputra, dkk. (2013) yaitu *job insecurity* dapat memberikan sumbangan efektif sebesar 24% terhadap *employability skills*. Artinya, kontribusi tersebut menunjukkan bahwa hubungan *job insecurity* dengan *employability skills* merupakan hubungan yang signifikan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Apakah terdapat hubungan antara *job insecurity* dengan *employability skills* pada sales PT. X ?”

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *job insecurity* dengan *employability skills* pada sales PT. X

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dalam bidang psikologi industri dan organisasi, yang berhubungan dengan Sumber Daya Manusia khususnya dalam berbagai lingkup SDM bagian pemasaran seperti *sales*, *job insecurity*, dan *employability skills*.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi *sales* PT. X

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang pentingnya *job insecurity* yang dirasakan *sales* dalam menjalani pekerjaannya, sehingga hal tersebut dapat menimbulkan seberapa besar *employability skills* yang ditunjukkan *sales* untuk merebut hati konsumen.

2) Bagi pihak PT. X

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang pentingnya *job insecurity* yang dapat berakibat pada *employability skills sales*, karena *job insecurity* dapat membuat *sales* menunjukkan *employability skills* yang tinggi maupun rendah, sehingga berdampak pada seberapa besar pendapatan perusahaan.

