

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semua orang menginginkan kebahagiaan dalam hidupnya, tidak terkecuali karyawan yang bekerja dalam bidang pemasaran. Setiap perusahaan memiliki sumber daya manusia yang menjadi peran penting dalam perusahaan, karena sumber daya manusia menjadi roda penggerak dalam membangun perusahaan tersebut. Upaya dalam mencapai keberhasilan pada suatu perusahaan membutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas karena keberhasilan perusahaan bergantung pada pengelola sumber dayanya.

Karyawan sebagai sumber daya manusia memiliki peran dalam menjamin berjalannya suatu organisasi, sehingga dengan demikian menjadikan perilaku kerja karyawan sebagai hal yang penting. Perusahaan juga harus memperhatikan kebutuhan karyawan agar dapat bekerja dengan baik dan benar. Salah satu agar karyawan selalu bekerja dengan baik yaitu dengan mengetahui kebahagiaan atau kesejahteraan subjektif mereka. Sehingga karyawan dapat bekerja dengan semestinya dan memberikan hasil yang maksimal terhadap organisasi serta dapat mencapai kesejahteraan hidup. Karyawan dengan kesejahteraan subjektif yang tinggi memiliki tubuh yang cenderung lebih sehat serta memiliki emosi negatif yang lebih sedikit (Diener; Pramasari & Suseno, 2019).

Kesejahteraan dan kebahagiaan individu adalah salah satu faktor alasan mengapa seorang tetap bertahan hidup. Banyak pilihan bagaimana manusia atau seorang individu dapat bertahan hidup selain mensejahterakan dirinya secara psikologis. Salah satu cara seorang dapat bertahan hidup adalah dengan bekerja sehingga mendapatkan uang. Sehingga individu dapat memenuhi dan mempertahankan hidupnya.

Dikutip dari *jobstreet* (2022) survei terbaru yang dilakukan perusahaan penyedia solusi SDM bernama TINYpulse, diketahui hanya 30% pegawai diseluruh dunia yang bahagia dalam pekerjaannya. Dengan demikian bisa di identifikasikan bahwa 70% pegawai di seluruh dunia tidak sejahtera dalam pekerjaannya. Banyak perusahaan yang belum atau tidak memperhatikan kesejahteraan karyawan (Archand, 2017). Sementara dikutip dari Kata.co.id berdasarkan hasil survey pada 5 Juni 2023 menyatakan bahwa 88,3% pegawai di

Indonesia merasa bahagia dalam pekerjaannya, yang berarti hanya 11,7% pegawai tidak merasa bahagia.

Rasa kurang bahagia juga dialami oleh pegawai yang memiliki pekerjaan sebagai pemasaran (*marketing*). *Marketing* bisa disebut sebagai aktivitas yang saling berhubungan untuk memenuhi apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan dari apa yang dibeli oleh konsumen. *Marketing* ada di kehidupan sehari-hari, karena *marketing* bersentuhan langsung dengan masyarakat. *Marketing* tidak hanya bekerja di dalam ruangan seperti dalam mall, tetapi *marketing* juga bisa bekerja di luar ruangan seperti di pinggir jalan.

Salah satu permasalahan yang sering terjadi pada karyawan *marketing* adalah tidak bisa konsisten, terlebih jika harus mencari atau menarik perhatian nasabah dengan memposting konten/info di sosial media. Seminggu aktif memberi informasi di sosial media tetapi karena tidak ada perkembangan dapat membuat seseorang merasa sia-sia akhirnya tidak memposting lagi. Banyak permasalahan yang terjadi pada pekerja *marketing* atau pencari nasabah, baik dijalanan seperti kondisi cuaca, rasa cemas dengan adanya begal, dan target yang harus dikejar membuat individu stress, memikirkan cara agar konsumen percaya dan yakin dengan perusahaannya. Perasaan resah dan gelisah yang terus dirasakan menunjukkan kurangnya rasa kebahagiaan. Kebahagiaan adalah bagian dalam *subjective well-being* (SWB) yang mana hal tersebut merupakan suatu pandangan yang bersifat subjektif dari keseluruhan kehidupan yang dimiliki individu (Bukhari dan Khanam, 2015).

Penelitian dari (Yuliana dan Handoyo, 2020) menyebutkan bahwa apabila seorang karyawan memiliki *subjective well-being* yang baik adalah mereka yang mampu menikmati kehidupan, bisa membagi waktu, dan menjalani relasi yang baik. *Subjective well-being* yang rendah menunjukkan hal yang sebaliknya dimana karyawan akan kurang menikmati kehidupan, sulit membagi waktu dengan keluarga, juga sulit untuk menjalin relasi yang baik dengan rekan kerja.

Berdasarkan hasil wawancara pada 10 orang karyawan Warung Dana pada hari Selasa tanggal 11 Oktober 2022 dan pada tanggal 3 Januari 2023, dapat diketahui bahwa 60% (6 dari 10 orang karyawan) aspek kognitif (evaluasi terhadap kepuasan hidup individu) karyawan berpikir bahwa pekerjaannya cukup rumit, karena ada target harus selalu terpenuhi disaat banyaknya *multifinance* perusahaan lain. Selanjutnya pada aspek afektif (evaluasi

positif dan negatif yang terjadi dalam diri individu) terdapat 60% (6 dari 10 karyawan) merasa malu saat mempromosikan simpan pinjam yang ditawarkan perusahaan tempatnya bekerja, karyawan juga merasa keseimbangan dalam pekerjaan dan kehidupan pribadinya kurang baik karena kurangnya waktu bersantai disebabkan harus siap untuk survey kerumah *customer* kapan saja. Dapat disimpulkan dari hasil wawancara diatas bahwa *subjective well-being* karyawan warung dana cenderung rendah. *Subjective well-being* merupakan suatu bentuk evaluasi mengenai kehidupan individu yang bersangkutan. Menurut Tyas & Savira (2017) bentuk evaluasi ini dapat dilakukan melalui dua cara yaitu penilaian secara kognitif dan respon emosional terhadap suatu kejadian.

Banyak faktor yang memengaruhi tinggi-rendahnya *subjective well-being* salah satunya modal psikologi (Luthans; Yaya Sadiyah, 2018). (Munawaroh dan Meiyanto (2017) menjelaskan bahwa ndividu yang memiliki level *psychological capital* tinggi akan menunjukkan kepercayaan diri dalam menghadapi tantangan perubahan, tekun dan tidak mudah menyerah, dan dapat memprediksi masa depan serta membuat perencanaan positif sebagai antisipasi halhal buruk dalam perubahan. Seperti pekerja *marketing* atau pencari nasabah dengan *psychological capital* yang tinggi akan lebih mudah beradaptasi untuk melakukan dan memenuhi target kerjanya. Jika individu memiliki *hope* seperti harapan memenuhi target maka ada kemauan untuk mencari cara agar harapan itu terpenuhi contohnya seperti memposting ke sosial media, meminta tolong dengan teman atau keluarga untuk menjadi nasabah yang sudah membuat janji. Dalam penelitian Maulida (2018) membahas mengenai pengaruh *psychological capital* terhadap kesejahteraan subjektif pegawai yang bekerja pada bidang pertambangan mendapatkan hasil bahwa dimensi efikasi diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesejahteraan subjektif.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara pada 10 orang karyawan Warung Dana pada hari selasa tanggal 11 Oktober 2022 dan pada tanggal 3 Januari 2023. Pada aspek resiliensi, 5 dari 10 karyawan menyatakan mereka sering menyerah dan merasa putus asa ketika tidak mencapai target kerja yang sudah ditentukan. Aspek selanjutnya yaitu optimis 5 dari 10 karyawan tersebut tidak merasa yakin dapat memenuhi target Lalu pada aspek *self-efficacy* 6 dari 10 karyawan menyatakan ketika sudah memasuki akhir bulan dan belum mencapai target, mereka akan menyerah dan tidak terlalu berharap bisa mencapai target tersebut. Lalu pada aspek terakhir yaitu *hope* ketika pada bulan sebelumnya, 5 dari 10 orang

karyawan tersebut tidak mencapai target, maka di bulan selanjutnya mereka juga berpikir bahwa tidak akan bisa mencapai target dan tidak terlalu berusaha untuk mengejar target tersebut. Dari hasil wawancara pada 10 orang karyawan diketahui bahwa *psychological capital* karyawan warung dana cenderung rendah dan dapat dikatakan bahwa *psychological capital* berhubungan dengan kesejahteraan subjektif, karena seseorang dapat dikatakan memiliki kesejahteraan subjektif yang rendah jika individu tidak merasa puas dengan hidupnya, mengalami sedikit afeksi dan kegembiraan, lebih sering mengalami emosi negatif seperti kemarahan atau kecemasan (Andini, 2020).

Selain dari faktor *psychological capital*, terdapat faktor lainnya yang memengaruhi kesejahteraan subjektif yaitu dukungan sosial (Argyle, 2013). Dalam penelitiannya menyatakan bahwa dukungan emosional termasuk dalam dukungan sosial yang mempengaruhi kesejahteraan subjektif secara signifikan, ketika individu mendapatkan dukungan emosional dari orang terdekat maka individu tersebut akan merasa lebih nyaman dan merasa dicintai sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan subjektif pada individu tersebut. Pekerja marketing atau pencari nasabah dengan target seperti target booking perunit yang dilakukan lewat telepon, bisa meminta teman atau keluarganya untuk menelpon hanya agar nomornya tercatat sebagai nasabah yang sudah membooking. Dengan adanya dukungan sosial, akan dapat membantu individu menyelesaikan masalah yang dihadapinya (Rizqi dan Ediaty, 2020).

Dalam penelitiannya, Sulastri, Sri dan Hartoyo (2014) menjelaskan bahwa dukungan sosial jelas berpengaruh positif terhadap kesejahteraan subjektif. Artinya, semakin tinggi dukungan sosial maka semakin tinggi pula kesejahteraan subjektif individu tersebut. Abdul Hadi (2018) dukungan sosial dalam salah satu dimensinya, yaitu integrasi sosial, yang memungkinkan individu untuk mengembangkan rasa memiliki terhadap suatu kelompok yang memungkinkan mereka berbagi minat dan perhatian, serta terlibat dalam hubungan bebas. waktu, aktivitas umum dan menghilangkan perasaan cemas, yang dapat meningkatkan kesejahteraan subjektif.

Berdasarkan hasil wawacara pada 10 orang karyawan Warung Dana pada hari selasa tanggal 11 Oktober 2022 dan pada tanggal 3 Januari 2023. Pada aspek dukungan keluarga 5 dari 10 karyawan merasa sedih, pusing dan kelelahan kurangnya waktu luang untuk istirahat dirumah karena ketika dirumah mereka juga harus melalukakan pekerjaan rumah, kurangnya

aktivitas bersama keluarga seperti liburan atau sekedar menonton TV bersama untuk melepaskan stress dari tempat kerja dan mempertanyakan mengapa mendapatkan gaji yang sedikit, tidak memberi semangat tetapi mengeluh karena berpikir tidak akan cukup. Lalu 5 dari 10 orang lainnya merasa kesal karena kurang dukungan dari rekan kerja karena saat mereka meminta ide dan solusi, masukan dalam strategi pemasaran atau cara berbicara pada agar yakin dengan yang mereka tawarkan sehingga dapat mencapai target tetapi mereka tidak mendapat *feedback* yang baik dari rekan kerjanya terkesan seperti tidak mau ikut campur dengan urusannya. Pada aspek *significant other* 5 dari 10 orang karyawan tersebut tersebut juga merasa tidak dapat dukungan dari orang terdekat seperti kekasihnya, karena merasa tidak di dengar saat bercerita tentang masalah dalam pekerjaannya, kurang merasa nyaman karena ketika berkeluh kesah justru berkata bahwa sama-sama pusing dalam pekerjaannya. Hasil wawancara diatas diketahui bahwa dukungan sosial karyawan warung dana cenderung rendah, dan dapat dikatakan bahwa dukungan sosial berpengaruh pada kesejahteraan subjektif. Dukungan sosial yang diterima individu dapat memberikan pengaruh positif berupa kesehatan maupun psikologis. (Maksum & Mabururi, 2016).

Warung Dana Group adalah perusahaan retail dan bergerak di bidang bisnis dana tunai multiguna dengan jaminan BPKB Kendaraan bermotor atau mobil yang beridiri sejak tahun 2016 hingga sekarang. Salah satu cabang Warung Dana Grou Bekasi ada di Harapan Indah Bekasi, Jawa Barat. Dengan jumlah pegawai 52 orang. Warung Dana mempunyai target yang ditetapkan. Hal itu membuat karyawan harus bekerja semaksimal mungkin dan bahkan harus meluangkan waktu di luar jam kerja untuk mendapatkan nasabah demi mencapai target. Terdapat konsekuensi dari bekerja di luar jam kerja, mereka mendapat reward apabila mencapai target namun mereka juga kehilangan waktu untuk beristirahat. Sehingga memberikan tekanan tersendiri bagi karyawan Warung Dana cabang Harapan Indah Bekasi.

Berdasarkan, fenomena dan hasil pengamatan langsung yang telah dijelaskan di atas menjadi dasar penulis menguji pengaruh Modal Psikologis dan Dukungan Sosial terhadap Kesejahteraan Subjektif pada karyawan Warung Dana Group"

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas terdapat beberapa rumusan masalah antara lain:

1. Bagaimana gambaran *psychological capital*, dukungan sosial dan *subjective well-being* pada karyawan di Warung Dana Group?
2. Apakah terdapat pengaruh *psychological capital* terhadap *subjective well-being* pada karyawan di Warung Dana Group?
3. Apakah terdapat pengaruh dukungan sosial terhadap *subjective well-being* pada karyawan di Warung Dana Group?
4. Apakah terdapat pengaruh *psychological capital* dan dukungan sosial terhadap *subjective well-being* pada karyawan di Warung Dana Group?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran *psychological capital*, dukungan sosial dan *subjective well-being* pada karyawan di Warung Dana Group.
2. Untuk mengetahui pengaruh *psychological capital* terhadap *subjective well-being* pada karyawan di Warung Dana Group
3. Untuk mengetahui pengaruh dukungan sosial terhadap *subjective well-being* pada karyawan di Warung Dana Group
4. Untuk mengetahui pengaruh *psychological capital* dan dukungan sosial terhadap *subjective well-being* pada karyawan di Warung Dana Group

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teori, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan psikologi, khususnya dalam bidang psikologi organisasi. Penelitian ini juga dapat mengembangkan modal psikologis, dukungan sosial dan kesejahteraan subjektif.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan bagi organisasi dan individu seperti karyawan untuk meningkatkan kesejahteraan subjektif karyawan serta memaksimalkan dan memberikan manfaat bisnis dan kehidupan pribadi.