

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Masalah

Memasuki era globalisasi, pertumbuhan ekonomi khususnya di Indonesia maju dengan pesat. Hal ini ditandai dengan banyak berdirinya perusahaan-perusahaan baru baik perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi maupun jasa (**Harian Umum Sore Sinar Harapan, 2003**). Salah satu perusahaan jasa yang sedang berkembang di Indonesia adalah perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang asuransi (**Kompas, 2004**).

Perusahaan asuransi merupakan perusahaan jasa yang didirikan untuk membantu seseorang dalam menginvestasikan uangnya dalam bentuk polis atau yang diperuntukan membantu seseorang dalam pelimpahan resiko yang dialaminya dengan perjanjian yang telah disepakati antara orang tersebut dengan perusahaan asuransi (**Basic Agency Course, 2006**). Asuransi merupakan pertanggung jawaban atau perjanjian antara dua pihak, pihak yang satu akan memberikan uang kepada pihak lain sebagai penggantirugian terhadap suatu hal (misalnya kebakaran, kecelakaan) yang berlaku sesuai dengan perjanjian dan pihak yang lain akan membayar iuran pertanggung jawaban tersebut (**Kamus umum Bahasa Indonesia, 1976**).

Salah satu contoh perusahaan asuransi swasta yang sedang berkembang pesat di Indonesia adalah PT. X. PT. X merupakan sebuah perusahaan asuransi yang cukup

besar di Indonesia. Salah satu cabangnya didirikan di kota Bandung. Di kota Bandung, PT. X ini memiliki empat kantor cabang dan memiliki sekitar 25 sales asuransi di setiap kantornya. Jumlah keseluruhan sales asuransi yang dimiliki oleh PT. X ini sekitar 100 orang. PT.X memiliki visi untuk menjadi pemimpin di pasar, merupakan perusahaan dengan manajemen terbaik dan layak untuk dipilih oleh konsumen serta menjadi rekan bisnis dan karyawan di industri asuransi jiwa Indonesia. Misinya adalah menyediakan produk-produk dengan mutu terbaik, memberikan pelayan inovatif dan penuh perhatian serta menyediakan proteksi terbaik untuk *"A Better Tomorrow"*. *For A Better Tomorrow* adalah slogan dari PT. X ini.

PT.X memiliki target untuk mencapai visi dan misinya pada awal tahun 2005 namun sampai saat ini target tersebut belum mampu dicapai oleh PT.X. PT.X selalu berupaya untuk memenuhi visi dan misinya tersebut. Cara yang digunakannya adalah dengan cara memperoleh kepercayaan dari calon nasabah serta berusaha untuk mengenalkan asuransi yang dimilikinya dengan tujuan untuk menarik calon nasabah sebanyak mungkin agar mau mengikuti asuransi. Oleh karena itu, PT.X memerlukan sarana untuk melakukan pendekatan tersebut. Sarana tersebut adalah dengan menggunakan jasa seorang sales asuransi.

Sales merupakan satuan yang tidak terlepas dari citra diri perusahaan, sales yang berkualitas memiliki keterampilan dalam menjual serta memiliki citra diri yang baik karena, citra diri seorang sales berkaitan dengan citra diri perusahaan (**Mindiarto Djugorahardjo. MBA, 2004**). Sales dalam PT.X berfungsi sebagai

‘motor penggerak’ yang digunakan untuk mengenalkan produk-produk serta berusaha untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk tersebut.

Melihat pesatnya perkembangan perusahaan asuransi yang sejenis, maka persaingan antara perusahaan asuransi yang satu dengan yang lain semakin ketat. Oleh karena itu, keberhasilan dan kinerja yang baik dari seorang sales akan sangat berpengaruh terhadap kemajuan dan keuntungan yang didapat oleh perusahaan. Untuk mencapai itu semua, maka diperlukan sales yang memiliki kemampuan dan keterampilan kerja yang baik.

Sales asuransi PT.X rata-rata berada pada masa dewasa awal (20-40 tahun) dan dewasa tengah (41-60 tahun). Sesuai dengan salah satu tugas perkembangannya, masa ini merupakan masa seseorang bekerja dan mandiri dalam hal ekonomi (**Kenneth Kenniston, 1970**). Sales asuransi dalam bekerja, harus dapat menyesuaikan diri dengan tugas dan tuntutan pekerjaannya. Tugas seorang sales dalam PT.X ini cukup banyak dan dirasa tidak mudah. Seorang sales harus menentukan *name list*, kemudian sales asuransi harus memilih nasabah yang memiliki prospek yang baik dan tidak. Hal ini dinamakan *prospecting*. Setelah itu seorang sales asuransi harus berusaha membuat janji bertemu dengan nasabah tersebut untuk mempresentasikan produk asuransi yang ingin ditawarkan. Ini dinamakan *approaching*. Sales asuransi akan bertemu dengan nasabah kemudian akan menggali data-data yang diperlukan untuk mencari tahu kebutuhan nasabah, yang dinamakan *fact finding*, kemudian dilakukan *presentation* untuk menjawab solusinya atas masalah nasabah. Sales asuransi akan melakukan *handling objection* yang

dimaksudkan untuk mengatasi pertanyaan dan keberatan-keberatan yang diajukan oleh nasabah. Kesepakatan yang terjadi antara nasabah dan sales asuransi dinamakan *closing*. Setelah *closing* dilakukan, maka diadakan *after sales service*. Sales asuransi akan bertemu kembali dengan nasabah untuk menjelaskan mengenai isi *polis*. Setelah itu, sales asuransi akan meminta referensi nama-nama kepada nasabah untuk mencari nasabah yang baru. Ini dinamakan *Refferealeads* (**Basic Agency Course, 2006**).

Menurut wawancara dengan 10 orang sales asuransi, tahap *approaching* sampai *handling objection* merupakan tahap tersulit dalam menjalankan tugas. Sales akan memulai untuk melakukan pendekatan pada konsumen sampai membuat konsumen tertarik dan memutuskan untuk membeli asuransi. Pada tahap tersebut, sales dituntut untuk berjuang menghadapi hambatan dan rintangan sampai memutuskan untuk bertahan atau menyerah terhadap hambatan tersebut.

Sales asuransi dalam PT.X merupakan tenaga kerja lepas, maksudnya sales asuransi PT.X tidak memperoleh komisi tetap. Sales asuransi akan memperoleh komisi bila berhasil melakukan *closing*. Besarnya komisi yang diterima oleh sales asuransi, tergantung dari jenis asuransi dan jangka waktu premi yang dibayar oleh nasabah. Sebagai tenaga kerja lepas, seorang sales asuransi dalam PT.X ini tetap memiliki kontrak yang wajib untuk ditaati. Seorang sales asuransi PT.X, boleh bekerja apa saja dan dimana saja tetapi, tidak boleh bekerja di perusahaan asuransi lain. Bila dalam jangka waktu tiga bulan berturut-turut sales tidak dapat melakukan *closing* dan jumlah penjualan asuransi sales tersebut dibawah 25 juta dalam satu tahun, maka status sales tersebut akan di *non-aktifkan* atau *dideterminate*.

Bila sales tersebut ingin bekerja kembali di PT.X ini, maka sales tersebut harus menunggu selama satu tahun baru dapat bekerja kembali sebagai sales asuransi. Hal ini berlaku seterusnya selama sales asuransi bekerja di PT.X.

PT.X juga memiliki kriteria atau standar yang bila dicapai oleh sales asuransi maka sales tersebut dapat dikatakan berhasil bekerja sebagai sales asuransi. Sales asuransi yang dikatakan berhasil bila minimal mendapatkan 10 orang nasabah dalam waktu satu tahun terakhir selama dia bekerja dan rata-rata berhasil melakukan *approaching* dalam waktu dua minggu. Menurut *Unit Manager* PT.X, belum banyak sales asuransi yang berhasil melakukan *approaching* selama dua minggu. Kebanyakan dari mereka rata-rata berhasil melakukan *approaching* dalam waktu satu bulan atau lebih. Kebanyakan yang dapat dikatakan berhasil rata-rata sudah cukup lama bekerja sebagai sales asuransi karena mereka sudah memiliki banyak pengalaman dalam menghadapi calon nasabah.

Terdapat pula banyak keuntungan bekerja di PT.X ini. Sales asuransi yang berhasil dalam pekerjaannya akan mendapatkan komisi, komisi bulanan, komisi tahunan, bonus tahunan serta hadiah-hadiah. Hadiah-hadiah tersebut dapat berupa perjalanan wisata ke luar negeri dan uang. Selain itu, bila seorang sales asuransi dapat merekrut orang lain untuk bekerja menjadi sales asuransi di PT.X, maka sales asuransi tersebut akan memperoleh imbalan. Selain bonus, komisi serta perjalanan wisata, bila sales berhasil maka, sales asuransi tersebut akan mendapat predikat sebagai *privilege member*. *Privilege member* merupakan pedikat yang diberikan oleh PT.X kepada sales asuransi yang mampu mencapai target yang telah ditetapkan

perusahaan. Predikat ini hanya berlaku selama satu tahun. *Previllege member*, dibagi menjadi tiga. Pertama, *silver member* diberikan bila sales mampu melakukan produksi premi sebanyak 250 juta setahun. Kedua, *gold member* diberikan bila sales mampu melakukan produksi premi sebanyak 350 juta setahun. Ketiga *platinum member*, diberikan bila sales mampu melakukan produksi premi sebanyak 500 juta setahun.

Menurut *Unit Manager* PT.X, yang mencapai predikat tersebut sangat sedikit hanya sekitar dua orang disetiap cabang. Kebanyakan para sales asuransi hanya mencapai *silver member*. Sales asuransi yang berhasil menjadi *previllege member* akan mendapatkan hadiah liburan ke luar negeri, penggantian biaya rumah sakit (hanya *opname* saja) serta komisi setiap bulan. Sales asuransi juga dapat menjadi *Branch Manager* bila mampu melakukan produksi premi sebanyak 2,7 Milyar setahun dan minimal merekrut 25 anak buah. Bila menjadi *Branch Manager*, maka sales asuransi akan menjadi pegawai tetap dan akan mendapatkan gaji tetap setiap bulannya dari PT.X. Sampai saat ini, baru enam orang yang dapat menjadi *Branch Manager*. *Branch Manager* memiliki tugas untuk mengatur kantor cabangnya dan menetapkan target yang harus dipenuhi oleh kantor cabangnya. Target tersebut harus dipenuhi oleh kantor cabang tersebut. Bila tidak dipenuhi maka, kantor cabang tersebut akan ditutup atau dijadikan satu dengan kantor cabang lain. Bila seorang *Branch Manager* tidak mampu melakukan *closing* atau mencapai target yang ditentukan oleh perusahaan, maka *Branch Manger* akan mengalami penurunan jabatan dan dapat *dideterminate*.

Mendapatkan semua fasilitas tersebut bukanlah hal yang mudah, karena dalam kenyatannya banyak sales asuransi yang mengalami kesulitan untuk melaksanakan tugasnya. Berdasarkan wawancara dengan *Unit Manager* PT.X, pernah melakukan *survey* dan didapatkan hasil bahwa masyarakat Indonesia yang mampu membeli asuransi baru 20%, namun dari 20% tersebut yang baru mengikuti asuransi hanya 5%.

Berdasarkan wawancara dengan 10 orang sales asuransi kesulitan dalam menjual asuransi karena sulit sekali merubah *image* masyarakat mengenai asuransi, asuransi belum menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat Indonesia serta masih banyak masyarakat yang menganggap asuransi sebagai sebuah penipuan. Selain itu, kendala lain yang dihadapi oleh sales asuransi PT.X adalah bersaing dengan sales dari perusahaan asuransi lain yang sejenis.

Berdasarkan wawancara dengan 10 orang sales asuransi PT.X, bahwa hambatan yang sering dihadapi adalah sulit untuk bertemu dengan calon nasabah serta kurang mampu meyakinkan calon nasabah bahwa asuransi memang diperlukan dan bukanlah sebuah penipuan. Selama mengalami hambatan tersebut, tujuh orang sales asuransi PT.X merasa bosan dan merasa bahwa dirinya kurang memiliki kemampuan untuk bekerja pada bidang ini. Mereka juga mudah merasa stress ketika menghadapi hambatan dari calon nasabah. Sedangkan tiga sales asuransi lainnya, merasa tertantang saat menghadapi hambatan dari calon nasabah. Saat mereka mengalami kegagalan, mereka merasa bahwa mereka kurang berusaha keras atau mereka kurang menggunakan strategi yang tepat dalam melakukan pendekatan pada calon nasabah.

Melalui semua hambatan diatas, maka sales asuransi memerlukan keyakinan terhadap dirinya bahwa dirinya mampu melakukan pekerjaan tersebut dan yakin bahwa hambatan tersebut dapat diatasi. Keyakinan tersebut dinamakan dengan *self efficacy belief*. *Self efficacy belief* adalah keyakinan individu atas kemampuan dirinya yang tidak berkaitan dengan kemampuan sesungguhnya tetapi lebih mengacu pada keyakinan untuk mengatur sumber-sumber dari tindakan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tuntutan, tugas dan permasalahannya (**Bandura, 2002**). Keyakinan akan kemampuan diri yang dimiliki setiap sales asuransi akan mempengaruhi keyakinan dalam menjalankan tugas dan akan mempengaruhi kualitas kinerja yang mereka tampilkan.

Berdasarkan survey awal yang dilakukan terhadap 10 orang sales asuransi, tujuh diantaranya mengaku kurang memiliki keyakinan terhadap kemampuan dirinya. Saat menghadapi penolakan terus-menerus, mereka merasa kurang yakin untuk menghubungi kembali calon nasabah yang sama. Mereka juga kurang yakin bahwa mereka mampu untuk mencapai target tertinggi yang ditetapkan oleh perusahaan. Mereka juga kurang yakin dalam melakukan presentasi, mereka kurang yakin dalam menjawab pertanyaan dan keberatan dari calon nasabah. Hal ini menyebabkan calon nasabah merasa ragu dalam memutuskan untuk membeli asuransi.

Tiga sales asuransi lainnya, mengaku bahwa mereka cukup memiliki keyakinan terhadap kemampuan dirinya. Saat menghadapi penolakan terus-menerus, mereka tetap merasa yakin untuk menghubungi calon nasabah tersebut. Mereka merasa yakin bahwa mereka mampu mencapai target tertinggi yang ditetapkan oleh

perusahaan, mereka merasa yakin saat melakukan presentasi dan yakin dalam menjawab pertanyaan serta keberatan yang oleh calon nasabah. Sehingga calon nasabah merasa yakin untuk memutuskan membeli asuransi.

Seorang sales asuransi dengan *self efficacy belief* yang tinggi akan lebih mampu untuk membuat calon nasabah percaya, tertarik dan memutuskan untuk membeli asuransi yang mereka tawarkan. Mereka juga tidak mudah terkena stress atau depresi saat menghadapi penolakan secara terus-menerus dalam bekerja. Hal ini lebih membantu dalam menjalankan tugasnya sebagai sales asuransi. Sedangkan sales asuransi dengan *self efficacy belief* yang rendah maka akan merasa kurang yakin dalam melakukan pekerjaannya sehingga kurang dapat membuat calon nasabah merasa percaya dan kurang tertarik untuk membeli asuransi. Ketika menghadapi hambatan, lebih mudah merasa stress atau depresi saat menghadapi penolakan secara terus-menerus dan hal ini dapat berpengaruh pada kinerjanya sebagai sales asuransi.

Melihat data diatas, *self efficacy belief* merupakan faktor internal yang perlu dikembangkan oleh para sales asuransi dalam menunjang keberhasilan mereka. Berdasarkan data yang diperoleh dari survey awal, terhadap sepuluh orang sales asuransi maka, peneliti menemukan variasi derajat *self efficacy belief*. Berdasarkan hasil ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai Study Deskriptif Mengenai *Self Efficacy Belief* Pada Sales Asuransi PT. X di kota Bandung

1.2 Identifikasi Masalah

Bagaimana *self efficacy belief* pada sales asuransi PT.X di kota Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran secara umum mengenai *self efficacy belief* pada sales asuransi PT.X di kota Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran lebih rinci mengenai derajat *self efficacy belief* pada sales asuransi PT.X di kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Ilmiah

1. Sebagai masukan bagi ilmu Psikologi, khususnya Psikologi Industri dan Organisasi dalam rangka memperdalam pengetahuan tentang *self efficacy belief* pada sales asuransi PT.X di kota Bandung.
2. Diharapkan penelitian ini dapat menambah informasi dan wawasan bagi mahasiswa psikologi yang ingin meneliti lebih lanjut mengenai *self efficacy belief* dalam setting industri

1. 4. 2 Kegunaan Praktis

1. Memberi informasi bagi PT.X mengenai gambaran derajat *self efficacy belief* sales asuransinya yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengupayakan hasil kerja yang optimal dari para sales.
2. Memberi informasi pada para sales asuransi PT.X mengenai *self efficacy beliefnya* sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi dirinya yang dapat digunakan untuk meningkatkan kinerjanya.

1.5 Kerangka Pikir

PT.X merupakan salah satu perusahaan jasa asuransi swasta yang sedang berkembang. PT X memiliki visi dan misi yang ingin dicapai. Dalam rangka mencapai visi dan misinya PT X harus memasarkan dan memperkenalkan produknya. PT.X membutuhkan sarana untuk memasarkan dan memperkenalkan produknya. Sarana tersebut lewat jasa sales. Sales merupakan ‘motor penggerak’ yang digunakan untuk mengenalkan produk-produk serta berusaha untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk tersebut.

Tugas sales asuransi PT X meliputi mencari *name list*, melakukan *prospecting*, melakukan *approaching* (pendekatan pada calon nasabah), *fact finding* (mencari tahu kebutuhan calon nasabah), melakukan *presentation, handling objection* (menjawab pertanyaan serta keberatan nasabah), *closing, after sales service* (menjelaskan isi polis) dan *reffereleads* (meminta referensi nama calon nasabah yang dapat dihubungi). **(Basic Agency Course, 2006).**

Menurut sales asuransi PT.X, tugas yang mereka lakukan tidaklah mudah. Dari ke sembilan tugas tersebut, sales asuransi PT.X merasa kesulitan saat melakukan tugas mulai tahap *approaching* sampai *handling objection*. Hal ini dikarenakan pada tahap tersebut, sales asuransi akan mulai melakukan pendekatan pada konsumen sampai dengan membuat konsumen tertarik sehingga memutuskan untuk membeli asuransi. Sales asuransi dituntut untuk berjuang menghadapi hambatan dan rintangan sampai mereka memutuskan untuk bertahan atau menyerah terhadap hambatan tersebut. Hambatan lain yang dihadapi oleh sales asuransi adalah sulitnya mengubah *image* masyarakat yang masih menganggap asuransi sebagai suatu penipuan dan kesulitan dalam memenuhi target yang ditetapkan oleh PT.X. Agar dapat menjalankan tugasnya secara optimal, sales asuransi membutuhkan keyakinan diri bahwa dirinya mampu menyelesaikan tuntutan, tugas dan permasalahan (**Bandura, 2002**). Hal ini disebut *self efficacy belief*.

Self efficacy belief akan mempengaruhi seorang sales asuransi dalam merasa, berpikir, memotivasi diri dan bertingkah laku dalam melaksanakan tugas-tugasnya. Dalam situasi kerja, *Self efficacy belief* akan mempengaruhi keyakinan yang dibuat oleh seorang sales asuransi dalam melakukan pekerjaannya, besarnya usaha yang dikeluarkan untuk melaksanakan keputusan yang telah dibuatnya, berapa lama seorang sales asuransi mampu bertahan saat dihadapkan pada kesulitan-kesulitan dan kegagalan, serta mempengaruhi penghayatan perasaan sales asuransi dalam menghadapi hambatan selama bekerja.

Bandura (2002) mengungkapkan bahwa *self efficacy belief* berkembang dari empat sumber utama. Keempat sumber tersebut adalah *mastery experience, vicarious experience, social/verbal persuasion, physiological and affective states*. *Mastery experience* adalah penguasaan pengalaman bahwa seseorang mampu menguasai keterampilan tertentu. Seseorang yang telah memiliki pengalaman berhasil mengenai suatu keterampilan tertentu akan memiliki *self efficacy belief* yang tinggi terhadap keterampilan yang sama, dan akan mencapai suatu keberhasilan dengan mudah jika suatu saat kembali dihadapkan pada suatu situasi yang menuntut keterampilan tersebut. Tetapi, jika seseorang pernah mengalami kegagalan dalam melakukan suatu keterampilan tertentu, *self efficacy belief* orang tersebut akan rendah bila suatu saat dihadapkan kembali pada situasi yang menuntut keterampilan tersebut. . Menurut **Bandura**, *mastery experience* adalah cara yang paling efektif dalam memperkuat *self efficacy* seseorang.

Pengalaman keberhasilan yang pernah dialami oleh sales asuransi, yang berkaitan dengan pekerjaannya saat ini akan mempengaruhi *self efficacy belief* yang dimilikinya. Sales asuransi yang telah memiliki pengalaman bahwa dirinya berhasil membuat janji bertemu dengan calon nasabah, mencari tahu kebutuhan calon nasabah, melakukan presentasi dan berhasil mengatasi keberatan serta pertanyaan dari calon nasabah dan akhirnya melakukan *closing* akan merasa yakin bahwa dirinya memiliki keterampilan yang dibutuhkan untuk mencapai keberhasilan dalam pekerjaan ini. Terlebih lagi bila sales asuransi mampu melakukan *closing* melebihi target yang ditetapkan serta mendapatkan penghargaan atas prestasi kerjanya maka

keberhasilan yang dialami oleh sales asuransi tersebut dapat memperkuat *self-efficacy belief* pada dirinya, sebaliknya kegagalan akan menghambat *efficacy beliefnya*. Apabila seorang sales asuransi merasa yakin bahwa ia memiliki keterampilan untuk mencapai keberhasilan maka ia akan mampu bertahan dalam menghadapi rintangan dan cepat pulih ketika mengalami kegagalan.

Vicarious experience merupakan cara kedua untuk membentuk dan memperkuat *self-efficacy beliefs*. *Vicarious experience* merupakan suatu pengalaman yang dialami oleh orang lain (model sosial) yang hampir serupa dengan dirinya, seolah-olah dialami oleh dirinya sendiri. Semakin besar kesamaan yang dipersepsi oleh sales asuransi, maka semakin besar pengaruh keberhasilan dan kegagalan model terhadap keyakinan diri sales asuransi. Sedangkan bila seseorang memandang model tersebut sebagai sesuatu yang sangat berbeda dengan dirinya, maka *self efficacy belief* sales asuransi tidak terlalu banyak dipengaruhi oleh tingkah laku dan keberhasilan yang telah dicapai oleh model tersebut.

Self efficacy belief seorang sales asuransi dapat terbentuk ketika sales asuransi melihat sosok model yang menyerupai dirinya mengalami keberhasilan atau kegagalan. Bila seorang sales asuransi melihat atasan atau rekan sekerjanya dapat berhasil maka sales asuransi tersebut akan memiliki keyakinan bahwa dirinya pun mampu memperoleh keberhasilan yang kurang lebih sama dengan keberhasilan yang diperoleh atasan dan rekan sekerjanya. Sebaliknya mengamati kegagalan model akan menurunkan penilaian *efficacy beliefnya*.

Self-efficacy belief juga dapat diperkuat melalui *social/verbal persuasion*, yaitu dengan cara meyakinkan seorang sales asuransi melalui persuasi verbal, bahwa sales asuransi memiliki kemampuan untuk mencapai keberhasilan. Persuasi verbal dari orang-orang yang merupakan *significant person* seperti atasan, rekan sekerja atau senior yang dikagumi oleh sales asuransi, akan lebih efektif dalam memperkuat *self-efficacy beliefs* sales asuransi tersebut. Dorongan persuasif ini dapat mengarahkan sales asuransi untuk berusaha lebih keras dalam mencapai keberhasilan. Sales asuransi yang tidak pernah mendapatkan persuasi dari *significant person* mengatakan bahwa dirinya merasa kurang yakin dalam melakukan pekerjaannya dan tidak yakin dalam menghadapi aktivitas-aktivitas yang menantang sehingga mudah menyerah bila menghadapi kesulitan dalam pekerjaannya.

Sumber terakhir yang dapat meningkatkan *self-efficacy belief* adalah *Physiological and affective states*. *Physiological and affective states* merupakan sumber *self efficacy belief* yang berasal dari pandangan sales asuransi mengenai keadaan mental maupun fisiknya sendiri. Seorang sales asuransi yang *self efficacy*-nya tinggi akan menganggap kondisi sakit tidak mempengaruhi keyakinan dirinya dalam menjalani pekerjaannya. Sebaliknya sales asuransi yang *self efficacy belief* yang rendah akan menganggap kondisi sakit akan mempengaruhi keyakinan dirinya dalam menjalani pekerjaannya. Suasana hati (*mood*) juga dapat mempengaruhi penilaian sales asuransi terhadap *personal efficacy belief*-nya. Sales asuransi yang *self efficacy belief* tinggi akan menganggap *mood* yang negatif tidak mempengaruhi keyakinan dirinya dalam bekerja. Sedangkan sales asuransi yang *self efficacy belief*

rendah akan menganggap *mood* yang negatif mempengaruhi keyakinan dirinya dalam bekerja.

Pada diri seorang sales asuransi, keempat sumber pembentuk *self efficacy belief* tersebut akan diolah secara kognitif sehingga *self efficacy belief* pada diri setiap sales asuransi akan berbeda-beda karena tergantung dari bagaimana seorang sales asuransi menginterpretasikan sumber-sumber informasi yang dia peroleh. Sales asuransi dapat memilih pengalaman mana yang paling berharga untuk dirinya dan menjadikan pengalaman tersebut sebagai keyakinan dirinya untuk mencoba melakukan suatu tindakan. Keyakinan tersebut akan menjadi salah satu faktor yang dapat membantu sales mencapai tujuannya, dalam hal ini adalah *self-efficacy belief*.

Self efficacy beliefs akan mengaktifkan empat proses psikologis utama, yaitu proses kognitif, proses motivasional, proses afektif dan proses seleksi. Keempat proses utama psikologis tersebut akan mempengaruhi seorang sales asuransi dalam keyakinannya untuk membuat pilihan dalam menentukan masa depannya, keyakinan untuk mengeluarkan usahanya, keyakinan dalam bertahan dalam menghadapi hambatan dan keyakinan yang positif terhadap kemampuannya dalam melakukan pekerjaan.

Proses yang pertama adalah proses kognitif. Melalui proses kognitif, seorang sales asuransi dapat membentuk tipe *anticipatory scenario* yang mereka bentuk dan latih. Sales asuransi dengan penghayatan terhadap *self efficacy beliefs* tinggi akan melihat situasi sebagai kesempatan. Mereka membayangkan *scenario* sukses yang memberikan tuntutan positif dan dukungan untuk pelaksanaan pencapaian. Oleh

karena itu, sales asuransi dengan *self efficacy beliefs* tinggi akan yakin dalam memilih untuk menentukan tujuan yang menantang dan berkomitmen terhadap tujuan tersebut. Sales asuransi dalam menjalankan pekerjaannya memiliki keyakinan bahwa dirinya akan mengalami kesuksesan dalam mendapatkan calon nasabah dan sales asuransi akan yakin untuk menetapkan target bahwa dirinya harus bisa mendapatkan minimal satu orang calon nasabah dalam waktu minimal satu minggu sampai satu bulan serta yakin bahwa dirinya dapat mencapai atau melebihi target yang ditetapkan oleh perusahaan. Sebaliknya sales asuransi dengan penghayatan *self efficacy beliefs* rendah kurang yakin dalam memilih untuk melihat suatu situasi sebagai sesuatu yang beresiko dan berbahaya dan membayangkan *scenario* kegagalan. Sales asuransi akan membayangkan kegagalan dan penolakan ketika mencari calon nasabah, sales asuransi tidak menetapkan target dalam mencapai calon nasabah melainkan hanya berusaha untuk mencapai target terendah dalam mencari calon nasabah yaitu satu orang calon nasabah dalam waktu tiga bulan serta merasa tidak yakin bahwa dirinya mampu mencapai target yang ditetapkan oleh perusahaan.

Proses selanjutnya adalah proses motivasional. Kebanyakan motivasi manusia dibentuk secara kognitif. Melalui proses secara motivasional, sales asuransi akan mengarahkan perilakunya pada suatu tujuan tertentu karena telah memikirkan hal tersebut dalam kognitif mereka sebelumnya. Untuk memperoleh tujuan tersebut, diperlukan motivasi pada diri sales asuransi dalam usahanya menjalankan keputusan yang telah dibuatnya. Sales asuransi akan mengarahkan tingkah lakunya dan bertahan sampai goal tersebut terpenuhi namun bila gagal dalam memenuhi goal tersebut maka

mereka akan mengartikannya sebagai kurangnya usaha dan bukan kurangnya kemampuan. Sales asuransi dengan *efficacy beliefs* yang tinggi akan yakin dalam menentukan calon nasabah mana yang ingin dihubungi dan akan yakin untuk berusaha terus sampai calon nasabah tersebut mau untuk ditemui. Jika mereka mengalami kegagalan, mereka yakin bahwa mereka kurang berusaha ketika melakukan hal tersebut. Sebaliknya, sales asuransi dengan *efficacy beliefs* yang rendah menganggap kegagalan sebagai kurangnya kemampuan bukan kurangnya usaha. Mereka terpaku pada kelemahan mereka saat mengalami hambatan atau situasi yang sulit sehingga mereka kurang yakin dalam mengarahkan dan mempertahankan perilaku dalam usaha mencapai keberhasilan dan mereka akan cenderung mudah menyerah jika dihadapkan pada hambatan atau kesulitan. Sales asuransi dengan *efficacy beliefs* yang rendah akan yakin untuk menyerah ketika mengalami penolakan dari calon nasabah dan mereka akan menganggap hal tersebut karena mereka tidak memiliki kemampuan untuk melakukan hal tersebut.

Proses afektif merupakan penghayatan seorang sales asuransi terhadap keberhasilan maupun kegagalan. Melalui proses ini, seorang sales asuransi melatih kemampuannya untuk menghadapi stressor dari lingkungan luar. Penghayatan terhadap keberhasilan yang dialami oleh seorang sales asuransi selama melaksanakan tugasnya, akan membuat dirinya yakin bahwa dirinya mampu mengatasi kesulitan atau tantangan dalam melaksanakan tugasnya, sehingga sales asuransi tersebut mampu bertahan ketika dihadapkan pada kesulitan maupun hambatan dan tidak mudah terkenan stres. Sebaliknya, sales asuransi yang ragu terhadap kemampuan

dirinya saat menghadapi kesulitan atau hambatan akan melihat situasi tersebut sebagai situasi yang dapat menimbulkan stress dan terpaku pada hambatan tersebut.

Sales asuransi dengan *efficacy beliefs* tinggi merasa yakin bahwa dirinya dapat mengendalikan kesulitan dalam melakukan pekerjaannya sehingga mereka tidak menganggap kesulitan tersebut sebagai sesuatu yang mengancam atau mengganggu dan memandang kesulitan tersebut bukan sebagai suatu hambatan melainkan tantangan yang harus dihadapi. Sales asuransi dengan *efficacy beliefs* tinggi ketika menghadapi penolakan, menghadapi image negatif dari calon nasabah mengenai asuransi dan ketatnya persaingan dengan rekan sesama akan yakin bahwa mereka mampu menghadapi semua hambatan tersebut dan mereka tidak mudah merasa stress ketika mengalami hal tersebut karena mereka yakin bahwa mereka mampu mengendalikan kesulitan tersebut. Sebaliknya, sales asuransi dengan *efficacy beliefs* yang rendah merasa tidak yakin bahwa dirinya dapat mengendalikan kesulitan dalam pekerjaannya sehingga mereka akan menganggap kesulitan tersebut sebagai sesuatu yang mengancam dan menghambat mereka untuk berhasil. Sales asuransi dengan *efficacy beliefs* yang rendah ketika menghadapi penolakan, menghadapi image negatif dari calon nasabah mengenai asuransi dan ketatnya persaingan dengan rekan sesama akan menganggap itu semua sebagai hambatan dan mereka akan mudah sekali stress karena mereka tidak yakin bahwa mereka mampu untuk mengendalikan kesulitan tersebut.

Proses yang terakhir adalah proses seleksi. Merupakan keyakinan sales asuransi tentang *personal efficacy beliefs* yang dimilikinya dapat mempengaruhi tipe

dari aktivitas dan lingkungan yang mereka pilih. Setelah melalui proses pertimbangan dan seleksi, sales asuransi dengan *efficacy beliefs* tinggi cenderung yakin untuk lebih memilih aktivitas dan situasi di mana mereka yakin bahwa peluang mereka untuk sukses dan berhasil pada aktivitas dan situasi tersebut besar, dan cenderung untuk menghindari aktivitas dan situasi di mana mereka tidak yakin peluang mereka untuk sukses besar. Sales asuransi dengan *self efficacy beliefs* tinggi, akan memiliki keyakinan dalam memandang suatu aktivitas menantang sebagai sesuatu yang dapat mereka lakukan. Mereka akan yakin dalam menentukan target dengan tingkat kesulitan yang tinggi sehingga mereka lebih tertantang dan berusaha lebih kuat dalam memenuhi targetnya. Sebaliknya, sales asuransi dengan *self efficacy beliefs* yang rendah akan kurang yakin dalam memandang aktivitas menantang sebagai sesuatu yang tidak dapat mereka lakukan. Mereka akan menentukan target dengan tingkat kesulitan yang rendah dan kurang berusaha untuk memenuhi targetnya.

Interaksi keempat proses tersebut akan mempengaruhi keyakinan seorang sales asuransi dalam bertingkah laku untuk membuat pilihan untuk menentukan masa depannya, seberapa besar usaha yang dikeluarkan sales asuransi untuk mewujudkan pilihan yang telah ditentukannya, seberapa lama sales asuransi dapat bertahan secara optimal terhadap usaha yang dikerahkannya dan bagaimana penghayatan perasaan sales asuransi terhadap pekerjaannya.

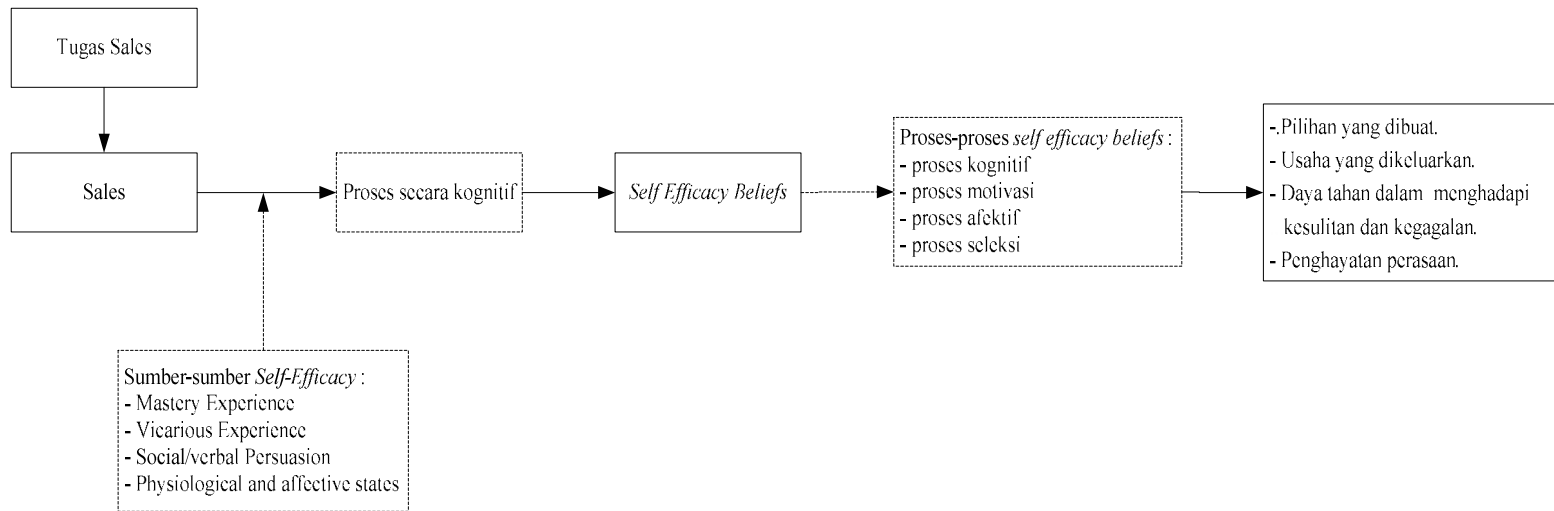
Self efficacy belief sales asuransi dapat dilihat dari seberapa besar keyakinan seorang sales asuransi PT.X dalam memilih untuk membuat keputusan dalam melakukan tugas-tugasnya, seberapa besar keyakinan sales asuransi PT.X bahwa

dirinya mampu berusaha untuk melakukan tugas-tugasnya, seberapa besar keyakinan sales asuransi PT.X untuk dapat bertahan saat dihadapkan pada kesulitan dan kegagalan dalam melakukan tugas-tugasnya dan bagaimana penghayatan perasaan sales asuransi PT.X dalam melakukan tugas-tugasnya.

Sales asuransi dengan *self efficacy belief* tinggi dalam bekerjanya akan merasa yakin dalam memilih menghubungi calon nasabah yang bukan berasal dari keluarga dan teman dekat sendiri, merasa yakin dengan usahanya untuk terus menghubungi calon nasabah yang sama walaupun telah berulang-ulang kali ditolak, yakin dalam menggali kebutuhan calon nasabah, yakin dalam melakukan presentasi, merasa yakin dalam menjawab pertanyaan dan keberatan calon nasabah, yakin bahwa dirinya tetap dapat bertahan saat calon nasabah menganggap bahwa asuransi merupakan sebuah penipuan dan tetap merasa yakin dalam berusaha untuk menjelaskannya, saat menghadapi hambatan memiliki penghayatan perasaan yang positif dan yakin bahwa dirinya mampu melewati semua hambatan tersebut serta memiliki keyakinan bahwa dirinya memiliki kemampuan untuk melakukan pekerjaan ini.

Sales asuransi dengan *self efficacy belief* rendah dalam bekerjanya akan merasa kurang yakin dalam memilih menghubungi calon nasabah yang bukan berasal dari keluarga dan teman dekat sendiri, kurang yakin dengan usahanya untuk terus menghubungi calon nasabah yang sama walaupun telah berulang-ulang kali ditolak, kurang yakin dalam menggali kebutuhan calon nasabah, kurang yakin dalam melakukan presentasi, kurang yakin dalam menjawab pertanyaan dan keberatan calon nasabah, kurang memiliki keyakinan bahwa dirinya mampu untuk tetap bertahan saat

calon nasabah menganggap bahwa asuransi merupakan sebuah penipuan, kurang yakin untuk tetap berusaha menjelaskannya, saat menghadapi hambatan memiliki penghayatan perasaan yang negatif dan kurang yakin bahwa dirinya mampu melewati semua hambatan tersebut serta kurang memiliki keyakinan bahwa dirinya memiliki kemampuan untuk melakukan pekerjaan ini



Bagan 1.1 Skema Kerangka Pikir

1.6 Asumsi

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, peneliti mempunyai asumsi bahwa :

1. Sales asuransi dalam menjalani pekerjaannya, sebaiknya memiliki keterampilan dalam menjual dan menawarkan jasa asuransi. Selain memiliki keterampilan, keberhasilan seorang sales asuransi juga dipengaruhi oleh *self efficacy belief* yang dimilikinya. *Self efficacy belief* merupakan keyakinan sales asuransi bahwa dirinya mampu menyelesaikan tuntutan, tugas dan permasalahan.
2. *Mastery experience, vicarious experience, social persuasion dan physiological and affective needs* merupakan sumber pembentuk *self efficacy belief* yang dimiliki oleh seorang sales asuransi.
3. *Self efficacy belief* sales asuransi dapat dilihat dari seberapa besar keyakinan seorang sales asuransi dalam memilih untuk membuat keputusan dalam melakukan tugas-tugasnya, seberapa besar keyakinan sales asuransi bahwa dirinya mampu berusaha untuk melakukan tugas-tugasnya, seberapa besar keyakinan sales asuransi untuk dapat bertahan saat dihadapkan pada kesulitan dan kegagalan dalam melakukan tugas-tugasnya dan bagaimana penghayatan perasaan sales asuransi dalam melakukan tugas-tugasnya.