

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

Pekerjaan sebagai wiraniaga memberi kesan sebagai pekerjaan murehan. Dalam kenyataan sehari-hari, jika diamati di koran-koran, di sela-sela majlahnya, memperlihatkan pekerjaan seperti sekarang ini, namun beberapa perusahaan selalu saja melakukan permintaan akan tenaga wiraniaga.

Memang harus juga diakui, banyak orang yang enggan bekerja sebagai wiraniaga. Orang-orang lebih menyukai pekerjaan lain, dan pekerjaan sebagai wiraniaga sering dibuat sebagai alternatif terakhir. Dapat diduga bahwa hal ini berkaitan dengan sistem penggajian dan pendapatan. Bekerja menjadi wiraniaga pada umumnya tidak mempunyai gaji yang tetap, dan pendapatan lebih ditentukan oleh hasil penjualan yang dilakukannya.

Seperti yang sering dikemukakan oleh pengamat masalah ekonomi, minat beli masyarakat dewasa ini adalah rendah. Sedangkan persaingan di dunia usaha begitu tinggi, dan mereka begitu gencar melakukan promosi, bahkan tidak jarang diwarnai pemasaran dan perdagangan yang tidak 'fair' atau tidak semestinya (Beehaqie, 1990, hal. 12). Oleh karena itulah berangkali mengapa tenaga wiraniaga selalu saja dibutuhkan dan dalam jumlah banyak.

Rendahnya daya beli masyarakat dan tingginya persaingan di dunia usaha sekaligus juga menimbulkan tingginya persaingan dalam pekerjaan wiraniaga. Mereka harus bersaing ketat mendapatkan pembeli. Rendahnya daya beli masyarakat kadang-kadang juga diikuti oleh rendahnya minat untuk membeli sesuatu produk. Keadaan yang demikian membuat pendapatan wiraniaga menjadi tidak menentu dan relatif kecil. Apabila diamati lebih cermat, banyak yang pada akhirnya meninggalkan pekerjaan itu, atau pekerjaan sebagai wiraniaga dibuat hanya sekedar 'batu loncatan' saja.

Wiraniaga sering juga disebut sebagai *salesman*. Salah satu bentuk promosi yang lazim dipergunakan suatu perusahaan baik yang memproduksi barang maupun jasa dalam memasarkan produknya adalah *personal selling*. Pengertian *personal selling* menurut Nickels (dalam Swastha, 1984, hal. 47), adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran barang atau jasa yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Secara eksplisit pengertian *personal selling* dikemukakan oleh Kotler (1982, hal. 121) adalah sebagai orang yang menjalankan tugas percakapan dengan satu atau lebih calon pembeli untuk melakukan penjualan, dan orang yang menjalankan tugas tersebut lazim dikatakan *salesman* atau wiraniaga.

Meskipun wiraniaga berkesan sebagai pekerjaan murahan tetapi tidak sedikit wiraniaga yang mempunyai pendapatan yang cukup tinggi. Lebih dari itu, bukan hanya satu dua orang saja yang memulai kariernya dari wiraniaga, dan menanjak terus hingga pimpinan puncak sebuah perusahaan.

Hal ini menunjukkan, besar atau kecil, peluang untuk berhasil dari aktivitas sebagai wiraniaga sebenarnya juga terbuka. Masalahnya sekarang, syarat apa yang seharusnya dimiliki seseorang wiraniaga supaya dia berhasil dalam bidang pekerjaan itu, atau dengan kata lain, bagaimana cara mereka meraih keberhasilan itu.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa, yang sering membutuhkan wiraniaga dalam jumlah banyak adalah perusahaan yang bergerak di bidang asuransi. Wiraniaga dalam bidang asuransi biasanya mendatangi rumah-rumah penduduk, perusahaan-perusahaan, atau instansi-instansi tertentu dalam menawarkan jasa asuransi. Mereka menawarkan berbagai macam bentuk atau jenis-jenis asuransi sesuai dengan yang ada pada perusahaan asuransi di mana mereka bekerja. Semakin banyak uang pertanggungan yang disetujui dengan orang-orang atau pihak-pihak yang mau diasuransikan akan semakin banyak pendapatan wiraniaga tersebut.

Keberhasilan seorang wiraniaga dalam menjual produk barang atau jasa ditentukan oleh banyak hal. Misalnya saja kenalan-kenalan atau relasi wiraniaga yang bersangkutan, adanya hubungan baik dengan pihak-pihak yang hendak diasuransikan, dan lain sebagainya.

Namun demikian secara umum dapat dikatakan bahwa keberhasilan seseorang wiraniaga lebih ditentukan oleh hubungan interpersonal dengan orang atau pihak-pihak yang hendak diasuransikan. Kemampuan wiraniaga dalam hal ini tidak sekedar berhubungan dengan pembicaraan-pembicaraan, tetapi dengan adanya komunikasi tersebut, seseorang wiraniaga dapat meyakinkan dan mempengaruhi pola pikir orang

yang dihadapi, sehingga tujuan wiraniaga tersebut dapat tercapai.

Dalam istilah Psikologi, orang-orang yang dapat berkomunikasi dengan orang lain dan komunikasi itu berjalan lancar, bersikap bebas dan menyenangkan orang yang dihadapinya, mampu mengemukakan apa yang diinginkan dengan gaya yang enak, dikatakan bahwa orang tersebut mempunyai perilaku asertif. Menurut Bloom (1985, hal. 438), orang yang asertif ditandai oleh kemampuan mengenal dirinya sendiri dengan baik, mengetahui kelebihan-kelebihan dan menyadari kekurangan-kekurangannya serta menerima semua itu seperti apa adanya sehingga pada gilirannya dia mampu merencanakan tujuan-tujuan hidupnya. Di samping itu dia mempunyai rasa percaya diri yang tinggi, sehingga dengan mudah dapat berkomunikasi secara baik dengan orang lain, spontan dan langsung, terbuka, tanpa disertai oleh perasaan cemas dan tanpa adanya perasaan tertekan.

Sebagai makhluk sosial, seseorang tentu selalu saja terlibat dan berhubungan dengan orang lain, dan kemampuan berhubungan dengan orang lain sangat dibutuhkan dan menentukan kehidupan seseorang. Kemampuan berkomunikasi dengan orang lain adalah suatu modal besar dalam menentukan keberhasilan seseorang, baik dalam hubungannya dengan pekerjaan maupun dalam kehidupan sosial sehari-hari.

Dalam proses berkomunikasi tersebut, tidak tertutup kemungkinan terjadinya penafsiran yang keliru. Oleh karena itulah, dengan perilaku asertif seperti dikemukakan di atas, akan mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan penafsiran, sehingga komunikasi dapat berlangsung efektif.

Melihat tanda-tanda perilaku asertif seperti dikemukakan Bloom di atas, apabila dikaitkan dengan aktivitas sebagai wiraniaga, maka dapat dikatakan bahwa untuk mencapai keberhasilan membuat orang menjadi peserta atau anggota asuransi, wiraniaga tersebut harus mempunyai perilaku asertif yang tinggi. Seorang wiraniaga yang mempunyai perilaku asertif yang tinggi akan dengan mudah berkomunikasi dan menjalin hubungan yang baik, menciptakan kesan enak dan positif dengan orang lain, terutama orang-orang yang baru dikenal. Dengan demikian wiraniaga tersebut akan lebih mudah mencapai tujuannya, yaitu membuat orang itu menjadi peserta asuransi. Dengan kata lain, perilaku asertif berhubungan dengan produktivitas kerja wiraniaga.

Banyak pengertian tentang produktivitas, akan tetapi secara umum dapat dikatakan bahwa produktivitas mengandung pengertian perbandingan antara hasil yang dicapai dengan keseluruhan sumber daya yang digunakan. Sedangkan produktivitas kerja, menurut Ravianto (1985, hal. 77), mengandung pengertian perbandingan antara hasil yang dicapai dengan peran serta tenaga kerja per satuan waktu. Produktivitas kerja, menurut Hadipranata, dkk. (1984, hal. 15), adalah gabungan antara unsur efektivitas, efisiensi dan kepuasan kerja yang mengandung volume produksi, hemat masukan, serta optimalisasi kepuasan kerja secara manusiawi. Sedangkan produktivitas kerja wiraniaga asuransi, menurut Oliver (1974, hal. 311), ditentukan oleh besarnya uang pertanggungan yang terkandung dalam polis asuransi.

Tertarik untuk mengetahui lebih jauh mengenai hubungan antara perilaku asertif dengan produktivitas kerja wiraniaga asuransi, penulis mengadakan penelitian pada Asuransi Jiwa Bersama "Bumi Putera" 1912 - Semarang. Dengan adanya penelitian ini dapatlah diketahui apakah terdapat hubungan antara perilaku asertif dengan produktivitas kerja wiraniaga asuransi.

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dalam 'Permasalahan' di atas, dan juga sesuai dengan judul skripsi ini, maka dapatlah disimpulkan bahwa tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara perilaku asertif dengan produktivitas kerja wiraniaga.

C. Manfaat Penelitian

Ada pun manfaat penelitian ini adalah sebagai bahan masukan bagi perusahaan, khususnya perusahaan asuransi dalam menerima tenaga wiraniaga, terlebih-lebih jika ternyata ada hubungan yang signifikan antara perilaku asertif dengan produktivitas kerja wiraniaga asuransi. Penelitian ini juga bermanfaat untuk 'memancing' peneliti lain mengenai perilaku asertif wiraniaga dalam hubungannya dengan produktivitas kerja, dan penelitian dalam bidang ini dapat dikatakan masih sedikit sekali.