

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Saat ini kita berada di abad 21, tantangan yang langsung kita hadapi adalah globalisasi dengan segala persaingan dan implikasinya, termasuk pada usaha perbankan. Banyaknya bank-bank baru yang bermunculan dengan program-program atau trik-trik terbaru untuk dapat memperebutkan nasabah. Bukan hanya itu, bahkan bank-bank yang telah lama berdiri pun mengeluarkan trik-trik atau program-program jitu terbaru demi memperebutkan nasabah.

Pada saat ini masing-masing bank memiliki cara yang berbeda-beda untuk menarik nasabah. Disaat kondisi seperti ini pula lah bank-bank yang masih ingin bertahan dan tetap maju juga eksis di kancah dunia perbankan harus dapat mengikuti persaingan secara sportif, selain itu juga harus belajar dalam segala bentuk ukuran dan kategori yang dapat membawa keanekaragaman sehingga perusahaan perlu memodifikasi praktik – praktik untuk dapat mengelola keanekaragaman itu menjadi lebih baik. Agar suatu badan usaha perbankan dapat tetap eksis maka mereka harus dapat menghadapinya yaitu menghadapi perubahan dan memenangkan persaingan.

Kekuatan suatu perusahaan agar dapat bersaing tidak lepas dari dukungan sumber daya manusianya. Sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan seperti modal, metode dan mesin tidak dapat memberikan hasil yang optimum apabila

tidak didukung oleh sumber daya manusia yang mempunyai kinerja yang optimum.

Diantara sumber daya yang ada sumber daya manusialah yang memegang peranan paling penting dalam memprakarsai, menggerakkan dan mendeterminasikan kegiatan-kegiatan pengintegrasian seluruh sumber daya. Semua kegiatan manajemen dalam perusahaan ditentukan oleh kompetensi, motivasi dan efektifitas manusia yang terdapat pada perusahaan tersebut. Suatu badan usaha perbankan harus mempersiapkan tenaga kerja yang memiliki sikap kerja yang tangguh, mampu dan mau mengikuti persaingan yang semakin ketat ini.

Perlu diketahui bahwa fungsi pemasar adalah untuk memasarkan hasil produk – produk yang telah di produksi untuk para konsumen. Sedangkan tugas seorang pemasar meliputi : 1) Menyeleksi calon debitur, 2) Memeriksa blanko permohonan yang telah diisi oleh calon debitur, 3) Menganalisa data – data permohonan serta kelengkapan syarat yang ada untuk di *followup* dan meminta persetujuan kepada Direksi, 4) Melakukan peninjauan atau survey ke lokasi usaha calon nasabah, 5) Menyerahkan permohonan kredit bersama dengan calon debitur kepada direktur untuk memutuskan kredit debitur, 6) Selanjutnya kepada kredit melanjutkan wawancara dengan debitur mengenai hal – hal yang berhubungan dengan permohonan kreditor diantaranya : a) Besar *plafond* disetujui, b) Cara pembayaran angsuran, bunga, provisi, jangka waktu, c) Dan hal – hal lain yang diperlukan, 7) Meminta debitur untuk menandatangani perjanjian kredit setelah dibacakan dan diberi penjelasan – penjelasan.

Banyak sekali sikap dari nasabah yang terkadang diluar dari prediksi seorang pemasar. Berhubung karena beraneka ragam bentuk kebutuhan yang dibutuhkan oleh nasabah maka emosi yang dilontarkan nasabah terhadap pemasar pun berbeda-beda. Semua itu bergantung dengan seberapa butuh seorang nasabah dengan yang dibutuhkannya dan seberapa mendesak yang dibutuhkan nasabah. Oleh karena itu sangatlah dibutuhkan ketabahan yang cukup tinggi oleh seorang pemasar dalam menghadapi nasabahnya.

Namun, untuk menunjukkan sikap kerja yang baik tidaklah mudah, dikarenakan sangat dipengaruhi oleh emosi. Seorang pemasar dituntut untuk memiliki sikap kerja yang baik dengan cara dapat membina hubungan yang baik dengan nasabah, dan dalam membina hubungan yang baik dengan nasabah sangat dibutuhkan ketabahan kerja. Ketabahan kerja itu sendiri dapat disimpulkan dari lima pokok utama dari kecerdasan emosi seseorang, yakni mampu menyadari dan mengelola emosi diri sendiri, memiliki kepekaan terhadap emosi orang lain, mampu merespon dan bernegosiasi dengan orang lain secara emosional, serta dapat menggunakan emosi sebagai alat untuk memotivasi diri, Gardner (dalam Eqi 2012)

Ketabahan yang tidak lain adalah kemampuan seseorang untuk menyadari dan mengelola emosi diri sendiri sangat menggambarkan seberapa besar kemampuan seseorang untuk dapat berinteraksi sosial, dan bagaimana tingkat kemampuan seseorang dapat berinteraksi di lingkungan sosialnya dapat pula menggambarkan bagaimana tingkat kecerdasan emosi seseorang. Sedangkan seseorang yang memiliki tingkat kecerdasan emosi yang baik tentunya diharapkan

untuk dapat termotivasi bahkan memotivasi dirinya sendiri disaat seseorang tersebut mendapat masalah, kendala ataupun disaat menghadapi sikap dari nasabah yang sangat membutuhkan kesabaran dan ketabahan kerja hingga seorang pemasar tersebut dapat mencapai targetnya.

Adapula beberapa hal lain lagi yang dapat mempengaruhi kondisi emosional karyawan pada bagian pemasar sehingga berdampak mempengaruhi kecerdasan emosional pemasar yang pada akhirnya akan sangat terlihat jelas dampaknya pada sikap kerja pemasar. Salah satu fenomena yang sering terjadi di lapangan saat ini seperti seringnya negosiasi pada nasabah yang dilakukan diluar dari jam kantor sehingga akan mengurangi waktu pada seorang karyawan bagian pemasaran untuk beristirahat ataupun berkumpul bersama keluarganya. Hal ini diperjelas lagi, seperti hasil wawancara saya dengan narasumber saya yang berinisial H, yang bekerja sebagai tenaga pemasar di Bank Sumut.

“Terkadang kami menjumpai calon nasabah yang suka berkalimat kasar, kami juga memiliki tugas untuk memikirkan nasabah atau calon nasabah yang lain. Dan tidak jarang nasabah ataupun calon nasabah mengajak bertemu atau bahkan menelpon ke telepon genggam pribadi kami diluar jam kantor, misalnya pada jam – jam dimana kami sedang beristirahat, jam – jam dimana pada saat kami sedang mengurus urusan pribadi kami yang pasti diluar jam kantor kami, dan hal ini sangat mengganggu kami bahkan dapat merubah emosi kami untuk berbicara dengan nasabah itu sendiri, kemungkinan besar juga akan mempengaruhi komunikasi kami dengan calon nasabah lainnya”. (wawancara tanggal 12 februari 2012).

Dari beberapa contoh fenomena diatas tadi, tentu dapat kita asumsikan bahwa hal-hal tersebut dapat mempengaruhi kondisi emosional pemasar sehingga sangat dibutuhkan ketabahan emosional dari seorang pemasar. Dengan demikian,

setiap kali pemasar menghadapi nasabah maka ia akan selalu ditantang untuk dapat menyesuaikan diri dengan kondisi lapangan dan kondisi nasabah tentu dengan kondisi pekerjaan seperti ini pemasar harus benar – benar memiliki ketabahan emosional serta cerdas dalam mengelola emosi.

Inilah sebabnya mereka yang tidak memiliki referensi nilai, fokus yang positif, dan harga diri akan menemui kesulitan dalam menemukan sumber daya batiniah yang diperlukan untuk menangani tantangan-tantangan yang beragam. Mengkaji kualitas-kwalitaas batiniah ini sungguh suatu aktifitas yang penting, kualitas – kwalitas yang bisa kita andalkan dalam seluruh hidup. Kualitas-kualitas ini bisa dibanguin dengan cara mengelola aspek-aspek (menurut Dr. Patricia Patton, 1998), yaitu : 1) Harga Diri : Sifat ini memberikan nilai penting pada diri sendiri dan kemampuan untuk menghargai semua keunikan yang kita miliki. Ia memberi kekuatan serta keberanian untuk menetapkan dan mempertahankan tujuan-tujuan dan untuk mengenali kemampuan-kemampuan sendiri ketika orang lain berusaha menghanurkan kita, 2) Manajemen Diri : Sifat ini membantu kita menyeleksi kehidupan melalui suara-suara, ketakutan-ketakutan dan intuisi batiniah. Ia mengelola rangsangan eksternal yang memasuki kehidupan kita serta membantu mengenali emosi-emosi dan perilaku-perilaku untuk merumuskan watak umum batin kita, 3) Ciri Diri Positif : Apa yang kita proyeksikan, keluar mencerminkan bagaimana kita memandang diri sendiri dari dalam, 4) Keseimbangan Pribadi : Mencakup keterampilan-keterampilan yang kita kembangkan untuk mengelola emosi-emosi secara efektif, mempertajam kemampuan berfikir, menangani hubungan dengan baik, dan mengambil

keputusan untuk menciptakan situasi yang memuaskan semua pihak (situasi menang-menang).

Emosi didefinisikan sebagai setiap kegiatan atau pergolakan pikiran, perasaan nafsu, setiap keadaan mental yang hebat dan meluap-luap. Emosi berkaitan dengan perubahan fisiologis dan berbagai pikiran. Jadi, emosi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia, karena emosi juga merupakan motivator perilaku dalam arti meningkatkan, tapi juga dapat mengganggu perilaku intensional manusia. Emosi merupakan hal yang paling penting dalam perkembangan otak seseorang. Banyak orang mengira bahwa emosi secara keseluruhan berada di luar kendali dirinya, sehingga berbagai reaksi atas berbagai kejadian hidup terjadi secara spontan. Padahal sesungguhnya kemampuan kita dalam mengendalikan dan mengelola emosi kita merupakan faktor penentu yang sangat penting untuk keberhasilan atau kesuksesan dalam berbagai aspek kehidupan kita. Emosi hakikatnya adalah salah satu bentuk dari komunikasi seseorang. Kala seseorang emosi, artinya ia sedang berupaya menyampaikan pesan kepada orang lain. Hanya saja bentuk penyampaiannya yang berbeda-beda, bergantung pada lingkungan dan kondisi sosial budaya yang membentuknya (dalam Rimaru 2012)

Kecerdasan emosi ini sangat berpengaruh dalam performance dan kecakapan emosi kita dalam bekerja, dan juga kemampuan diri kita dalam menghadapi suatu masalah. Seseorang yang memiliki kecerdasan emosi yang buruk walaupun IQ nya besar, dia akan gagal dalam hidupnya dikarenakan tidak mampu mengontrol diri saat menghadapi suatu masalah. Kecerdasan emosi sudah menjadi suatu tolak

ukur utama yang dicari oleh suatu perusahaan pada pegawainya dan sering merupakan karakteristik penentu kesuksesan dalam dunia kerja juga perbedaan kinerja dan performance suatu karyawan. Kecerdasan emosi adalah kemampuan untuk mendapatkan dan menerapkan pengetahuan dari emosi diri dan emosi orang lain agar bisa lebih berhasil dan bisa mencapai kehidupan yang lebih memuaskan. Emosi menunjuk pada suatu perasaan dari dalam pikiran-pikiran khas nya, baik itu dalam keadaan biologis maupun psikologis yang merupakan serangkaian kecendrungan untuk bertindak Goleman (dalam Hermawayne 2012)

Seorang pemasar juga harus memiliki kecerdasan emosi yang baik agar mempunyai kemampuan memecahkan masalah juga dalam menghadapi masalah dengan baik. Hein (dalam Eqi 2012) membedakan antara individu dengan kecerdasan emosi yang tinggi dan individu dengan kecerdasan emosi yang rendah.

Goleman (dalam Eqi 2012) berpendapat bahwa kecerdasan emosi memiliki peran yang besar dalam menciptakan orang yang berkinerja tinggi. Kecerdasan emosi sangat dibutuhkan oleh seorang pemasar untuk dapat menghadapi persaingan dan nasabah dengan baik, sesuai dengan tuntutan perusahaan dimana pemasar harus memiliki sikap kerja untuk dapat melayani nasabah dengan baik sehingga tidak membuat perusahaan merugi. Jika kecerdasan tidak disertai dengan pengelolaan emosi yang baik maka kecerdasan tersebut tidak akan memberikan kesuksesan pada hidup seseorang, termasuk pencapaian kesuksesan seorang karyawan pada bagian pemasaran dalam menghadapi nasabahnya. Hal tersebut dapat dilihat dari bukti bahwa kecerdasan emosi menjadikan emosi kita menjadi lebih cerdas, kunci utamanya adalah kejujuran pada hati. Bagi setiap karyawan

termasuk karyawan pada bagian pemasaran, kecerdasan emosi yang baik sangat membantu dalam pekerjaan untuk menghadapi dan mencari pemecahan masalah yang baik dalam setiap masalah apapun, baik dalam berhubungan dengan atasan ataupun dengan nasabah. Dari hal tersebut dapat dengan jelas kita lihat bahwa sangat berpengaruhnya kecerdasan emosi terhadap sikap kerja pada pemasar.

Adapun salah satu ciri sikap kerja adalah menunjukkan adanya hubungan antara subjek dan obyek, sikap dihubungkan dengan obyek, tempat, peristiwa, gagasan yang abstrak, dan konsep-konsep dalam lingkungan seseorang. Sedangkan salah satu ciri yang menunjukkan kecerdasan emosi yang berkualitas adalah keterampilan pengendalian perasaan (kemarahan dan kecemasan). Sehingga dapat kita simpulkan bahwa dalam sikap kerja yang baik dibutuhkan pula kecerdasan emosi yang baik juga. Jika dilihat dari beberapa contoh fenomena diatas tadi, tentu dapat kita asumsikan bahwa sikap kerja seorang karyawan adalah merupakan suatu kecenderungan untuk bereaksi terhadap suatu objek, baik objek itu positif maupun negatif sesuai dengan tujuan dan bentuk pekerjaan yang dihadapinya, sehingga hal tersebut dapat menciptakan suasana yang mendukung kenyamanan kerja pemasar dalam lingkungan pekerjaan. Sikap kerja yang baik mencerminkan bahwa individu tersebut memiliki kecerdasan emosi yang baik pula, cerminan dari kecerdasan emosi yang baik adalah sebagai suatu daya atau kemampuan untuk memahami yang merupakan wujud totalitas dari kemampuan seseorang untuk bertindak dengan tujuan tertentu, berfikir secara rasional dalam menghadapi lingkungan dengan efektif.



Berdasarkan beberapa fenomena yang terjadi tersebut diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Hubungan Kecerdasan Emosi Dengan Sikap Kerja Pada Pegawai Bagian Pemasaran Bank Sumut Medan”** (penelitian tentang sikap kerja yang ditimbulkan oleh pegawai pemasaran pada bank sumut setelah menemui beberapa tantangan yang terdapat di lapangan dan bagaimana cara mereka mengatasi dan bereaksi terhadap suatu objek, baik itu objek negatif maupun objek positif dengan menggunakan kecerdasan emosinya).

## **B. Identifikasi Masalah**

Bagi karyawan yang bekerja di Bank pada bagian pemasaran tentu akan menemui sangat banyak masalah, baik itu masalah yang ditemukan pada saat menemui nasabah ataupun masalah yang terdapat pada persaingan di lapangan dengan antar bank ataupun antar pemasar yang cukup ketat. Dengan demikian seorang pemasar harus dibekali oleh kemampuan atau keahlian untuk mendapatkan nasabah juga dapat menghadapi kondisi lapangan dengan baik. Seorang pemasar harus memiliki kemampuan memecahkan masalah yang baik dalam menghadapi nasabah agar tidak terjadi suatu permasalahan yang dapat merugikan nasabah, bank dimana tempat pemasar itu berkerja ataupun pemasar itu sendiri. Dan faktor yang dapat mempengaruhi kemampuan memecahkan dan menghadapi masalah adalah kecerdasan emosi.

Hein (dalam eqi 2012) menyatakan bahwa individu dengan kecerdasan emosi yang rendah tidak akan berani bertanggung jawab terhadap rasa yang dimiliki, tetapi lebih menyalahkan orang lain terhadap hal yang terjadi pada dirinya, juga berlebihan ataupun menekan rasa yang dimilikinya. Cenderung bertindak menyerang, menyalahkan dan menilai orang lain. Kurang memiliki kesabaran dalam menghadapi nasabah. Menghindari tanggung jawabnya dengan menyatakan tidak ada pilihan lain, pesimistis dan cenderung menganggap dirinya adil. Juga sering merasa kurang dihargai, kecewa, hambar atau merasa menjadi korban.

Sebaliknya, cara pemasar yang memiliki kecerdasan emosi yang tinggi dalam menghadapi dan memecahkan masalah, mereka akan lebih sabar dalam menghadapi nasabah, lebih bersemangat dan tidak mudah marah. Juga dapat mengambil nilai-nilai positif dari segala sesuatu yang dihadapinya, juga bertanggung jawab terhadap apa-apa yang menjadi kewajibannya dalam menangani nasabah dari proses awal hingga proses akhir. Menanggulangi jika ada keluhan nasabah dengan cepat agar tidak menjadi panjang dan berlarut-larut. Pemasar dengan kecerdasan emosi yang rendah tidak akan bisa menahan emosi dalam menghadapi nasabah jika menemukan masalah. Akan kurang sabar dalam menghadapi nasabah dan cenderung memberikan argumen yang justru dapat membuat nasabah atau calon nasabah menjadi kesal sehingga menjadi masalah yang panjang yang pada akhirnya nasabah merasa kebutuhannya tidak terpenuhi yang dapat mengakibatkan nasabah akan meninggalkan Bank tersebut dan mencari Bank lain yang lebih baik pelayanannya.

### **C. Batasan Masalah**

Pada penelitian tentang **hubungan kecerdasan emosi dengan sikap kerja pada pegawai bagian pemasaran Bank Sumut Medan**, peneliti membatasi masalahnya dengan menjelaskan tentang kecerdasan emosi dan sikap kerja pada karyawan bagian pemasaran di Bank SUMUT cabang utama Medan.

### **D. Rumusan Masalah**

Penelitian ini dilakukan ingin melihat apakah ada hubungan antara kecerdasan emosi seorang karyawan pada bagian pemasar dengan sikap kerja dalam menghadapi nasabah. Khususnya pada karyawan bagian pemasaran yang ditugaskan di kantor cabang utama kota Medan.

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis :hubungan kecerdasan emosi dengan sikap kerja pada pegawai bagian pemasaran bank sumut cabang utama Medan.

### **F. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang masalah, rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

## 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Psikologi, khususnya Psikologi Industri dan Organisasi. Terkait dengan kecerdasan emosional dan sikap kerja. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan kepustakaan dan bahan acuan bagi penelitian yang selanjutnya pada masa-masa yang akan datang.

## 2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam mengembangkan wawasan berfikir bagi karyawan pada bagian pemasaran pada Bank SUMUT dalam rangka memahami bagaimana pengendalian emosi dan pemecahan masalah, agar dapat mengambil langkah-langkah yang bijaksana dalam mengurangi pengaruh buruk pada sikap kerja pegawai Bank SUMUT pada bidang pemasaran dalam mengurangi dan menghadapi masalah yang terdapat dilapangan atau pun pada nasabah.