

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini kebutuhan tenaga kerja untuk memasarkan produk asuransi perusahaan semakin tinggi seiring dengan meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap produk perusahaan asuransi. Agen asuransi merupakan salah satu pemegang peranan penting dalam perusahaan yang bergerak di bidang asuransi, selain bertugas untuk memasarkan produk perusahaan, agen asuransi juga memiliki peran untuk mengubah cara pandang dan menyadarkan masyarakat akan pentingnya asuransi dalam kehidupan serta mengurus dan mengatur kebutuhan dalam situasi yang tak terduga. Sistem asuransi dianggap dapat memberikan keuntungan bagi nasabah dalam mengganti kerugian atau kehilangan yang dialami oleh nasabah yang bersangkutan.

Pengertian asuransi dalam UU No. 40 tahun 2014 pasal 1 tentang perasuransian adalah perjanjian antara dua pihak, yaitu perusahaan asuransi dan pemegang polis, yang menjadi dasar penerimaan premi oleh perusahaan asuransi sebagai imbalan untuk memberikan penggantian kepada tertanggung atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita tertanggung atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti atau memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya tertanggung atau pembayaran

yang didasarkan pada hidupnya bertanggung dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan / atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.

Perusahaan yang bergerak pada bidang pelayanan jasa asuransi telah banyak berkembang di kota-kota besar di Indonesia, baik perusahaan dalam negeri maupun luar negeri. Kota Bandung merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang memiliki penduduk dengan mobilitas cukup tinggi. Terdapat beragam perusahaan yang bergerak di bidang asuransi di kota Bandung, salah satunya yaitu perusahaan “Y”. Karyawan yang menjadi bagian dalam perusahaan asuransi “Y” ini turut andil dalam mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan oleh perusahaan, termasuk agen asuransi yang terdapat di dalamnya. Perusahaan asuransi “Y” telah melayani nasabah di Indonesia sejak tahun 1995, dan sejak peluncuran produk asuransi terkait investasi pertamanya di tahun 1999, perusahaan asuransi “Y” telah menjadi pemimpin pasar untuk kategori produk tersebut di Indonesia.

Misi dari perusahaan asuransi “Y” ini adalah menjadi perusahaan ritel asuransi terbaik di Indonesia, melampaui pengharapan para nasabah, tenaga pemasaran, staf, dan pemegang saham dengan memberikan pelayanan sempurna, produk berkualitas, tenaga pemasaran profesional yang berkomitmen tinggi serta menghasilkan pendapatan investasi yang menguntungkan. Perusahaan asuransi “Y” menggunakan sistem *general agency*, yang berarti setiap orang berpeluang untuk memiliki kantor *agency* sendiri. Perusahaan asuransi “Y” memiliki 19 kantor *agency* di Bandung dengan jumlah tim agen yang berbeda-beda pada setiap kantornya. Salah satunya adalah kantor *agency* cabang “X” di kota Bandung, yang memiliki jumlah tim paling banyak dalam satu kantor *agency* dibandingkan dengan cabang lainnya di kota Bandung, yaitu sebanyak 12 tim dengan jumlah agen yang berbeda pada setiap timnya tergantung masing-masing *leader* tim agen. Menurut hasil wawancara peneliti dengan ketua kantor *agency*

cabang “X” di Bandung, kantor *agency* cabang “X” adalah kantor cabang *agency* yang paling sering memenangkan kompetisi antar kantor cabang *agency* yang kerap diselenggarakan oleh perusahaan “Y” baik skala *regional* maupun tingkat nasional.

Perusahaan “Y” memiliki lima tingkatan keagenan yaitu *Agent*, *Senior Agent*, *Unit Manager*, *Senior Unit Manager* dan *Agency Manager*. Setiap para agen asuransi yang berhasil mencapai target dengan omzet yang sesuai, agen akan mengalami kenaikan jenjang karir juga *training* pembekalan pada setiap kenaikan tingkatannya. Setiap agen memiliki tim yang bekerja bersama mereka dan di dalam setiap tim terdapat seorang *leader* tim. Diperlukan sebuah tim bagi para agen di perusahaan “Y” apabila mereka ingin meningkatkan jenjang karir atau promosi jabatan. Tim dibentuk berdasarkan kehendak *leader* tim, biasanya dibentuk dari para agen baru yang direkrut oleh *leader* yang bersangkutan. Pembentukan tim ini didasari oleh sistem organisasi yang dijalankan oleh perusahaan “Y” yaitu kekeluargaan. Peneliti tertarik untuk meneliti tingkatan agen paling bawah yaitu *Agent*, karena pada tingkatan tersebut agen asuransi terjun langsung ke lapangan dan menghadapi serta mengedukasi calon nasabah.

Agan asuransi atau *sales force* sangat berperan dalam pemasaran layanan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi. Pengertian agen asuransi menurut pasal 1 ayat 10 UU No. 2 tahun 1992 adalah seseorang yang kegiatannya memberikan jasa dalam memasarkan produk asuransi untuk dan atas nama perusahaan. Karyawan dalam tingkatan ini, memiliki beberapa tuntutan pekerjaan yang harus dipenuhi, antara lain yaitu melakukan edukasi pada masyarakat agar lebih memahami makna dari asuransi, mencari nasabah dan mengajaknya untuk bergabung dengan perusahaan, melayani dan memberikan *follow-up* kepada nasabah selama nasabah yang bersangkutan selama masih menjadi bagian dari perusahaan, agen juga harus berusaha

meningkatkan manfaat hidup nasabah dengan produk yang dimiliki oleh perusahaan. Hal ini dapat bermanfaat bagi agen asuransi sebagai sarana pengembangan jenjang karir mereka.

Perusahaan “Y” memiliki suatu target dalam kurun waktu satu periode. Lamanya satu periode adalah satu tahun. Para agen memiliki sistem kerja kontrak selama satu periode dengan gaji berupa komisi. Ketika agen asuransi gagal memenuhi target yang telah ditetapkan oleh perusahaan, maka tindakan yang dilakukan oleh perusahaan ialah pemutusan kontrak kerja terhadap agen yang bersangkutan. Target yang ditetapkan oleh perusahaan “Y” untuk para agen yaitu minimal enam nasabah per satu periode kontrak kerja dengan jenis asuransi apa saja.

Para agen asuransi kantor cabang “X” di perusahaan “Y” merasa cukup adil dengan adanya kebijakan semacam ini, karena bagi mereka komisi yang mereka terima senilai dengan kinerja mereka dan menjadi kelebihan tersendiri bagi para agen. Misalnya, ketika seorang agen berhasil mencapai kinerja secara optimal dan mencapai target yang telah ditetapkan, maka ia akan mendapatkan *reward* sesuai dengan omzet yang didupatkannya selama satu tahun kontrak kerja, *reward* yang dimaksud berupa kenaikan jenjang karir atau berlibur, baik di dalam maupun ke luar negeri. Omzet tersebut didapatkan dari hasil penjumlahan premi yang dibayarkan oleh nasabah yang direkrut oleh agen yang bersangkutan.

Selain pemberian *reward* berdasarkan hasil kinerja dan pencapaian target, para agen asuransi juga memiliki keuntungan lainnya yaitu jam kerja yang fleksibel. Cara kerjanya yang *mobile* memungkinkan para agen asuransi untuk tidak terikat pada jam kerja yang kaku, misalnya membuat janji pertemuan dengan nasabah atau calon nasabah yang akan direkrut di luar kantor atau berkunjung ke tempat tinggal nasabah. Berdasarkan jam kerja yang fleksibel ini,

pekerjaan agen asuransi banyak diminati oleh ibu rumah tangga dan sumber penghasilan tambahan bagi para pekerja kantoran bahkan sampai mahasiswa.

Sistem organisasi kekeluargaan yang dijalankan dalam perusahaan “Y” juga memberikan keuntungan bagi para agen asuransi untuk dapat mendorong mereka dalam peningkatan jenjang karir melalui pembentukan sebuah tim. Para agen merasa lingkungan kerja mereka bersahabat dan mendukung mereka untuk terus mengembangkan jenjang karir dalam pekerjaan. Berdasarkan keuntungan tersebut, sebagian besar para agen asuransi mengatakan bahwa mereka menikmati pekerjaannya sebagai agen.

Meskipun demikian, tugas sebagai agen asuransi juga memiliki berbagai kesulitan dan hambatan dalam pekerjaannya, misalnya mereka dituntut untuk memiliki kemampuan dalam meyakinkan calon nasabah agar bersedia menggunakan produk yang ditawarkan. Kesulitan pertama yaitu bersaing dengan agen asuransi yang lainnya. Saat ini di Indonesia ada sekitar 50 perusahaan asuransi jiwa yang terdaftar menjadi anggota Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI, 2013). Para agen asuransi harus mampu bersaing dengan para agen asuransi lainnya baik yang berasal dari perusahaan asuransi yang sama ataupun berasal dari perusahaan asuransi yang lainnya untuk menawarkan produk pada nasabah. Kepercayaan nasabah bersifat rapuh, apalagi kini bisnis asuransi kian kompetitif, baik dari dalam maupun luar negeri.

Kesulitan kedua bagi agen asuransi dalam menjalankan tugasnya adalah menyadarkan pentingnya asuransi kepada para calon nasabah sebagai suatu hal yang dapat memproteksi jiwa serta dapat menunjang kehidupan mereka. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah seorang *leader* tim agen asuransi kantor cabang “X” di perusahaan “Y”, hal ini disebabkan kurangnya kesadaran masyarakat terhadap hal-hal yang dapat membahayakan jiwa di sekitarnya

dan pentingnya membuat tunjangan kehidupan yang stabil. Masyarakat juga cenderung kurang memerhatikan perihal asuransi kesehatan dan jiwa yang sangat penting bagi kelangsungan hidup mereka. Dari laporan hasil kinerja AAJI Semester Pertama 2014, penduduk Indonesia yang terlindungi dengan asuransi jiwa tidak lebih dari 5% dari jumlah penduduk. Selain itu, rasio premi asuransi jiwa terhadap produk domestik bruto (PDB) di Indonesia hanya sebesar 1,6%, padahal diperkirakan pada 2020, jumlah penduduk kelas menengah di Indonesia mencapai 141 juta jiwa. (*Info Agen, 2014, Kurang dari Lima Persen Penduduk Indonesia yang Terproteksi, www.agenasuransi.web.id*)

Saat ini, pandangan masyarakat terhadap agen asuransi terbilang cukup positif. Masyarakat mulai menyadari pentingnya asuransi bagi kelangsungan hidup mereka. Banyak dari masyarakat bergabung dengan asuransi berkat edukasi dari para agen yang cukup aktif dalam menyadarkan mereka. Namun, tak jarang pula para nasabah menyampaikan keluhan terhadap agen asuransi yang merekrut mereka untuk bergabung dalam asuransi. Keluhan yang terjadi adalah akibat para nasabah ditelantarkan oleh agen mereka. Salah satu tugas seorang agen asuransi yaitu mengurus segala hal yang bersangkutan dengan asuransi nasabah, seperti premi atau polis, tapi tak jarang agen meninggalkan nasabah mereka. Nasabah yang ditelantarkan oleh agen mereka merasa dirugikan oleh perlakuan yang kurang adil dari pihak agen asuransi. (*Eric, Mau Asuransi, 2016, Jeritan Hati Nasabah Asuransi & Agen Asuransi (Bagian 1: Permasalahan), www.mauasuransi.com*)

Hambatan dan kesulitan yang dialami oleh agen asuransi dalam pekerjaannya membuat para agen harus membentuk pola pikir yang cenderung pantang menyerah dan tidak mudah putus asa. Selain daya juang dan daya tahan, pola pikir individu juga didorong oleh caranya memandang sebuah situasi, baik itu situasi buruk maupun situasi baik. Hal tersebut membuat

para agen membentuk cara berpikir yang positif dalam menghadapi suatu situasi, karena caranya memandang suatu situasi akan membantunya dalam menghadapi hambatan dan kegagalan yang ia alami dalam pekerjaannya.

Seligman (1990) mengatakan bahwa optimisme dibutuhkan untuk pekerjaan yang seringkali menghadapi penolakan atau kegagalan, seperti pekerjaan agen asuransi. Optimisme dan pesimisme pada agen asuransi dalam melakukan tugas dan tanggung jawab pekerjaannya dapat ditinjau dari *explanatory style* mereka. Menurut Seligman (1990), *explanatory style* merupakan cara berpikir seseorang dalam memandang suatu situasi, baik dalam situasi yang baik maupun situasi yang buruk. *Explanatory style* mencakup tiga dimensi, yaitu *Permanence (Pm)*, *Pervasiveness (Pv)* dan *Personalization (Ps)*. Ketiga dimensi ini memiliki pengaruh terhadap cara para agen asuransi dalam memandang kegagalan serta keberhasilan yang mereka alami dalam situasi yang dihadapi pekerjaannya.

Berdasarkan hasil *survey* awal yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap 10 agen asuransi di kantor cabang “X” dalam menghadapi situasi buruk dan kegagalan yang dialami oleh agen asuransi, dilihat dari cara agen asuransi memandang kurun waktu lamanya situasi tersebut, sebanyak 50% responden mengatakan bahwa situasi buruk yang mereka alami bersifat sementara. Mereka cenderung tidak mengambil pusing terhadap setiap situasi buruk yang menimpa mereka, bahkan mereka menganggap bahwa hal tersebut adalah sebuah pelajaran dan merupakan sarana untuk memotivasi diri agar bekerja lebih giat. Sementara 50% responden lainnya mengatakan bahwa situasi yang mereka alami bersifat menetap, seringkali situasi buruk seperti penolakan yang tidak ramah dari calon nasabah membuat semangat kerja mereka menjadi menurun sehingga kinerja mereka menjadi kurang optimal.

Dilihat dari cara agen asuransi memandang ruang lingkup dari situasi buruk yang mereka alami, dari hasil *survey* awal yang dilakukan oleh peneliti terhadap 10 orang agen asuransi kantor cabang “X”, sebanyak 60% responden memandang penyebab situasi buruk yang mereka alami bersifat spesifik. Misalnya ketika mereka menghadapi kendala seperti penolakan dari calon nasabah, mereka menganggap bahwa nasabah memiliki kepercayaan dan ketertarikan yang berbeda-beda pada saat penyampaian materi yang mereka lakukan pada calon nasabah. Sementara sebanyak 40% responden memandang penyebab situasi buruk yang mereka alami bersifat *universal* dan terjadi dalam segala situasi ruang lingkup pekerjaannya karena menganggap bahwa ketika mereka ditolak dengan kurang ramah oleh calon nasabah hal tersebut membuat mereka merasa terpuruk dan memengaruhi mereka dalam mengerjakan pekerjaan lainnya sebagai agen asuransi sehingga mereka gagal dalam mencapai target yang telah ditetapkan.

Dilihat dari cara agen asuransi memandang penyebab dari situasi buruk, berdasarkan hasil *survey* awal yang dilakukan oleh peneliti terhadap 10 orang agen asuransi kantor cabang “X”, 50% responden menganggap bahwa penyebabnya bersifat eksternal atau dari luar dirinya, misalnya penolakan dari calon nasabah terjadi karena kurangnya pengetahuan nasabah mengenai asuransi yang ditawarkan atau calon nasabah memiliki pengalaman buruk terhadap agen asuransi sebelumnya. Sementara 50% responden lainnya menganggap penyebabnya bersifat internal atau dari dirinya sendiri, misalnya dikarenakan kurangnya pengalaman dan kurangnya pemahaman mereka terhadap materi mengenai produk yang ditawarkan kepada para calon nasabah dan merasa malas untuk menjalankan tugasnya sebagai agen asuransi.

Peneliti melakukan wawancara dengan salah seorang *leader* tim di perusahaan “Y” kantor cabang “X” mengenai penghayatan para agen asuransi di perusahaan tersebut. Beliau



mengatakan bahwa pada saat para agen mengalami kendala, seperti penolakan dari nasabah atau kurangnya minat masyarakat terhadap pentingnya asuransi bagi kehidupan, biasanya mereka tidak menganggap hal-hal tersebut sebagai penghambat mereka dalam melakukan pekerjaannya. Kebanyakan dari mereka tidak akan ambil pusing dengan kejadian tersebut dan tidak akan memengaruhi kinerja mereka untuk bekerja secara optimal. Seringkali hal tersebut dapat menjadi tambahan motivasi bagi rata-rata mereka untuk bekerja lebih giat. Walaupun tidak sedikit pula agen yang masih terpengaruh oleh kendala-kendala seperti perasaan terpuruk ketika ditolak oleh nasabah dengan ketus atau kurang ramah, hal tersebut memicu turunnya semangat kerja agen asuransi dalam pencapaian target perusahaan untuk mendapatkan nasabah.

Seligman (1990) memperkirakan bahwa 90% individu yang memiliki cara berpikir optimis mampu memecahkan masalah-masalah yang ia hadapi dalam kehidupannya. Keuntungan individu yang memiliki *explanatory style* optimistik antara lain dapat lebih terhindar dari depresi dan stress, dapat lebih mencapai tujuan hidupnya dan meningkatkan bakat yang ada dalam dirinya, serta individu dapat memiliki kesehatan yang lebih baik, secara mental maupun fisik. Karena itu, penting bagi agen asuransi untuk memiliki *explanatory style* optimistik agar dapat mengoptimalkan kinerjanya sebagai agen.

Namun, hasil *survey* ini belum dapat menggambarkan *explanatory style* pada keseluruhan agen asuransi kantor cabang “X” di perusahaan “Y” Bandung. Berdasarkan fenomena yang telah di paparkan diatas, terdapat perbedaan cara berpikir pada agen-agen perusahaan asuransi kantor cabang “X” di perusahaan “Y” Bandung. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai *explanatory style* pada agen asuransi di kantor cabang “X” di perusahaan “Y” Bandung.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Dari penelitian ini ingin diketahui mengenai gambaran *explanatory style* pada agen asuransi di kantor cabang “X” perusahaan “Y ” Bandung.

## 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

### 1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran mengenai tipe *explanatory style* yang dimiliki oleh agen asuransi di kantor cabang “X” perusahaan “Y” Bandung.

### 1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran mengenai tipe *explanatory style* yang dimiliki oleh agen asuransi di kantor cabang “X” perusahaan “Y” Bandung dari dimensi-dimensinya yaitu *Permanence*, *Pervasiveness* dan *Personalization*.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

### 1.4.1 Kegunaan Teoretis

- 1) Sebagai tambahan informasi di bidang ilmu Psikologi Industri dan Organisasi mengenai *explanatory style* dalam pekerjaan.
- 2) Memberikan masukan bagi peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai *explanatory style*.

#### 1.4.2 Kegunaan Praktis

- 1) Sebagai bahan pertimbangan yang diberikan kepada *leader* tim agen asuransi kantor cabang “X” perusahaan “Y” Bandung mengenai gambaran *explanatory style* pada agen asuransi agar dapat membantu untuk meningkatkan optimisme agen asuransi dalam bekerja.
- 2) Memberikan informasi kepada pihak HRD kantor cabang “X” perusahaan “Y” Bandung mengenai gambaran *explanatory style* pada agen asuransi agar melakukan upaya untuk meningkatkan kemampuan agen asuransi yang pesimis dalam melakukan pekerjaan.
- 3) Sebagai informasi bagi kelompok agen asuransi yang memiliki cara berpikir pesimis, agar dapat mengoptimalkan kinerja dengan mengubah cara berpikirnya ketika menghadapi situasi yang baik maupun situasi yang buruk.

#### 1.5 Kerangka Pemikiran

Agen asuransi merupakan tingkatan karyawan yang berperan sebagai roda penggerak dalam perusahaan bidang pelayanan jasa asuransi. Mereka adalah individu yang terjun langsung ke lapangan untuk berhadapan dengan nasabah dan para calon nasabah, merekrut dan mengedukasi masyarakat akan pentingnya asuransi bagi kelangsungan kehidupan di masa depan, serta mengurus premi dan polis nasabah sesuai dengan kepentingan masing-masing nasabahnya. Agen asuransi sendiri memiliki beberapa keuntungan dalam menjalani pekerjaan, seperti komisi yang diterima sesuai dengan hasil kinerja dan pencapaian target, *reward* yang diberikan oleh perusahaan ketika mereka menghasilkan kinerja yang optimal, memiliki jam kerja yang fleksibel

di luar jam kantor yang kaku, dan lingkungan pekerjaan yang kekeluargaan dan mendukung dalam pengembangan jenjang karir mereka.

Keuntungan yang dirasakan oleh para agen asuransi tak terlepas dari kesulitan-kesulitan yang dialaminya pula dalam menjalankan tugas dan perannya dalam pekerjaan. Persaingan yang ketat antar agen asuransi baik dalam perusahaan yang sama maupun dengan agen asuransi perusahaan lainnya, penolakan yang tidak menyenangkan dari calon nasabah, kegagalan dalam melakukan penawaran produk, kesulitan dalam mengurus dan melayani keinginan nasabah, pandangan negatif dan kurangnya edukasi masyarakat terhadap asuransi, merupakan kesulitan-kesulitan yang sering dialami oleh agen asuransi dalam menjalankan pekerjaannya sebagai agen.

Kendala yang dialami oleh para agen asuransi dapat menimbulkan dampak pada kondisi psikologis agen yang bersangkutan. Misalnya, ketika agen ditolak secara kasar oleh calon nasabah yang akan direkrut, tidak jarang agen merasa *down* dan tidak percaya diri untuk kembali merekrut calon nasabah. Kebanyakan agen asuransi berada pada tahap perkembangan dewasa awal, sehingga tidak selalu mudah untuk membentuk pola pemikiran yang positif ketika mereka menghadapi suatu kegagalan. Pada tahap dewasa awal, individu cenderung merasa kegagalan yang terjadi dalam hidupnya merupakan suatu krisis terhadap produktivitas kerjanya, oleh karena itu penting bagi individu untuk memiliki cara pikir yang optimis dalam menghadapi kegagalan, terutama dalam pekerjaan (Santrock, 2002)

Individu yang terjun dalam pekerjaan yang memiliki resiko tinggi akan mengalami penolakan atau kegagalan seperti agen asuransi membutuhkan kebiasaan cara berpikir optimis yang dapat membantunya ketika menghadapi dan menjelaskan kepada dirinya sendiri situasi buruk atau kegagalan yang dialaminya. Cara berpikir optimis akan sangat membantunya dalam

pekerjaan serta dapat menurunkan rasa ketidakberdayaan agen asuransi dalam menghadapi dan menjelaskan situasi buruk atau kegagalan yang dialaminya bahkan ketika peristiwa tersebut terjadi berkali-kali. Bagaimana cara berpikir individu dalam bekerja dan menjelaskan mengenai baik dan buruknya situasi yang dihadapi disebut dengan *explanatory style* (Seligman, 1990).

Agen asuransi dipersiapkan oleh perusahaan yang bersangkutan sebelum terjun langsung ke lapangan, misalnya dengan beberapa seminar pembekalan maupun *training* dari perusahaan. Sehingga ketika menjalankan pekerjaannya, agen asuransi diharapkan memiliki cara berpikir yang optimis dalam menghadapi suatu situasi, apakah itu situasi baik atau situasi buruk. Hal tersebut menunjukkan bahwa optimisme yang dimiliki oleh agen asuransi dapat dibentuk melalui pelatihan, yang diharapkan dapat merubah cara pandang agen asuransi dalam menghadapi berbagai situasi yang ia alami dalam pekerjaannya.

Menurut Seligman (1990), terdapat tiga dimensi dalam *explanatory style*, yaitu *permanence*, *pervasiveness*, dan *personalization*. Seligman membagi cara individu dalam memandang suatu situasi yang dialami, yaitu situasi baik (*good situation*) dan situasi buruk (*bad situation*). Setiap dimensi memiliki keterkaitan terhadap situasi yang dihadapi oleh individu yang bersangkutan. Cara agen asuransi dalam memandang situasi yang dihadapinya dalam pekerjaan, situasi baik maupun situasi buruk, akan memengaruhi cara berpikir yang dimiliki oleh agen asuransi apakah ia memiliki cara berpikir optimis atau pesimis dalam menjalani pekerjaannya sebagai agen asuransi.

Dimensi *permanence* (*permanent vs temporary*) menunjukkan waktu, apakah situasi baik atau buruk tersebut akan menetap (*permanent*) atau hanya sementara (*temporary*). Ketika individu memikirkan suatu hal dengan menggunakan kata “selalu” atau “tidak pernah” dan

bersifat menetap, maka individu tersebut memiliki *permanent*, atau *pessimistic style*. Namun, ketika individu berpikir menggunakan kata “sewaktu-waktu” dan “belakangan ini”, jika individu menggunakan kualifikasi tersebut dan menyalahkan situasi buruk pada kondisi sementara, maka ia memiliki optimisme (Seligman, 1990).

Sebagai contoh, agen asuransi yang berpikir secara optimis, akan memandang situasi yang buruk berlangsung sementara, misalnya ketika ia mengalami penolakan dari calon nasabah, ia berpikir bahwa situasi tersebut hanya terjadi saat itu saja sehingga ia tidak akan merasa takut ketika menawarkan program asuransi kepada calon nasabah yang lain dan akan tetap bekerja sesuai dengan prosedurnya. Saat ia menghadapi situasi yang baik, ia berpikir hal tersebut akan berlangsung menetap, misalnya ketika ia berhasil mengajak calon nasabah untuk mengikuti program asuransi yang ditawarkan, ia berpikir bahwa situasi tersebut akan selalu terjadi saat ia menawarkan kepada calon nasabah lain sehingga agen tersebut memiliki semangat sebelum bertemu dengan calon nasabah.

Sementara agen asuransi yang pesimis akan memandang situasi buruk yang terjadi berlangsung secara menetap. Ketika ia gagal menawarkan produk asuransi kepada calon nasabah, ia akan berpikir bahwa keadaan tersebut akan selalu terjadi, sehingga ia merasa ketakutan dan tertekan saat akan menghadapi calon nasabah yang berikutnya dan menyebabkan kinerja yang tidak optimal. Agen asuransi yang pesimis akan memandang situasi baik yang terjadi pada dirinya hanya sebagai suatu kebetulan saja.

Dimensi *pervasiveness (specific vs universal)* menunjukkan ruang lingkup dari sebuah situasi, dibagi menjadi ruang lingkup khusus (*specific*) dan ruang lingkup menyeluruh (*universal*). Agen asuransi yang memiliki cara berpikir dan menjelaskan situasi yang optimis

akan melihat situasi yang buruk secara spesifik, misalnya ketika ia gagal mengajak calon nasabah dalam program asuransi yang ditawarkan, ia akan memandang hal itu bukan merupakan kesalahannya atau kinerjanya yang kurang optimal, ia berpikir bahwa calon nasabah hanya kurang memahami maksud dari produk asuransi yang ia tawarkan. Agen yang memiliki cara pikir optimis juga percaya bahwa tidak semua calon nasabah yang ia temui akan menolaknya dan ia tidak akan gagal lagi dalam merekrut nasabah sehingga penolakan tersebut tidak akan memengaruhi kinerjanya sebagai agen.

Agen yang pesimis akan melihat situasi yang buruk secara menyeluruh, contohnya ketika agen tersebut mengalami penolakan dari calon nasabah, ia akan melihat hal itu secara menyeluruh sehingga ia berpikir bahwa semua calon nasabah akan menolaknya juga dengan cara yang serupa. Ia akan tenggelam dalam ketidakberdayaan dan kehilangan semangat untuk bekerja dan memiliki pencapaian target yang kurang optimal.

Dalam *personalization (internalize vs externalize)* menunjukkan pada siapa penyebab dari situasi itu, diri sendiri (*internalize*) atau lingkungan (*externalize*). Agen asuransi yang memiliki cara berpikir yang optimis akan melihat situasi yang buruk dan menjelaskan bahwa itu tidak berasal dari dalam dirinya. Misalnya, ketika ia gagal mengajak calon nasabah untuk mengikuti program yang ditawarkan ia akan berpikiran bahwa hal tersebut bukan merupakan kesalahannya yang kurang kompeten dalam merekrut nasabah dan cenderung tidak akan menyalahkan dirinya saat kegagalan tersebut terjadi. Agen asuransi yang pesimis akan memiliki pemikiran dan menjelaskan bahwa situasi yang buruk berasal dari dalam dirinya, contohnya ketika ia menerima penolakan dari calon nasabah, ia akan berpikir hal tersebut berasal dari dalam dirinya yang kurang mampu dalam menghadapi calon nasabah, sehingga ia cenderung menyalahkan dirinya sendiri dan tenggelam dalam ketidakberdayaan.

Optimisme yang dimiliki oleh para agen asuransi mampu mengarahkan perilaku untuk mempersiapkan diri ketika menghadapi situasi yang akan terjadi di masa mendatang. Optimisme juga akan membawa individu menjadi lebih realistis untuk melihat suatu situasi, juga dapat membantu dalam menghadapi keadaan sulit dalam kehidupan serta mampu melakukan pekerjaannya secara lebih optimal. Kebiasaan berpikir dalam menghadapi suatu situasi baik maupun dalam situasi buruk (*explanatory style*) berkembang sejak masa anak-anak dan remaja, kebiasaan ini akan menetap seumur hidup. Terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi *explanatory style* seseorang selama hidup mereka (Seligman, 1990).

Faktor pertama yaitu *mother's explanatory style*, ibu merupakan *significant person* bagi individu terutama pada saat masih anak-anak. Berdasarkan penelitian Seligman (1990), dapat terlihat bahwa individu yang memiliki cara berpikir dan bagaimana ia menjelaskan situasi baik maupun situasi buruk yang berlangsung pada kehidupannya bisa diperoleh dari faktor genetik secara tidak langsung. Derajat optimisme pada ibu dan anak tidak berbeda jauh. Hal ini disebabkan karena anak-anak cenderung akan melakukan *modeling* terhadap orang tua mereka dalam memandang penyebab suatu situasi yang mereka alami, terutama ibu. Jika agen asuransi diasuh oleh *significant person* yang memiliki *explanatory style* pesimistik, maka ia juga cenderung memiliki *explanatory style* pesimistik dan begitu pula sebaliknya.

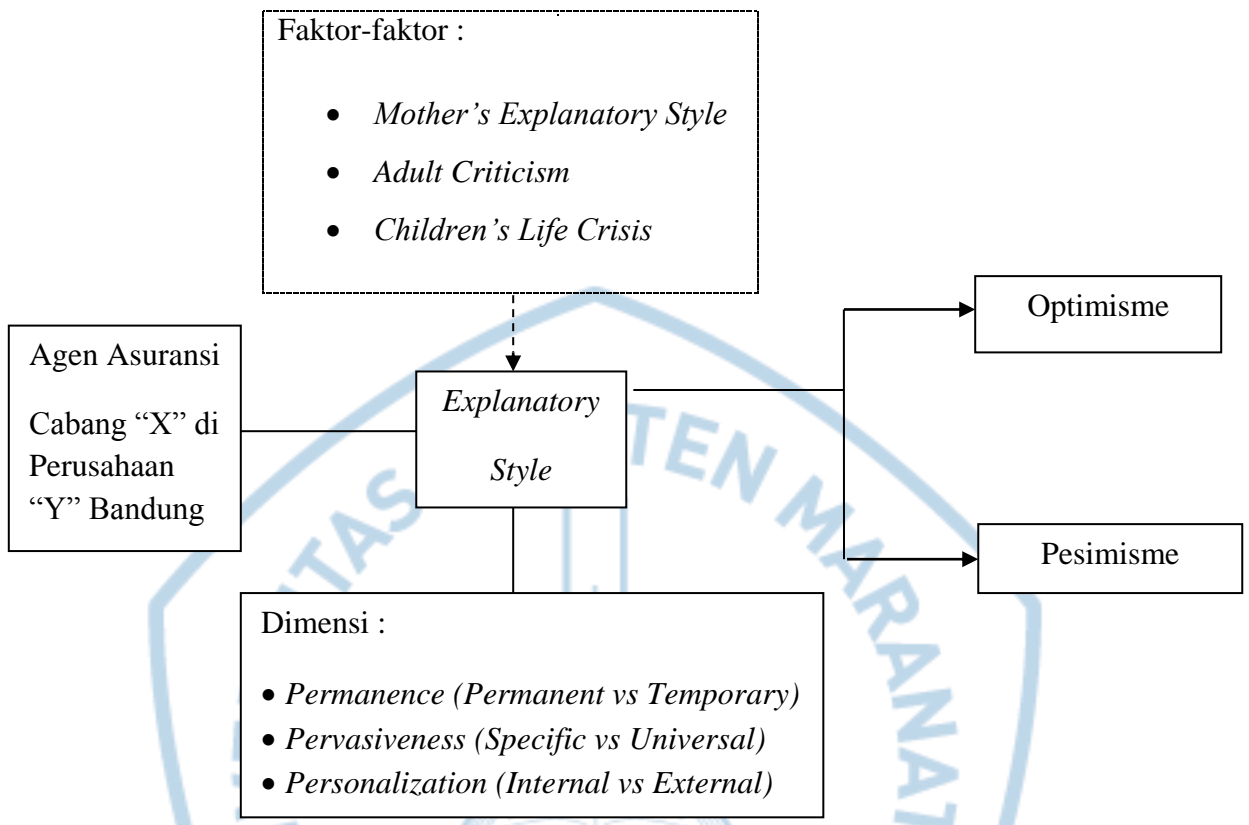
Faktor kedua yaitu kritik dari orang dewasa sekitar (*adult criticism*) juga dapat memengaruhi *explanatory style* pada agen asuransi. Semasa kecil, anak memercayai kritik yang ia dengar dari orang yang lebih tua ketika menjelaskan kegagalan yang terjadi pada dirinya dan hal tersebut dapat memengaruhi pembentukan *explanatory style* mereka. Ketika kritik yang didengar bersifat temporer dan spesifik (dimensi *permanence* dan *pervasiveness*), maka mereka akan percaya bahwa kegagalan yang dialami dapat diperbaiki dan tidak menyebar pada aspek



lain dalam kehidupan pekerjaannya. Agen asuransi yang terbiasa diberikan kritik yang membangun oleh atasan atau orang-orang sekitarnya cenderung akan memiliki cara pikir yang optimis dibandingkan dengan agen asuransi yang hanya disalahkan oleh atasannya atau orang-orang sekitarnya atas kegagalan yang dialaminya.

Faktor ketiga yaitu pengalaman traumatik masa kanak-kanak (*children's life crises*) juga memiliki pengaruh pada *explanatory style* yang dimiliki oleh agen asuransi. Anak yang mengalami peristiwa krisis dalam hidupnya dan berhasil melewatinya akan percaya bahwa keadaan buruk yang dialaminya hanya sementara dan dapat diubah (dimensi *permanence* dan *pervasiveness*). Sedangkan anak yang tetap merasakan dampak dari krisis tersebut setelah krisis berlalu dan tidak dapat mengatasinya, akan membentuk pola dalam dirinya bahwa keadaan buruk yang terjadi tidak dapat diperbaiki dan akan terus menetap. Agen asuransi yang pernah mengalami trauma tertentu pada masa kanak-kanak atau remaja akan mengembangkan *explanatory style* yang pesimis dibandingkan dengan agen asuransi yang tidak memiliki trauma, hal ini akan memengaruhi caranya menjelaskan pada diri sendiri akan keadaan yang berlangsung dan cara berpikir mereka saat melakukan pekerjaan sebagai agen asuransi. Perceraian orang tua juga dapat membawa individu pada resiko besar dalam mengembangkan *explanatory style* yang pesimis (Seligman, 1990).

Maka, secara skematik kerangka pemikirannya dapat digambarkan sebagai berikut :



Bagan 1.1 Bagan Kerangka Pikir

**1.6 Asumsi Penelitian**

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat ditarik asumsi sebagai berikut :

- Optimisme dan pesimisme pada agen asuransi cabang "X" di perusahaan "Y" Bandung dalam melakukan pekerjaannya dapat ditinjau dari *explanatory style* mereka.
- *Explanatory style* pada agen asuransi cabang "X" di perusahaan "Y" Bandung dapat terlihat dalam tiga dimensi, yaitu dimensi *permanence*, dimensi *pervasiveness*, dan

dimensi *personalization* ketika menghadapi suatu situasi, baik dalam situasi baik maupun situasi buruk.

- Penghayatan yang berbeda pada setiap agen asuransi terhadap *mother's explanatory style*, *adult criticism* dan *children's life crises* dapat memengaruhi pembentukan *explanatory style* mereka.
- Untuk melakukan pekerjaan yang memiliki banyak tekanan dan resiko kegagalan seperti agen asuransi kantor cabang "X" di perusahaan "Y" Bandung, dibutuhkan optimisme.

