# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam menjalani siklus kehidupan, setiap individu akan menghadapi banyak hal-hal yang tidak terduga seperti kecelakaan, bencana alam, bahkan kematian mendadak. Sehingga tidak ada kepastian tentang kapan dan bagaimana seseorang akan meninggal. Bisa saja seseorang meninggal di usia sangat dini namun bisa juga menjalani hidup sampai masa tua, juga tidak ada kepastian apakah mengalami cacat atau menderita penyakit kritis terlebih dahulu sebelum meninggal. Ketidakpastian ini berkaitan erat dengan rencana keuangan pribadi. Karena itu seseorang memerlukan asuransi yang pada dasarnya memberi rasa aman melalui antisipasi ketidaksiapan finansial akibat kematian atau gangguan kesehatan. **(www.vibiznews.com)**

Definisi Asuransi sendiri menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1992 tentang usaha perasuransian Bab 1, Pasal 1 adalah "Asuransi atau Pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk

memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan." **(http://www.aca.co.id)**

Di Indonesia, yang berjumlah penduduk lebih dari 200 juta jiwa, prosentase masyarakat yang telah memiliki asuransi masih sangat kecil, yakni di bawah tiga persen. Jauh di bawah negara kawasan Asia Tenggara lainnya seperti Singapura, Malaysia, dan Thailand yang rata-rata penduduknya telah memiliki asuransi, hingga di atas 10 persen. Selama ini asuransi belum dipandang sebagai suatu kebutuhan yang sangat penting di Indonesia. Banyak masyarakat Indonesia yang tidak percaya pada perusahaan asuransi akibat banyak kasus di era krisis ekonomi tahun 1997 yang dinilai merugikan nasabah secara sepihak. Untuk menyadarkan masyarakat akan pentingnya asuransi, berbagai *event* diselenggarkan, seperti edukasi terhadap pentingnya berasuransi, *insurance day*, dan *top agent award.* Upaya ini ternyata cukup berhasil dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan asuransi. Kondisi itu semakin lama semakin efektif setelah berbagai perusahaan asuransi melakukan penawaran produk-produk yang memberikan jaminan proteksi dan berbagai aktivitas lainnya. Terbukti, selama tiga tahun terakhir, total premi baru yang dikumpulkan perusahaan asuransi meningkat pesat lebih dari 30 persen pertahunnya. Bahkan, pertumbuhan premi asuransi tahun 2007 tercatat lebih dari 60 persen dibanding tahun 2006. **(www.radarsby.com)**

Salah satu perusahaan asuransi yang mengupayakan hal tersebut adalah Perusahaan Asuransi “X”. Perusahaan “X” adalah salah satu grup asuransi terbesar di dunia dan telah melayani lebih dari 51,5 juta orang di 60 negara di 5

benua, salah satunya Indonesia. Dengan kerja keras dalam inovasi produk, promosi dan pemasaran, Perusahaan "X" di Indonesia mampu meningkatkan perolehan preminya sampai sebesar Rp 3,07 triliun pada tahun 2007, naik 129 persen dibanding pendapatan premi tahun 2006 yang tercatat sebesar Rp 1,34 triliun. Perusahaan "X" juga telah melakukan *joint venture* dengan Bank A (salah satu bank terbesar di Indonesia) dan dengan Perusahaan B (salah satu perusahaan terbesar di Indonesia), sehingga melahirkan tiga anak perusahaan asuransi jiwa, dua dari *joint venture* dan satu adalah anak perusahaan "X" sendiri yang disebut PT "X". PT "X" telah berpengalaman selama lebih dari 10 tahun di Indonesia dan telah beroperasi di 15 kota besar di Indonesia. Dan pendapatan terbesar yang didapatkan berasal dari PT "X". Pada tahun 2007, PT "X" menyumbangkan kenaikan pendapatan terbesar untuk perusahaan "X" dari hanya Rp 829,5 miliar tahun 2006 menjadi Rp 2,2 triliun. Sedangkan kedua anak perusahaan lainnya menyumbangkan pendapatan masing-masing sebesar Rp 530,3 miliar dan Rp 340,7 miliar, naik dibanding tahun 2006 yang tercatat sebesar Rp 289 miliar dan Rp 223,4 miliar. **(www.asuransi.co.id)**

Peningkatan pendapatan bagi PT "X" ini sangat dipengaruhi oleh agen penjualan produk mereka. Seorang agen penjualan produk asuransi merupakan ujung tombak dari penjualan asuransi kepada masyarakat. Produktivitas mereka sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan karena melalui mereka perusahaan asuransi mendapatkan banyak keuntungan dan berhubungan dengan masyarakat. Pada kenyataannya, begitu banyak kesulitan yang harus dialami oleh seorang agen penjualan produk asuransi dalam melakukan pekerjaannya. Mereka

diharuskan memenuhi target minimum yang telah ditentukan per bulannya. Dan setiap tiga bulan, diadakan evaluasi perusahaan. Jika pada saat evaluasi mereka tidak memenuhi targetnya, mereka akan mendapat pemotongan komisi. Dan setiap tahunnya, mereka harus memenuhi target sejumlah uang tertentu. Maka itu, untuk memenuhi targetnya, mereka melakukan prospek terhadap nasabah. Dan mereka pun harus siap menerima penolakan dari nasabah, yang terkadang menolak secara tidak ramah. Jam kerja mereka tidak jelas, karena kadang mereka sampai larut malam atau bahkan di hari libur pun mereka harus melakukan prospek demi mencapai targetnya ini. Tingkat persaingan antara sesama rekan kerja pun cukup tinggi, karena mereka berlomba-lomba mencari klien demi memenuhi target perusahaan. **(www.sinarharapan.co.id)**

Para agen penjualan produk asuransi di PT "X" juga terkadang diberi target minimum lebih daripada standar perusahaannya. Karena itu lebih sulit lagi bagi mereka untuk mencapai target. Mereka juga tidak mendapatkan pendapatan yang pasti karena kompensasi yang didapat hanya dari komisi saja, namun tidak digaji. Jika mereka berhasil mencapai target dan berprestasi, jenjang karir di PT "X" cabang kota Bandung ini cukup menjanjikan dengan komisi yang cukup besar dan banyak fasilitas yang diberikan oleh perusahaan. Sehingga walaupun PT "X" mengalami peningkatan pendapatan pada tahun-tahun terakhir, namun tingkat *turn-over* perusahaan sangatlah tinggi. Hal ini disebabkan oleh kondisi kerja di PT "X" yang dianggap sulit. **(wawancara dengan salah satu agen penjualan asuransi PT "X" cabang Bandung)**

Dalam menghadapi kondisi kerja yang sulit itu, para agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung harus mampu bertahan menghadapinya dan tidak mudah menyerah. Hal ini oleh **Paul G. Stoltz** disebut sebagai *Adversity Quotient*. *Adversity Quotient* didefinisikan sebagai seberapa jauh seorang agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung mampu bertahan menghadapi kesulitan dan mengatasinya. *Adversity Quotient* setiap orang bisa berbeda-beda, ada yang rendah, sedang, dan tinggi. Menurut **Paul G Stoltz**, ada tiga tipe manusia menurut *Adversity Quotient*-nya, yaitu tipe *Quitter, Camper,* dan *Climber*. *Quitter* adalah orang-orang dengan *Adversity Quotient* yang rendah. Mereka memilih berhenti saat menghadapi kesulitan. *Camper* adalah orang-orang dengan *Adversity Quotient* yang sedang. Mereka merasa puas akan tantangan yang sudah dihadapinya, lalu memilih untuk mencari tempat aman. Sedangkan *Climber* adalah orang-orang dengan *Adversity Quotient* yang tinggi. Mereka tidak pernah berhenti berusaha mengatasi tantangan-tantangan yang ada dan berusaha mencapai yang lebih baik lagi.

Dalam bekerja, agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung pun memiliki *Adversity Quotient* yang berbeda-beda, ada yang rendah, sedang, dan tinggi. Mereka yang memiliki *Adversity Quotient* rendah akan dengan mudah berpindah tempat kerja. Dalam menghadapi pekerjaan yang sulit dan yang tidak disukainya pun akan mudah menyerah dan mereka sering bekerja asal-asalan. Sedangkan yang *Adversity Quotient*-nya sedang dapat bertahan bekerja untuk jangka waktu lama asalkan pekerjaannya tidak terlalu menyulitkan dirinya atau jika ia sudah merasa menyukai pekerjaannya. Mereka bekerja dengan terpaksa dan

biasanya mereka tidak berambisi untuk meraih yang lebih baik lagi, juga merasa takut mencoba dan cenderung mudah puas dengan prestasi yang telah diperolehnya. Yang terakhir adalah agen penjualan produk asuransi yang *Adversity Quotient*-nya tinggi. Mereka tidak mudah menyerah dan putus asa saat menghadapi pekerjaannya dan dalam melakukan pekerjaannya dilakukan dengan sungguh-sungguh. Biasanya mereka ingin mencapai sesuatu yang lebih baik daripada agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung seperti saat ini, sehingga mereka akan berusaha dan mencapai prestasi sebaik-baiknya dalam bekerja untuk mencapai cita-citanya.

*Adversity Quotient* terbentuk dari dimensi-dimensinya. Derajat *Adversity Quotient* yang dimiliki oleh para agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung dipengaruhi oleh *Control* (kendali), *Ownership* (tanggung jawab), *Reach* (jangkauan kesulitan), dan *Endure* (daya tahan). Dalam menghadapi kesulitan-kesulitan kerjanya, para agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung memerlukan *Control* (kendali) untuk mengendalikan kesulitannya tersebut. Dan dengan *Ownership* (tanggung jawab), menentukan seberapa besar tanggung jawab yang dimiliki dan apakah dirinya mau menanggung akibat dari perbuatannya, akan maju atau mundur dalam menghadapi suatu kesulitan. *Reach* (jangkauan kesulitan) diperlukan agar saat para agen penjualan asuransi di PT "X" kota Bandung mengalami kesulitan, kesulitan-kesulitan yang ada tidak sampai mempengaruhi bagian lain dari kehidupan agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung tersebut. Dan yang terakhir adalah *Endure* (daya tahan), sehingga saat menghadapi kesulitan para agen penjualan asuransi di PT "X" kota

Bandung melihat kesulitan itu sebagai kesulitan yang mudah diatasi, karena itu *Endure* (daya tahan) berkaitan erat dengan persepsi agen penjualan produk asuransi PT ”X” kota Bandung tersebut dalam melihat kesulitannya.

Berdasarkan wawancara terhadap 17 orang agen penjualan produk asuransi di PT “X” kota Bandung, diketahui bahwa 4 orang cukup menyukai pekerjaannya dan selalu mampu mencapai target, dan yang 7 orang berencana untuk mengundurkan diri karena kesulitan mencapai target. Enam orang cukup berprestasi dan kadang mampu melebihi target. Dari keenam orang tersebut, tiga orang lain sudah memimpin kelompok karena prestasinya yang selalu melebihi target, maka atasannya mempertimbangkan untuk menjadikannya ketua kelompok para agen penjualan asuransi.

Oleh karena itulah, peneliti ingin mengetahui bagaimanakah *Adversity Quotient* agen penjualan asuransi di PT “X” kota Bandung dalam menghadapi pekerjaannya.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Dari penelitian ini ingin diketahui bagaimana *Adversity Quotient* pada agen penjualan produk asuransi di PT “X” kota Bandung.

## 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

### 1.3.1 Maksud Penelitian

Memperoleh gambaran mengenai derajat *Adversity Quotient* dan termasuk dalam tipe *Quitter, Camper*, atau *Climber* para agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung.

### 1.3.2 Tujuan

Memperoleh gambaran mengenai derajat *Adversity Quotient* dan termasuk dalam tipe *Quitter, Camper*, atau *Climber* para agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung menurut dimensi-dimensi *Control, Ownership, Reach, dan Endure*.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

### 1.4.1 Kegunaan Teoritis

- Memberikan informasi mengenai *Adversity Quotient* agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung ke dalam bidang ilmu Psikologi Industri dan Organisasi.
- Memberikan masukan bagi peneliti lain yang berminat melakukan penelitian lanjutan mengenai *Adversity Quotient* pada agen penjualan produk asuransi.

### 1.4.2 Kegunaan Praktis

- Memberikan masukan kepada manajer yang membawahi para agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung mengenai *Adversity Quotient* mereka. Diharapkan para manajer dapat memonitor dan memotivasi para agen penjualan untuk meningkatkan kinerja agar yang masih di golongan *Camper* dan *Quitter* dapat menjadi *Climber*.
- Memberikan informasi pada agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung mengenai gambaran *Adversity Quotient* mereka. Dengan mengetahui gambaran tersebut, diharapkan mereka dapat mengetahui hal-hal yang perlu ditingkatkan, sehingga mereka dapat memotivasi diri dalam bekerja menjual produk asuransi dan menghadapi kesulitan pekerjaannya.

## 1.5 Kerangka Pemikiran

Saat ini, berbagai hal yang tidak terduga dialami oleh masyarakat, seperti kecelakaan, bencana alam, bahkan kematian mendadak. Hal ini menyadarkan masyarakat akan pentingnya asuransi. Kondisi ini diikuti dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan asuransi yang membutuhkan banyak tenaga kerja pemasaran, atau yang dikenal dengan agen penjualan produk asuransi untuk menjual produknya. Walaupun banyak tenaga agen penjualan produk asuransi dibutuhkan oleh perusahaan asuransi, bukan berarti siapapun bisa bekerja sebagai agen penjualan produk asuransi. Para agen penjualan produk asuransi harus menjalani pelatihan-pelatihan serta ujian tersertifikasi untuk meningkatkan kompetensinya.

Begitu pula di PT “X” kota Bandung, para agen penjualan produk asuransi haruslah menjalani tes dan telah menjalani *training* selama tiga bulan pertama masa kerjanya sebelum akhirnya bertugas sebagai agen penjualan produk asuransi. Setelah menjabat sebagai agen penjualan produk asuransi, mereka memiliki jenjang karir yang jelas dan terstruktur. Namun pekerjaan sebagai agen penjualan produk asuransi tidaklah mudah, mereka diberi target setiap bulannya yang harus dicapai dan jika tidak berhasil mencapainya, para agen penjualan produk asuransi akan dipotong komisinya dan diberi peringatan, bahkan kemungkinan terburuknya bisa sampai dikeluarkan. Para agen penjualan produk asuransi pun harus menghadapi penolakan berkali-kali, ditambah lagi dengan banyaknya jumlah perusahaan asuransi di Indonesia sehingga mengakibatkan persaingan yang tinggi dalam mencari nasabah. Tingkat persaingan di dalam perusahaan pun menjadi cukup tinggi akibat adanya sistem target. Para agen penjualan produk asuransi berusaha untuk mencapai target yang telah ditetapkan jika tidak mau menerima kompensasi negatif yang telah ditentukan. Namun jika para agen penjualan produk asuransi di PT ”X” berhasil mengatasi kesulitan pekerjaan mereka, jenjang karir di PT ”X” cukup menjanjikan.

Para agen penjualan produk asuransi di PT “X” berada pada rentang usia dewasa awal. Usia dewasa awal menurut **Feldman (1996)** dimulai pada usia 20 sampai 40-45 tahun. Pada masa ini, seseorang mulai bekerja secara tetap. Pada saat awal memasuki dunia kerja, seseorang mungkin menghadapi situasi yang belum diantisipasi sama sekali. Saat awal mulai bekerja, individu perlu melakukan penyesuaian diri terhadap pekerjaannya. Dan penyesuaian ini akan

terjadi selama beberapa tahun, bukan hanya di awal saja. Pada masa dewasa awal juga, individu mulai membangun identitas karirnya sampai mantap. Dalam membangun identitas karirnya, bisa terjadi kegagalan dan bisa juga tidak namun prosesnya bertahap. (dalam **Santrock**, 2004) Dalam bekerja sebagai agen penjualan produk asuransi di PT "X" para agen menghadapi situasi-situasi yang tidak diantisipasi sebelumnya, seperti penolakan dari calon nasabah dan jam kerja yang tidak pasti. Namun, jika mereka mampu menyesuaikan diri dan mampu melewati tahapan-tahapan dalam karirnya, mereka akan sampai pada suatu kemantapan identitas karir mereka di bidang asuransi. Menyesuaikan diri di PT "X" salah satunya dengan bertahan menghadapi kesulitan-kesulitan dalam pekerjaannya dan tidak mudah menyerah.

Kemampuan bertahan menghadapi kesulitan-kesulitan dalam pekerjaannya dan tidak mudah menyerah dinamakan *Adversity Quotient* oleh **Paul G. Stoltz**. *Adversity Quotient* adalah seberapa jauh agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung mampu bertahan menghadapi kesulitan dan mengatasi kesulitannya.

*Adversity Quotient* terbentuk dari dimensi-dimensi *Control* (kendali), *Ownership* (tanggung jawab), *Reach* (jangkauan kesulitan), dan *Endure* (daya tahan). *Control* (kendali) berkaitan dengan cara agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung melihat kesulitan yang dihadapinya, dapat mengendalikan kesulitan tersebut atau tidak. *Ownership* (tanggung jawab) berkaitan dengan seberapa besar tanggung jawab yang dimiliki oleh agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung tersebut dan apakah dirinya mau menanggung akibat dari

perbuatannya, akan maju atau mundur dalam menghadapi suatu kesulitan. *Reach* (jangkauan kesulitan) berkaitan dengan seseberapa jauh kesulitan-kesulitan yang ada mempengaruhi bagian lain dari kehidupan agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung tersebut. Dan yang terakhir adalah *Endure* (daya tahan), yaitu persepsi agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung mengenai kesulitan yang terjadi dan persepsi tentang dirinya sendiri dalam menghadapi kesulitan-kesulitan. Dimana persepsinya tersebut akan berpengaruh pada ketahanannya dalam menghadapi kesulitannya.

Setiap aspek *Adversity Quotient* yang dimiliki oleh agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung berkaitan dengan kesulitan yang dihadapi dan kemampuan mereka dalam menghadapi kesulitan tersebut. Kesulitan yang dihadapi oleh agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung berawal dari tugas pekerjaannya, yaitu menjual produk asuransi. Mereka harus mampu menjalin relasi dengan para nasabah ataupun calon nasabah agar dapat menjual produknya. Namun, kesulitan makin berat saat mereka diberi target, mereka harus berusaha keras mencapai target setiap bulannya demi mendapat komisi. Sistem target pun menyebabkan persaingan dengan rekan kerja, karena target dianggap menunjukkan prestasi kerja mereka. Dalam menghadapi kesulitan-kesulitan ini, mereka harus mampu mengendalikannya. Hal ini yang dimaksud dengan *Control* (kendali). Dan karena kesulitan-kesulitan tersebut akan selalu mereka hadapi selama mereka bekerja sebagai agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung, maka mereka memerlukan *Reach* (jangkauan kesulitan) agar kesulitan

yang mereka hadapi tidak mempengaruhi aspek-aspek lain dalam kehidupan mereka di luar pekerjaan.

Para agen penjualan produk asuransi di PT “X” kota Bandung pun perlu memiliki *Ownership* (tanggung jawab) dalam bekerja, terutama bertanggung jawab terhadap para nasabahnya dan pada perusahaan. Bertanggung jawab terhadap nasabah berarti mampu menjalin relasi dengan mereka dan siap membantu jika nasabah mengalami kesulitan, termasuk mendengarkan keluhan nasabah. Tanggung jawab terhadap perusahaan berkaitan dengan prestasi kerja dan memenuhi semua prosedur perusahaan, termasuk jika perlu menagih pembayaran pada nasabah jika diperlukan. Dalam bekerja, ada kalanya para agen penjualan produk asuransi di PT ”X” di kota Bandung mengalami kejenuhan dan kesulitan yang berlangsung lama atau kesulitan yang akan selalu ada, seperti pencapaian target, ditolak nasabah, dan persaingan dengan rekan kerja. Dengan adanya kesulitan yang terus-menerus, para agen penjualan produk asuransi di PT “X” kota Bandung memerlukan *Endure* (daya tahan) untuk mempengaruhi persepsinya mengenai kesulitan yang dihadapi. *Endure* (daya tahan) dapat menyebabkan agen penjualan produk asuransi di PT “X” kota Bandung menganggap kesulitannya akan berlangsung lama atau singkat.

*Adversity Quotient* agen penjualan produk asuransi di PT “X” kota Bandung juga dipengaruhi oleh genetika dan juga proses belajar dan pengalaman. Genetika muncul dalam bentuk kesehatan, kecerdasan, karakter dan bakat yang dimiliki oleh agen penjualan produk asuransi di PT “X” kota Bandung. Sedangkan proses belajar dan pengalaman muncul melalui kinerja, kemauan, pendidikan, dan

keyakinan agen penjualan asuransi di PT “X” kota Bandung. Kinerja, bakat dan kemauan, kecerdasan, kesehatan, dan karakter, serta genetika, pendidikan, dan keyakinan inilah yang merupakan faktor-faktor penting yang mempengaruhi *Adversity Quotient* agen penjualan produk asuransi di PT “X” kota Bandung.

Seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi *Adversity Quotient* ini digambarkan oleh **Paul G. Stoltz** dalam gambar pohon. Pohon ini terdiri atas daun, cabang, batang, dan akar. Daun yaitu kinerja muncul karena menempel pada cabang yaitu bakat dan kemauan. Cabang pohon dipengaruhi oleh batang yaitu kecerdasan, kesehatan, dan karakter. Namun, dasar dari keseluruhan pohon adalah akarnya yaitu genetika, pendidikan, dan keyakinan.

Kinerja merujuk pada diri seseorang yang paling mudah terlihat oleh orang lain dan dapat muncul dalam bentuk hasil kerja. Bakat merupakan keterampilan, kompetensi, pengalaman, dan pengetahuan yang dimiliki seseorang. Sedangkan kemauan disebut pula dengan hasrat menggambarkan motivasi, antusiasme, gairah, dorongan, ambisi, dan semangat. Kecerdasan meliputi tujuh bentuk, yaitu linguistik, kinestetik, spasial, logika matematis, musik, interpersonal, dan intrapersonal. Kesehatan terdiri atas kesehatan emosi dan kesehatan fisik. Sedangkan karakter berkaitan erat dengan moralitas seseorang seperti kejujuran, keadilan, kebaikan, keberanian, dan kedermawanan. Faktor genetika dapat sangat mempengaruhi seseorang dan banyak hasil riset mengatakan bahwa genetika mungkin sangat mempengaruhi perilaku kita. Pendidikan dapat mempengaruhi kecerdasan, pembentukan kebiasaan yang sehat, perkembangan watak, keterampilan, hasrat, dan kinerja yang dihasilkan. Keyakinan akan berpengaruh

penting pada harapan, tindakan, moralitas, kontribusi, dan cara memperlakukan orang lain.

**Paul G. Stoltz** juga menambahkan faktor tanah dalam gambarannya. Tanah adalah gambaran dari *Adversity Quotient* yang dibangun dari empat dimensi, yaitu *Control, Ownership, Reach,* dan *Endure*. Tanah mempengaruhi pertumbuhan suatu pohon. Jika tanahnya subur, maka pohon akan ikut bertumbuh secara baik. Namun sebaliknya, dengan adanya pohon pula dapat membantu menggemburkan tanah. Kinerja, bakat dan kemauan, kecerdasan, kesehatan, dan karakter, serta genetika, pendidikan, dan keyakinan bersama-sama dengan *Control, Ownership, Reach,* dan *Endure* akan saling mempengaruhi dan membentuk perilaku agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung dalam menghadapi kesulitan pekerjaannya. Perbedaan perilaku yang ditampilkan agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung dalam menghadapi kesulitan pekerjaannya ini dapat digunakan untuk menentukan derajat *Adversity Quotient*nya, yaitu rendah, sedang, atau tinggi. Agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung yang memiliki *Adversity Quotient* tinggi disebut dengan *Climber,* sedangkan agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung yang memiliki *Adversity Quotient* sedang disebut dengan *Camper,* dan agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung yang memiliki *Adversity Quotient* rendah disebut dengan *Quitter.*

Mereka dengan tipe *Climber* adalah para agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung yang gigih, ulet, dan tabah. Mereka memiliki keinginan untuk mencapai sesuatu yang lebih tinggi daripada saat ini. *Climber* juga tidak

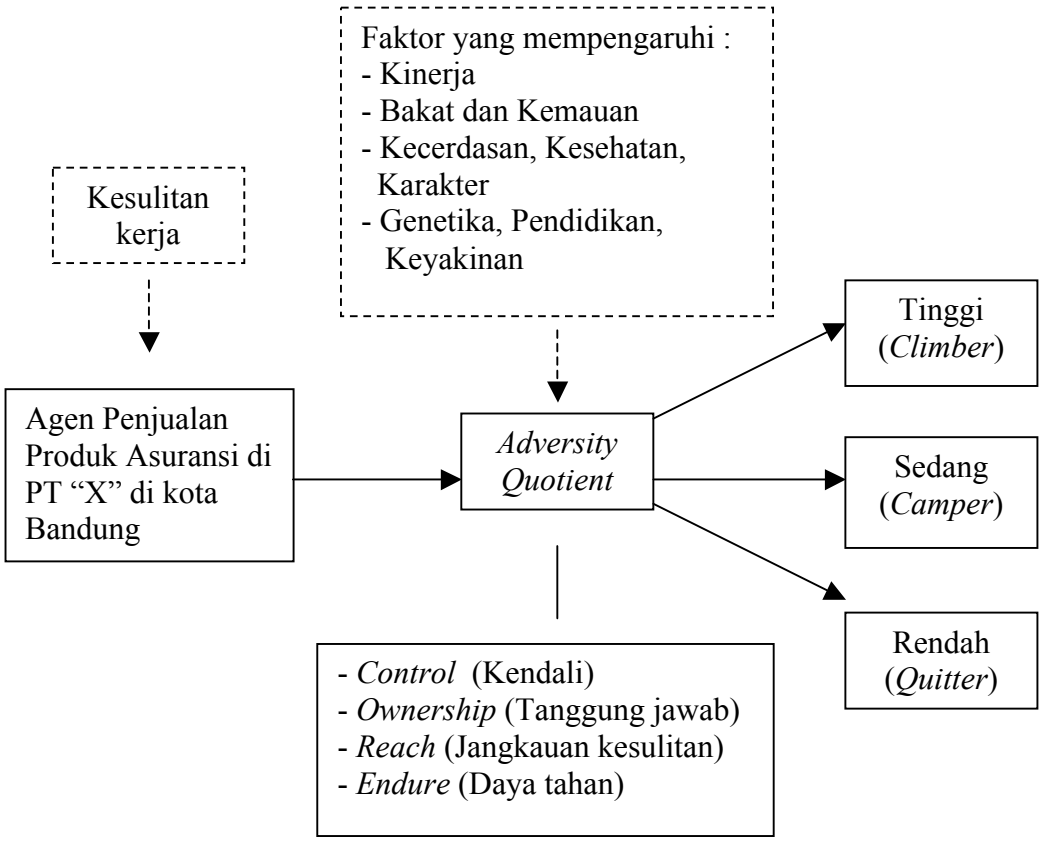
pantang menyerah menghadapi tantangan-tantangan yang dihadapinya. *Climber* pun memiliki kemauan dan kemampuan untuk memimpin kelompok dan selalu ingin mengembangkan dirinya dan kelompoknya sehingga orang dengan tipe *Climber* mampu meraih prestasi sampai ke jenjang yang sangat tinggi. *Climber* memiliki bakat yang mendukungnya dalam bekerja, kecerdasan, pendidikan, dan kesehatan yang baik. Namun *Climber* tidak terlalu mempedulikan hal-hal itu, yang penting bagi *Climber* adalah memiliki kemauan dan keyakinan yang besar karena *Climber* selalu berusaha untuk mencapai sesuatu yang lebih baik sehingga hal itu mempengaruhi kinerja para *Climber* yang baik. *Climber* juga memiliki *Ownership* (tanggung jawab) sehingga dalam menghadapi pekerjaannya, mereka menyadari tanggung jawabnya dan mengerjakan dengan sebaik-baiknya, memiliki *Endure* (daya tahan) yang menyebabkannya dapat bertahan menghadapi kesulitan kerja dan memiliki *Control* (kendali) dan *Reach* (jangakauan kesulitan) sehingga kesulitan yang dihadapinya dapat segera diatasi dan tidak berlarut-larut. Para agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung dengan tipe *Climber* tidak akan mudah putus asa dalam menghadapi kesulitan-kesulitan yang ada. Mereka dengan tipe *Climber* akan terus bekerja sampai akhirnya mencapai sesuatu yang lebih tinggi. Sehingga dalam pencapaian targetnya, mereka dengan tipe ini bekerja bukan saja sekedar mencapai target, namun bekerja dengan sebaik-baiknya. Sehingga tidak jarang agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung dengan tipe ini berhasil untuk merekrut nasabah melebihi target yang telah ditetapkan. Mereka juga bersedia untuk memimpin kelompok dan selalu berusaha untuk mencapai prestasi yang lebih baik lagi.

Para *Camper* adalah orang-orang yang mungkin memiliki kecerdasan, dan kesehatan yang baik serta pendidikan yang tinggi. Mereka juga menunjukkan kinerja yang cukup baik, namun tidak diimbangi dengan keyakinan yang kuat untuk mencapai tingkatan yang lebih tinggi lagi. Para *Camper* telah berhasil menghadapi tantangan-tantangan dalam pekerjaannya, namun mereka mudah puas dengan apa yang dicapainya. Kadang karena bosan, mereka menghentikan usaha untuk mencapai yang lebih baik lagi. Mereka memiliki *Control* (kendali) namun mereka kurang memiliki *Endure* (daya tahan) dan *Reach* (jangkauan kesulitan) sehingga saat merasa bosan atau lelah mereka memutuskan untuk berhenti dan tidak berusaha untuk mencapai yang lebih baik dari sebelumnya, mereka juga mudah puas. Mereka juga kurang memiliki *Ownership* (tanggung jawab) sehingga kadang mereka merasa takut untuk melanjutkan ke jenjang berikutnya karena tidak mau untuk mengemban tanggung jawab yang lebih besar. Dalam pekerjaannya, agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung dengan tipe *Camper* mudah puas dengan prestasi yang telah diraihnya dan tidak memiliki niat yang kuat untuk berusaha meraih prestasi yang lebih lagi. Agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung dengan tipe *Camper* telah berusaha mencapai targetnya dan merasa cukup puas dengan pencapaian targetnya, mereka jadi terbiasa untuk hanya cukup mencapai target dan tidak berusaha untuk melebihi target. Beberapa mungkin mampu melebihi target minimum, namun saat mereka tidak berhasil mencapai prestasi lebih dari minimum pun mereka tetap merasa puas asal target minimumnya sudah terpenuhi. Saat ditawari untuk menjadi pemimpin kelompok *Camper* akan menolak karena merasa sudah cukup

dengan prestasi yang telah dicapainya sebagai agen penjualan produk asuransi seperti saat ini.

Mereka dengan tipe *Quitter* bekerja sekadar untuk mencukupi kebutuhan mereka untuk hidup, yaitu kebutuhan fisiologis. Para *Quitter* menunjukkan kinerja yang buruk serta tidak memiliki kemauan, keyakinan dan karakter yang baik sehingga menyebabkan mereka mudah menyerah. Mereka juga tidak memiliki *Ownership* (tanggung jawab) sehingga kurang bertanggung jawab atas pekerjaannya, tidak memiliki *Endure* (daya tahan) yang menyebabkan mereka tidak dapat bertahan menghadapi kesulitan dalam pekerjaannya, dan juga tidak memiliki *Control* (kendali) dan *Reach* (jangkauan kesulitan) sehingga menyebabkan kesulitan yang dirasakannya terasa berlarut-larut dan tidak dapat diatasi. Hal ini terlihat dari perilaku *Quitter* yang memilih untuk keluar, menghindari kewajiban, mundur, dan berhenti. Mereka juga tidak memiliki bakat yang mendukung pekerjaannya dan tidak didukung dengan kecerdasan yang tinggi sehingga pemahamannya akan produk menjadi kurang dan mempengaruhi kinerjanya. Dalam bekerja, agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung dengan tipe ini akan mudah putus asa dalam menghadapi kesulitan. Saat tidak berhasil dalam mencapai targetnya, ia akan merasa bahwa pekerjaan ini tidaklah cocok baginya dan tidak disukainya. Mungkin ia akan sering berpindah-pindah tempat kerja dan dengan mudahnya keluar dari pekerjaannya dan mencari tempat kerja baru.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan di atas, maka penulis dapat menggambarkannya ke dalam bagan kerangka pikir sebagai berikut :



## 1.6 Asumsi

Berdasarkan uraian pada kerangka pemikiran diatas, maka peneliti merumuskan asumsi sebagai berikut:

1. Agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung memiliki derajat *Adversity Quotient* yang berbeda-beda.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi dan dimensi dari *Adversity Quotient* berhubungan satu sama lain mempengaruhi *Adversity Quotient* agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung.
3. Jika *Control, Ownership, Reach,* dan *Endure* agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung tinggi, maka agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung tersebut termasuk dalam tipe *Climber*.
4. Jika *Control, Ownership, Reach,* dan *Endure* agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung sedang, maka agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung tersebut termasuk dalam tipe *Camper.*
5. Jika *Control, Ownership, Reach,* dan *Endure* agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung rendah, maka agen penjualan produk asuransi di PT "X" kota Bandung tersebut termasuk dalam tipe *Quitter.*