

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penelitian ini membahas tentang bertahanannya tenaga kerja *marketing* di sebuah perusahaan yang bergerak di bidang investasi berjangka. Tenaga kerja *marketing* dalam perusahaan pialang dianalogikan seperti pada pegawai asuransi jiwa atau disebut juga agensi, tetapi dalam perusahaan pialang, tenaga kerja yang baru bergabung disebut sebagai mitra kerja. Pemahaman tentang status mitra kerja belum sepenuhnya disadari oleh tenaga kerja *marketing* yang baru saja bergabung, sehingga tidak sedikit tenaga kerja *marketing* yang mengundurkan diri. Pentingnya kejelasan status tenaga kerja dalam sebuah perusahaan, menjadi salah satu alasan pekerja tersebut bertahan atau mengundurkan diri.

Bertahan dalam suatu posisi pekerjaan yang dimiliki saat ini, bukan hal yang mudah, karena tidak semua pekerja menduduki posisi yang tepat, melainkan terpaksa bertahan. Bekerja merupakan aktivitas yang dibutuhkan oleh manusia, terutama manusia yang memiliki tujuan hidup, maka dari itu pekerja yang berada dalam lingkup perusahaan harus menjalankan visi dan misi perusahaan tersebut, sebagai imbal balik kompensasi yang telah perusahaan berikan. Berkaitan dengan imbal balik, adapun imbal balik yang diterima tenaga kerja *marketing* PT. VIF tentunya berbeda, sebab bukan merupakan pegawai tetap melainkan hanya sebagai mitra kerja, sehingga

tidak ada ketetapan mendapatkan gaji UMK maupun UMP, serta fasilitas lainnya seperti pada umumnya tenaga kerja yang melakukan tanda tangan kontrak kerja PKWT maupun PKWTT.

PT. Victory International Futures (VIF) merupakan salah satu perusahaan yang aktif dalam kegiatan mencari tenaga kerja, termasuk disaat pandemi Covid-19. PT. Victory International Futures melakukan kegiatan rekrutmen tenaga kerja dengan menyebar *job vacancy* (iklan lowongan pekerjaan) melalui media *online*, seperti *platform job portal*, *facebook*, *instagram*, dan media *online* lainnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu tenaga kerja yang telah diterima di PT. VIF, namun tidak melanjutkan proses tersebut, disebabkan karna rasa kekecewaan perihal posisi kerja dan juga karna sedikitnya uang transport yang diberikan. Pada penelitian ini, peneliti ingin fokus pada tenaga kerja yang masih bertahan dalam target pekerjaan yang mereka harus lakukan apabila masih ingin bekerja di PT. VIF.

Sumber daya manusia merupakan asset penting yang keberadaannya sangat memerlukan perhatian khusus dalam organisasi. Sebagai pemimpin dalam sebuah organisasi, pemimpin harus memaksimalkan perannya dalam melakukan manajemen sumber daya manusia melalui penerapan fungsi pengintegrasian. Hasibuan (2020:23) mendefinisikan pengintegrasian adalah kegiatan untuk mempersatukan kepentingan perusahaan dan kebutuhan karyawan, agar tercipta kerja sama yang serasi dan saling menguntungkan. Metode pengintegrasian yang peneliti ambil sesuai kebutuhan judul peneliti

yaitu kepemimpinan dan motivasi. Peran kepemimpinan dalam setiap organisasi menjadi hal yang penting dalam mengontrol kinerja orang yang dipimpinnya.

Perilaku kepemimpinan yang jelas, memiliki visi dan misi serta menunjukkan kepercayaan diri yang kuat dan mengkomunikasikan ide-ide cemerlang dan dapat dipercaya akan berpengaruh terhadap motivasi kerja dari karyawan (Khasanah, 2019:3). Berdasarkan fakta yang ada, *marketing manager* PT. VIF menerapkan gaya kepemimpinan transformasional. Dari 4 dimensi kepemimpinan transformasional (Nugroho, 2018:79) yang terdiri dari Inspirasional, Kharisma, Perhatian pada Individu, dan Stimulasi Intelektual, namun peneliti hanya menemukan masalah pada proses Inspirasional dan Perhatian pada Individu.

Marketing manager PT. VIF selalu memotivasi karyawan untuk bisa tangguh agar bisa bertahan (*survive*) dalam perusahaan dan agar karyawan tersebut mendapatkan kepuasan dari target yang telah dicapainya sehingga kepemimpinannya memberikan motivasi terselubung, agar bawahan tergerak untuk memperbaiki jenjang karirnya di perusahaan tersebut. Berkaitan dengan penerapan motivasi tersebut, pada kenyataannya, masih terdapat tenaga *marketing* yang belum bisa melakukan *closing*, padahal sudah melalui masa kerja lebih dari 1 bulan.

Marketing Manager PT. VIF dalam menjalankan kepemimpinan transformasional seharusnya selalu membantu mereka khususnya para *Assistant Financial Planner* yang tergolong masih baru dan berada di jenjang

awal karir dalam menyelesaikan tanggung jawabnya, seperti membantu untuk berkomunikasi dengan calon nasabah hingga *deal join* dan juga menjadi seorang mentor yang selalu bersedia menjadi tempat untuk bertanya, berdiskusi, berbagi pengalaman serta menjadi tempat untuk meminta nasihat. Pada kenyataannya beberapa tenaga *marketing* merasa tidak ada tempat untuk berdiskusi sebab menurut mereka, pemimpin mereka cuek dan tidak peduli atas apa yang sedang dilakukan oleh bawahannya termasuk dalam mencari nasabah.

Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan dengan salah satu tenaga kerja *marketing* bagian *Assistant Financial Planner* mengatakan bahwa sebenarnya belum mendapatkan penghasilan padahal sudah satu bulan bekerja, karena pada saat *training* telah diberitahu bahwasanya apabila belum melakukan *closing target* tetap akan mendapatkan uang transport sebesar 1,5 juta di bulan pertama, namun kenyataannya setelah melewati satu bulan tersebut, uang transport yang dijanjikan belum juga cair hingga memasuki bulan kedua kerja sehingga tenaga *marketing* merasa bahwa melakukan sebuah pekerjaan namun belum memenuhi kebutuhan fisik dan biologisnya belum terpenuhi.

Adanya ketidaksesuaian informasi akan pemenuhan kebutuhan tenaga kerja *marketing* sering kali dihubungkan dengan belum termotivasinya tenaga *marketing* tersebut untuk bekerja lebih giat lagi dalam mencari dan mendapatkan nasabah, agar tenaga kerja *marketing* tersebut mendapatkan haknya. Hal ini juga berkaitan dengan tidak adanya kejelasan tanda tangan

kontrak sehingga tenaga *marketing* tidak memiliki bukti yang kuat untuk menuntut perusahaan agar tetap membayar uang transportnya tepat waktu meskipun belum melakukan *closing target*. Pentingnya pengakuan posisi tenaga kerja sangat dibutuhkan agar dapat memiliki bukti bila terjadi ketidaksesuaian informasi.

Apabila dilihat dari segi balas jasa, beberapa tenaga kerja *marketing* yang belum melakukan *closing target*, merasa adanya ketidaksesuaian antara balas jasa yang diterima dengan biaya yang sudah mereka keluarkan setiap kali bertemu atau mencari customer. Bahkan ada salah satu *Assistan Financial Planner* yang telah bekerja kurang lebih satu bulan namun namanya tidak terdaftar dalam organisasi sehingga tidak mendapat hak transportasi dan tenaga *marketing* tersebut merasa bingung harus bagaimana, padahal tenaga *marketing* tersebut merasa sudah bertanggung jawab atas pekerjaannya.

Penghasilan tenaga *marketing*, bergantung pada ada atau tidaknya nasabah dan transaksi yang dilakukan oleh nasabah tersebut. Ketidakpastian penghasilan ini membuat khawatir para tenaga *marketing* terutama pada *Assitant Financial Planner* yang masih baru terjun dan belum menyadari status mitra kerja yang sebenarnya. Tenaga *marketing* yang baru bergabung dan memulai jenjang karirnya dari bagian terbawah merasa adanya beban kerja yang menuntutnya untuk mendapatkan nasabah yang mau berinvestasi minimal 10 juta, sedangkan mereka merasa tidak cukup kenal dengan orang yang memiliki asset lebih yang bisa diinvestasikan dan selain itu mereka juga

khawatir tidak dapat lanjut bekerja sebab belum mencapai jenjang karir selanjutnya, dikarenakan belum melakukan *closing target*.

Priyanto (2016:110) dalam penelitiannya mengatakan bahwa kepemimpinan transformasional berpengaruh positif terhadap motivasi dan kinerja karyawan tetapi tidak signifikan. Kemudian Jacobs (2019:14) dalam penelitiannya mengatakan semua informan (bawahan) mengalami stres kerja akibat kepemimpinan yang tidak efektif, yang dikaitkan dengan hasil organisasi dan individu yang berkurang termasuk masalah kesehatan karyawan yang negatif pada tingkat psikologis dan fisiologis. Hasil dalam penelitian tersebut mengungkapkan pentingnya persepsi pengikut dalam efektivitas kepemimpinan.

Apabila dilihat dari hasil penelitian terdahulu, adanya perbedaan dengan skripsi peneliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam apakah gaya kepemimpinan transformasional yang diterapkan berperan dalam meningkatkan motivasi kerja serta dapat berperan mengatasi stres kerja yang dialami. Peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi pertimbangan untuk membantu melakukan evaluasi atas kepemimpinan yang selama ini diterapkan, serta menjadi kajian atas apa yang tenaga kerja *marketing* ingin sampaikan perihal bertahan dalam suatu pekerjaan. Peneliti juga berharap agar penelitian ini dapat menjadi pertimbangan untuk orang-orang yang baru ingin bergabung menjadi tenaga kerja di perusahaan pialang agar lebih dahulu memahami lebih dalam melalui penelitian ini.

Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek yang dipilih mengenai gaya kepemimpinan, motivasi kerja dan stres kerja. Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel (informan) tertuju sesuai dengan kebutuhan data penelitian. Peneliti menggunakan informan pada tingkat *Assistant Financial Planner* (AFP) sebanyak 4 orang. Teknik pengumpulan data yaitu dengan melakukan observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Dalam menguji keabsahan data, peneliti menggunakan uji validitas yang meliputi perpanjangan keikutsertaan dan triangulasi metode yang dilakukan dengan mengumpulkan data dengan metode lain. Teknik analisis data yang peneliti gunakan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan untuk menghasilkan penemuan baru, ilmu baru serta pemahaman yang mendalam. Maka dari itu peneliti mengambil judul **“Peran Kepemimpinan Transformasional Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Dan Mengatasi Stres Kerja (Studi Kasus Pada Tenaga Kerja *Marketing* PT. VIF Surabaya)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Tidak semua tenaga kerja di perusahaan pialang memiliki status sebagai pegawai tetap. Terutama berada pada bagian *marketing* yang berstatus sebagai mitra kerja, setiap posisi dalam *marketing* memiliki target yang telah ditentukan pada tiap tingkat posisi, agar bisa bertahan maupun naik jenjang karir. Penghasilan tenaga *marketing*, bergantung pada ada atau tidaknya nasabah dan transaksi yang dilakukan oleh nasabah tersebut.

Bertahannya tenaga kerja *marketing* dalam status mitra kerja serta situasi dan kondisi kerja yang ada saat ini membuat peneliti ingin mengetahui peran kepemimpinan transformasional dalam meningkatkan motivasi kerja dan mengatasi stres kerja.

Berdasarkan fenomena dan identifikasi masalah yang ada, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana kepemimpinan transformasional yang diterapkan oleh *marketing manager* PT. VIF?
2. Bagaimana gaya kepemimpinan tersebut berperan dalam meningkatkan motivasi kerja dan mengatasi stres kerja tenaga *marketing* PT. VIF?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui gaya kepemimpinan transformasional yang diterapkan pada tenaga kerja *marketing* PT. VIF.
2. Untuk mengetahui peran dari gaya kepemimpinan dalam meningkatkan motivasi kerja dan mengatasi stres kerja tenaga *marketing* PT. VIF.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi partisipan dalam kemajuan perkembangan pengetahuan khususnya civitas akademik dan mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura Jurusan Manajemen konsentrasi SDM.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan untuk membantu melakukan evaluasi atas kepemimpinan yang selama ini diterapkan, serta menjadi kajian atas apa yang tenaga kerja *marketing* ingin sampaikan perihal bertahan dalam suatu pekerjaan. Dan dapat menjadi pertimbangan untuk orang-orang yang baru ingin bergabung menjadi tenaga kerja *marketing* di perusahaan pialang agar lebih dahulu memahami lebih dalam melalui penelitian ini.