

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Minat masyarakat akan kebutuhan yang semakin meningkat membuat para pengusaha yang bergerak di bidang tersebut tertarik untuk melibatkan karyawan yang lebih banyak di bagian pemasaran untuk jangkauan yang lebih luas dan mereka yang dilibatkan tersebut adalah wiraniaga. Suatu hal yang tidak mengherankan bila hampir setiap hari di berbagai media cetak khususnya surat kabar nasional maupun surat kabar daerah yang memuat tentang lowongan pekerjaan sebagai wiraniaga, yang kadang diganti dengan istilah *marketing executive*, *sales executive*, atau *sales representative*, yang sebenarnya memiliki suatu pekerjaan sebagai wiraniaga. Hal ini sejalan dengan pengertian Kamus Besar Bahasa Indonesia (1995).

Pemahaman secara umum, wiraniaga adalah orang yang dipekejakan oleh perusahaan tertentu untuk mempromosikan sekaligus menjual produk perusahaan tersebut kepada konsumen secara langsung, sehingga mereka harus lebih produktif didalam menjual produk tersebut.

Pada kenyataannya, sebagai wiraniaga tidaklah mudah untuk bisa produktif mencapai target yang ditentukan oleh perusahaan tersebut. Dikatakan tidak mudah, karena seorang wiraniaga biasanya seringkali berpergian untuk menjualkan produk mereka kepada konsumen dan seringkali kita lihat mereka lebih rendah dari konsumen, sehingga para wiraniaga harus mempunyai sikap

mental yang kuat didalam menghadapi konsumen, dimana pekeija wiraniaga tersebut dapat memiliki beban psikologis yang lebih besar pada karyawannya (Widodo, 1998), seperti pendapat Stanton (1986) bahwa tenaga penjualan dengan berbagai macam tugasnya memiliki beban psikologis yang lebih besar.

Pekeijaan sebagai wiraniaga dapat dikatakan sebagai pekeijaan yang berhubungan dengan frustrasi dan penolakan (Moestadjab, 1987). Seorang wiraniaga yang baik akan berbesar hati meskipun berulang kali ditolak, tapi tidak semua wiraniaga mampu menghadapi situasi penolakan terus-menerus, apalagi bila penolakan tersebut bernada melecehkan, yang membuat wiraniaga akan patah semangat, frustrasi dan kehilangan rasa percaya diri. Padahal perusahaan yang menghasilkan produk menginginkan para wiraniaganya dapat bekeija dengan baik, serta dapat produktif dalam mencapai atau bahkan melampaui target yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Untuk dapat meningkatkan produktivitas keija maka yang perlu dibenahi adalah dari dalam dirinya sendiri, bagaimana para karyawan yang bekeija pada suatu perusahaan dapat mengembangkan potensi yang ada di dalam diri mereka dan memiliki kepribadian yang tangguh, untuk dapat mencapai tujuannya. Kepribadian yang tangguh di sini adalah seorang karyawan yang dapat mengelola emosinya dengan baik, dimana mereka mampu atau dapat menggunakan emosinya secara cerdas dalam artian tepat waktu dan dalam porsi yang tepat.

Hal yang menarik dari konsep kecerdasan emosi ini adalah salah satu unsur di dalamnya, yaitu tentang motivasi diri dan keterampilan berprestasi yang mencakup kemampuan menghadapi dan mengatasi kegagalan (Shapiro, 1997).

Sebagian besar kegagalan menghasilkan campuran antara emosi yang tidak enak seperti khawatir, sedih dan marah. Namun kita harus belajar untuk menghadapi ini agar sikap secara mental untuk menghadapi segala kemungkinan, untuk mengantisipasi kemungkinan yang terbaik. Bagaimanapun kegagalan dan rasa kecewa diperlukan sebagai unsur pembangunan yang ikut membentuk keberhasilan. Sisi tentang kemampuan menghadapi dan mengatasi kegagalan menjadi menarik bila dihubungkan dengan produktivitas wiraniaga yang telah dibahas sebelumnya.

Sewaktu bekerja, sering konsentrasi karyawan terganggu oleh timbulnya masalah-masalah yang belum terselesaikan, tidak dari dalam maupun luar pekerjaan atau sifat-sifat mudah tersinggung perasaan (cepat marah) yang terbawa serta selama mereka melakukan pekerjaannya. Dengan terganggunya konsentrasi kerja karyawan ini, tentunya produktivitas kerja mereka akan ikut terpengaruh pula. Keadaan ini tidak akan berpengaruh pada karyawan yang memiliki kecerdasan emosi. Karena mereka mampu menyelesaikan dan menyesuaikan diri, sehingga hal-hal seperti tersebut di atas tidak akan mudah mengganggu konsentrasi mereka (Seminar Al-Azhar, 2000).

Salovey (dalam Goleman, 1998) menjelaskan bahwa semakin kecerdasan emosi seseorang berkembang, kemungkinan besar akan menguasai kebiasaan berpikir yang mendorong produktivitas. Kemampuan kecerdasan emosi salah satunya yang telah dijelaskan adalah ketrampilan memotivasi diri sendiri. Orang yang memiliki ketrampilan ini cenderung lebih produktif dan efektif dalam hal apapun yang mereka kerjakan. Berdasarkan pengertian tersebut menunjukkan

prediksi dapat terbentuknya produktivitas yang tinggi bila kecerdasan emosi individu berkembang.

Sama seperti halnya dengan seorang wiraniaga, agar mereka lebih produktif maka mereka atau para wiraniaga harus memiliki kecerdasan emosi dimana dapat memotivasi diri sendiri dan mengenal dirinya sendiri dalam arti mengetahui dan menyadari kelemahan dan kelebihan dirinya. Hal ini sesuai yang dikatakan Moestadjab (1987) bahwa syarat untuk berhasil bagi wiraniaga adalah dapat memotivasi diri sendiri dan lebih menyeret dirinya.

Beranjak dari konsep-konsep tersebut, peneliti membuat suatu kesimpulan bahwa dalam bekerja memerlukan keterlibatan aspek mental, baik aspek kognitif, aspek sikap, maupun aspek emosi. Tidak di pungkiri bahwa produktivitas kerja membutuhkan energi psikis yang di dalamnya dipengaruhi emosi, karena emosi melakukan beberapa fungsi vital, antaranya fungsi motivasi (penggerak) dan fungsi energik (sumber energi) pada perilaku. Fungsi emosi ini akan semakin optimal bila disertai dengan pengelolaan yang tepat. Kemampuan pengelolaan emosi yang tepat inilah yang dikatakan sebagai kecerdasan emosi.

Latar belakang ini yang mendasari harapan agar penelitian ini nantinya dapat lebih mengeksplorasi produktivitas kerja dari faktor individual wiraniaga terutama kecerdasan emosi, sehingga penelitaian ini mengambil judul **'Hubungan Kecerdasan Emosi dengan Produktivitas Kerja Wiraniaga*.**

B. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk melihat apakah ada hubungan antara kecerdasan emosi dengan produktivitas kerja wiraniaga.

C. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini dapat ditinjau secara teoritis maupun secara praktis. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi di bidang psikologi industri, khususnya tentang sumber daya manusia.

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan bagaimana mengelola para wiraniaga agar terjadi peningkatan produktivitas kerja wiraniaga.

