

SELF EFFICACY TRAINING DAN PENINGKATAN ADVERSITY QUOTIENT PADA TENAGA PEMASARAN



Dr. HM. Noer Soetjipto, SP., SE., MM.

Meningkatkan efikasi diri dan daya juang harus terukur, dan out put dari program pelatihan harus dapat diprediksikan. One design pre-test post-test yang digunakan dalam penelitian eksperimen adalah pembanding yang paling relevan untuk mengetahui out put dari suatu program pelatihan.

SELF EFFICACY TRAINING **DAN PENINGKATAN** ***ADVERSITY QUOTIENT*** **PADA TENAGA PEMASARAN**

Meningkatkan efikasi diri dan daya juang harus terukur, dan out put dari program pelatihan harus dapat diprediksikan. One design pre-test post-test yang digunakan dalam penelitian eksperimen adalah pembandingan yang paling relevan untuk mengetahui out put dari suatu program pelatihan.

Dr. HM. Noer Soetjipto, SP., SE., MM.
(DOSEN PASCASARJANA STIE ABI SURABAYA)



Penerbit K-Media
Yogyakarta, 2016

***SELF EFFICACY TRAINING DAN PENINGKATAN ADVERSITY
QUOTIENT PADA TENAGA PEMASARAN***

x + 72 hlm.; 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-602-451-809-7

Penulis : HM. Noer Soetjipto

Tata Letak : Uki

Desain Sampul : Uki

Cetakan : April 2016

Copyright © 2016 by Penerbit K-Media
All rights reserved

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang No 19 Tahun 2002.

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektrik maupun mekanis, termasuk memfotocopy, merekam atau dengan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penulis dan Penerbit.

Isi di luar tanggung jawab percetakan

Penerbit K-Media
Anggota IKAPI
Banguntapan, Bantul, Yogyakarta.
e-mail: kmedia.cv@gmail.com

KATA PENGANTAR

Segenap puja dan puji syukur untuk Allah Yang Maha Pengasih dan Penyayang, dan terima kasih untuk semua yang terlibat dalam kegiatan penelitian dan pelatihan karyawan di PT. Dipa Kusuma Nugraha Mojokerto.

Pelatihan karyawan, khususnya di bidang pemasaran merupakan hal yang sangat urgent bagi setiap perusahaan, dan peningkatan volume penjualan sangatlah bergantung dari kemampuan, dan daya juang para karyawan bagian pemasaran untuk mengenalkan suatu produk ataupun jasa di masyarakat sesuai segmentasi pasarnya. Untuk itu, karyawan khususnya di bidang pemasaran perlu memperoleh bekal, tambahan pengetahuan *soft skills* dan *hard skills* yang menjadi performa dirinya dalam menjalankan tugas-tugas dengan target yang kadang melebihi kewajaran. Maka pemberian latihan *soft skills* dalam bentuk latihan *self efficacy* diri dipandang paling relevan untuk menumbuhkan keyakinan dalam diri dan meningkatkan daya juang para karyawan di bidang marketing. Namun tidak akan berhenti di situ, karyawan juga membutuhkan keterampilan dan keahlian lain yang mendukung seperti pelatihan komunikasi.

Pelatihan *self efficacy* ini dipilih karena mempertimbangkan aspek kekuatan pikiran yang *mindfulness* dan menekankan pada pengendalian, dan optimalisasi kekuatan dari dalam diri yang menumbuhkan motivasi, semangat, daya juang, serta mengoptimalkan keterampilan yang sudah

ada pada karyawan dan kemampuan improvisasi manakala karyawan pemasaran di lapangan menghadapi berbagai kendala.

Hasil penelitian yang dilaporkan dalam buku referensi ini telah menggambarkan tipikal karyawan bagian marketing secara keseluruhan, dan membandingkan kualitas diri karyawan yang telah memperoleh pelatihan dan yang tidak memperoleh pelatihan. Tentu hasil pelatihan dalam prakteknya akan diamati dan di catat, apakah karyawan mengalami peningkatan kinerjanya dalam bentuk kuantitas dan kualitas hasil penjualan. Ini yang akan menjadi tugas selanjutnya, yang peran bagian SDM sangat menentukan untuk memotivasi agar setiap karyawan *me-maintenance* dirinya agar menjaga dan membiasakan melatih diri sesuai materi pelatihan yang disampaikan.

Suatu kegiatan pelatihan *soft skills* maupun *hard skills* membutuhkan perawatan dan pembiasaan diri, tanpa pembiasaan diri maka suatu program pelatihan seaneh apapun tidak akan memberikan dampak apa-apa. Materi pelatihan harus di serap, dan tugas pimpinan SDM adalah mendampingi dan mengawal karyawan yang telah memperoleh pelatihan serta memantau perkembangan kinerjanya.

Demikianlah pengantar ini penulis sampaikan, dan terima kasih atas kontribusi yang diberikan oleh Para Pimpinan di STIE ABI Surabaya, dan Pimpinan PT. Dipa Kusuma Nugraha Mojokerto.

Self Efficacy Training dan Peningkatan Adversity Quotient pada Tenaga Pemasaran

Semoga Allah Yang Maha Pemurah senantiasa memberkati kita semua dengan keberhasilan dan kebahagiaan. Amin

Surabaya, April 2016
Hormat Kami

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix

BAB 1

Pendahuluan.....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi dan Rumusan Permasalahan	8
3. Tujuan Penelitian	10
4. Manfaat Penelitian.....	10

BAB 2

Telaah Pustaka	12
1. Pelatihan Self Efficacy	12
2. <i>Adversity Quotient</i>	26
3. Kerangka Berpikir.....	33
4. Hipotesis	34

BAB 3

Metode Penelitian	35
1. Jenis dan Desain Penelitian.....	35
2. Definisi Operasional Variabel Penelitian	37
3. Pengambilan Sampling	39
4. Teknik Pengumpulan Data.....	40
5. Pengembangan Alat Ukur Penelitian.....	41
6. Analisis Data.....	43

BAB 4

Hasil Penelitian dan Pembahasan 49

1. Deskripsi Subjek Penelitian.....49
2. Evaluasi Kegiatan Pelatihan54
3. Hasil Pengujian Hipotesis56
4. Pengaruh pelatihan terhadap *Self Efficacy*.....57
5. Pengaruh pelatihan terhadap *Adversity Quotient*58

BAB 5

Penutup 62

1. Kesimpulan62
2. Saran63

DAFTAR PUSTAKA 65

PROFIL PENULIS 70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kriteria scoring skala penelitian	40
Tabel 2. Uji validitas skala <i>self efficacy</i> (pre tes)	42
Tabel 3. Uji validitas skala <i>adversity quotient</i> (pre tes)	42
Tabel 4. Uji Normalitas	44
Tabel 5. Uji homogenitas	45
Tabel 6. Uji beda antar kelompok (<i>pre test</i>)	45
Tabel 7. Uji beda antar tes antar kelompok (<i>pre test - post test</i>)	46
Tabel 8. Subjek penelitian berdasarkan jenis kelamin.....	49
Tabel 9. Subjek penelitian berdasarkan masa kerja	50
Tabel 10. Subjek penelitian berdasarkan kelompok usia.....	51
Tabel 11. Subjek penelitian berdasarkan jenjang pendidikan.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Desain Penelitian.....	36
Gambar 2 Perbedaan masa kerja antar kelompok.....	50
Gambar 3 Perbedaan kelompok usia antar kelompok.....	52
Gambar 4 Jenjang pendidikan subjek antar kelompok.....	53

BAB 1

Pendahuluan

1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan suatu perusahaan salah satunya terletak dari kemampuan perusahaan menyediakan sumber daya manusia yang unggul, dan upaya penyediaan sumber daya manusia tersebut hanya dapat diperoleh melalui pengembangan serta upaya peningkatan mutu sumber daya manusianya. Sumber daya manusia yang unggul adalah sumber daya yang memiliki kualifikasi sesuai kebutuhan perusahaan dan mampu menjadi daya dukung pencapaian tujuan perusahaan. Untuk itu perusahaan perlu menyusun suatu strategi yang merangsang pertumbuhan sumber daya manusia, yaitu tenaga kerja atau karyawan yang memiliki kualifikasi keahlian yang diperlukan. Dalam hal tersebut faktor perencanaan dan pengelolaan manajemen yang baik, penerapan program perencanaan dan pengembangan karir, serta pelatihan menjadi bagian yang penting dalam satu rangkaian pengembangan sumber daya manusia.

Demikian halnya dengan perusahaan atau industri manufaktur yang bergerak di bidang industri dan perdagangan pupuk, sangat perlu memiliki sumber daya manusia yang unggul, yang mampu menangkap setiap

peluang pasar baik dari segi proses sampai pada hasil dan berbagai kelebihan dan kekurangan serta dampak-dampaknya. Hal tersebut cukup penting, mengingat produksi pupuk merupakan salah satu kebutuhan dasar di sektor ketahanan pangan yang sebagian di kontrol oleh negara. Apalagi pada masa sekarang, PT Pupuk Indonesia (Persero) melakukan pengembangan bisnis untuk menghadapi persaingan global yang terus meningkat. Jika kebutuhan dalam negeri tidak bisa dipenuhi produk dalam negeri, maka produk luar akan mudah masuk dan menguasai pasar.

Perusahaan pupuk di dunia itu memproduksi total 230 juta ton per tahun sementara konsumsi hanya 170 juta ton, ini sudah *oversupply*. Di samping itu, prospek bisnis pupuk pun masih menjanjikan seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan berkurangnya lahan pertanian. Dibutuhkan jenis pupuk yang lebih baik dalam meningkatkan produktivitas tanaman. Kedua hal tersebut, antara *over supply* dengan prospek bisnis yang menjanjikan merupakan suatu yang bertolak belakang, artinya dengan ketersediaan pasokan pupuk dan peluang merupakan ajang kompetisi bagi seluruh perusahaan pemasaran pupuk di indonesia.

Setiap perusahaan, seperti halnya industri pupuk telah menetapkan suatu target perolehan hasil yang hendak dicapai dalam upaya mengembangkan potensi yang dimilikinya, serta melebarkan area pemasarannya. Untuk mencapai keberhasilan, maka perusahaan perlu menyusun suatu rencana dan menentukan standart efisiensi produktivitas kerja setiap karyawan. Hal tersebut dipandang sebagai

kewajaran, karena produktivitas itu sendiri merupakan gabungan antara produksi dengan aktivitas yang dilakukan oleh sumber daya manusia sebagai elemen terpenting dalam produktivitas kerja.

Untuk itu setiap karyawan yang menekuni bidang pemasaran, khususnya produk industri pupuk sangat dituntut untuk dapat mengoptimalkan potensi dirinya, yaitu keyakinan dirinya dalam memasarkan variansi produk pupuk, menumbuhkan daya juang dan dedikasi yang tinggi untuk melampaui persaingan. Demikian halnya karyawan di PT. Kusuma Dipa Nugraha Mojokerto, yang merupakan suasta yang bergerak di sektor industri pupuk juga harus berkompetisi dan menyiapkan karyawannya sebagai sumber daya yang unggul dan mampu bersaing dalam pasar pupuk di tanah air. Untuk itulah upaya pihak manajemen dalam meningkatkan mutu kerja karyawan, khususnya bagian pemasaran pupuk menjadi perhatian dan prioritas kerja, karena pemasaran dipandang sebagai ujung tombak dari keberhasilan perusahaan.

Karyawan bidang pemasaran dituntut leih mampu untuk menyelesaikan setiap tugas pekerjaan secara efektif, lebih mampu bersaing ketat dengan karyawan lainnya yang menjadi relasi kerjanya, serta karyawan dari perusahaan kompetitor agar tercapai target yang ditetapkan perusahaan. Untuk itu hal yang dipandang penting dalam pengembangan mutu kerja karyawan di bidang pemasaran, adalah pada aspek kepribadian karyawan, yang merupakan modal dasar yang menunjang proses kerja karyawan pemasaran.

Beban kerja karyawan pemasaran tergolong berisiko, apabila karyawan tidak sanggup mencapai suatu target penjualan tentu maka tidak jarang karyawan mengalami suatu tekanan. Hal tersebut tidak jarang menjadikan karyawan menjadi takut, gelisah, tegang, cemas, serta panik, dan bahkan di bidang pemasaran *labour turn over* tergolong paling tinggi. Seorang karyawan *marketing* memiliki tantangan tersendiri, dimana karyawan dituntut untuk mencapai target penjualan dalam kurun waktu serta jumlah yang memaksa karyawan untuk menguras pikiran serta tenaga yang dimiliki, semakin tinggi tingkat pemasaran yang diperoleh maka semakin tinggi tingkat kesulitan yang akan dihadapinya.

Adanya standart target dan batasan waktu itulah yang menyebabkan sebagian karyawan mengalami stress kerja yang timbul akibat tekanan yang cukup berat dalam mencapai target yang telah ditentukan (Tempo, 2014). Hal tersebut relatif cukup membuat seorang karyawan marketing dapat memenuhi targetnya namun dengan cara seperti ini bisa saja mengurangi kualitas kerja karyawan sendiri karena hanya mementingkan tercapainya target saja. Sedangkan untuk memiliki produktivitas kerja yang baik, seorang karyawan *marketing* harus memenuhi kualitas kerja, kuantitas kerja dan ketepatan waktu tidak hanya semata-mata memenuhi target tanpa memperhatikan ketiga hal tersebut (Simamora, 2004).

Berkenaan dengan kondisi tersebut, seorang karyawan pemasaran seperti halnya di PT. Dipa Kusuma Nugraha harus memiliki *self efficacy* yang tinggi sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Bandura (1994) menjelaskan bahwa *self efficacy* merupakan keyakinan seseorang pada kemampuan yang dimilikinya untuk menumbuhkan motivasi, kemampuan berpikir, dan tindakan yang diperlukan pada situasi yang dihadapi. Seseorang yang memiliki *self efficacy* yang tinggi lebih berorientasi pada keberhasilan, dan memprioritaskan hasil yang hendak dicapai, serta mampu mengembangkan kepribadian yang kuat, mencegah munculnya stres kerja dan tidak mudah terpengaruh situasi yang mengancam.

Self-efficacy yang tinggi pada individu di dalam organisasi akan mempunyai implikasi pada tingkatan kesulitan dan kekhususan yang tinggi di dalam penetapan tujuan yang mendorong motivasi yang tinggi terhadap pencapaian kinerja individu. Seseorang yang memiliki *self-efficacy* yang kuat akan mencurahkan usaha dan perhatiannya dalam mencapai kinerja. Bandura (1994), menjelaskan bahwa seseorang yang memiliki *self-efficacy* bagus akan mampu memberikan kontribusi besar terhadap motivasi dirinya yang mencakup perhatian, menetapkan perencanaan, pencapaian tujuan dan target untuk dirinya, sanggup menyelesaikan tugas dan pencapaian target serta lebih siap menghadapi kegagalan.

Larson dan Daniels (Saidah dan Aulia, 2014), dalam penelitiannya menjelaskan bahwa seorang karyawan yang

memiliki *efikasi diri* tinggi lebih mampu melihat masalah yang mengawatirkan sebagai hal yang menantang. Karyawan akan menetapkan tujuan yang realistis dan memiliki pikiran yang mandiri dalam usahanya mengatasi permasalahannya. Penelitian Caldwell, Harrison, dan Marianne (2010), juga memberikan suatu penjelasan bahwa efikasi diri yang tinggi pada karyawan memiliki keteguhan dan ketekunan dalam menghadapi tugas dan pekerjaan yang dianggap sulit, tanpa menghindari atau menunda penyelesaiannya.

Selain faktor efikasi diri, faktor instrinsik lainnya yang dibutuhkan karyawan adalah daya juang (*adversity quotient*). Penelitian Saidah dan Aulia (2014), serta Tigchelaar & Khaled (2015), juga menjelaskan terkait dengan hubungan *adversity quotient* dengan kinerja karyawan dengan yang menunjukkan adanya hubungan positif antara keduanya, yang juga berkaitan dengan efikasi diri. Kinerja yang baik akan berkaitan dengan baiknya produktivitas kerja seorang karyawan (Panayiotou & Vrana, 2004).

Stoltz (2005), menjelaskan bahwa dalam diri setiap orang terdapat kecerdasan *adversity* dan diperkirakan lebih kuat dalam memberikan pengaruhnya pada pencapaian keberhasilan dibandingkan kecerdasan yang telah ada sebelumnya. Kecerdasan ini bernama *adversity quotient* yaitu kecerdasan dalam menghadapi kesulitan atau hambatan dan kemampuan bertahan dalam berbagai kesulitan hidup dan tantangan yang dialami.

Adanya kemampuan dalam mengatasi setiap kesulitan ini kemudian didukung oleh hasil penelitian eksperimen yang

dilakukan oleh Nicholls, Polman, & Levy (2010), dan Hastuti (2015) yang pada penelitian tersebut membuktikan bahwa orang yang menghadapi permasalahan dengan pikiran positif cenderung memiliki kemampuan menghadapi kesulitan yang baik. Seseorang karyawan yang memiliki *adversity quotient* tinggi cenderung membiasakan untuk berpikir positif dalam menghadapi berbagai situasi yang dialaminya sehingga membuatnya lebih mudah menemukan jalan keluar atau solusi di setiap permasalahan. *Adversity quotient* dapat memberikan gambaran tentang seseorang yang berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk bertahan saat menghadapi berbagai persoalan dan kesulitan menyelesaikan tugas, serta memiliki kesanggupan untuk menuntaskan permasalahan yang menjadi tanggung jawabnya; siapa yang mampu mengatasi kesulitan; siapa yang sanggup melampaui harapan atas hasil kerja dan potensi diri serta siapa yang akan gagal; serta siapa yang akan menyerah dan siapa yang akan bertahan.

Selain itu karyawan yang memiliki kemampuan untuk bertahan dan terus berjuang dengan gigih dalam menghadapi berbagai kesulitan maka ketika dihadapkan pada sebuah permasalahan hidup akan tetap memiliki motivasi, dorongan, antusiasme, semangat, serta daya juang yang tinggi (*adversity quotient*). Karena itulah setiap karyawan yang memiliki *adversity quotient* maka akan banyak membuka peluang untuk meningkatkan produktivitas dan meningkatkan kinerja perusahaan, terutama dalam hal pemasaran. Berbeda halnya dengan individu yang memiliki *adversity quotient* rendah,

ketika menghadapi suatu masalah cenderung lebih mudah menyerah pada keadaan, bersifat pesimistik, cenderung bersikap negatif terhadap permasalahan yang dihadapinya.

Berkenaan dengan gambaran tentang efikasi diri dan kecerdasan *adversity*, kemampuan karyawan bidang *marketing* dalam menghadapi beban kerja dan berbagai kesulitan serta beberapa fenomena yang terjadi di atas terkait dengan tugas *marketing* menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut proses pembentukannya, baik menumbuhkan *self efficacy* maupun *adversity quotient*. Dalam penelitian ini tertarik dan penting untuk mengukur dampak suatu pelatihan yang merupakan peningkatan mutu sumber daya manusia, terutama karyawan bagian *marketing*. Memberikan pelatihan *self efficacy* diharapkan mampu meningkatkan efikasi diri dan kecerdasan *adversity* pada karyawan *marketing* karena kedua hal tersebut sangat diperlukan karyawan.

2. Identifikasi dan Rumusan Permasalahan

a. Identifikasi Masalah

Sebagaimana latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan, maka dapat dilakukan identifikasi masalah sebagai acuan bahasan sebagai berikut.

- a. Masalah yang mendasar yang dipandang sebagai suatu kendala oleh karyawan bagian pemasaran produk yang dikontrol oleh negara seperti pupuk adalah terkait dengan keahlian (*ability*), dan lebih dalam lagi yaitu faktor intrinsik. Faktor intrinsik adalah faktor dari dalam diri individu, yang apabila kurang memiliki

- keyakinan dalam dirinya (*self efficacy*) dan kurang memiliki daya juang (*adversity quotient*) untuk mencapai hasil, maka tidak jarang seorang marketing akan memilih beralih bidang kerja.
- b. *Self efficacy* merupakan keyakinan dalam diri seseorang untuk melakukan dan menyelesaikan tugas-tugas tertentu dalam kurun waktu tertentu sebagai satu *performance* kerjanya. Seorang *marketing* dipandang membutuhkan *self efficacy* yang tinggi karena harus bekerja dengan target waktu dan jumlah yang ditetapkan.
 - c. *Adversity quotient* merupakan refleksi dari keyakinan diri yang lebih mengarah pada atribusi diri seorang marketing, tentang kesanggupan menyelesaikan target hasil kerja dalam periode waktu tertentu beserta cara-cara kerja yang menuntut keahlian dan semangat, serta kegigihan untuk menyelesaikan setiap tahap rencana kerja yang ditetapkan sendiri.
 - d. Pelatihan *self efficacy* adalah proses belajar secara praktis dalam waktu pendek untuk menumbuhkan apa yang disebut sebagai sumber-sumber efikasi pada diri seseorang, dengan memunculkannya melalui pengalaman langsung atau merasakan suatu pengalaman yang dapat menumbuhkan efikasi. Pada gilirannya pelatihan efikasi dengan materi-materi yang sesuai dengan konsep sumber efikasi diri diharapkan dapat menumbuhkan *adversity quotient* yang menjadi efek yang terkait dengan efikasi diri.

b. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi permasalahan yang telah dipaparkan, maka rumusan permasalahan yang diajukan sebagai pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut.

- a. Apakah ada pengaruh pelatihan *self efficacy* terhadap peningkatan *self efficacy* pada karyawan *marketing* PT. Kusuma Dipa Nugraha?
- b. Apakah ada pengaruh pelatihan *self efficacy* terhadap peningkatan *Adversity quotient* pada karyawan *marketing* PT. Kusuma Dipa Nugraha?

3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis, menguji dan membuktikan adanya pengaruh pelatihan *self efficacy* terhadap peningkatan *self efficacy* dan *adversity quotient* pada karyawan bagian *marketing* pupuk di PT. Kusuma Dipa Nugraha Mojokerto.

4. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengembangan wacana keilmuan bidang manajemen dan pengembangan sumber daya manusia, dan pengayaan penelitian bidang sumber daya manusia serta psikologi industri dan organisasi.

b. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi wacana praktis, yang menginspirasi manajemen perusahaan untuk melakukan kegiatan pelatihan dengan hasil yang terukur dan dapat diprediksikan. Diharapkan pula dari hasil penelitian ini, dapat dilakukan berbagai upaya pembiasaan pada karyawan untuk menerapkan materi pelatihan dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Hasil Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan pengembangan keilmuan khususnya penelitian tentang sumber daya manusia, dan pemberdayaan karyawan melalui program pelatihan.

BAB 2

Telaah Pustaka

1. Pelatihan Self Efficacy

a. Definisi Self Efficacy

Self-efficacy merupakan satu kemampuan mengelola potensi dalam diri individu. Konsep *self efficacy* pertama kali dikemukakan oleh Bandura. *Self efficacy* mengacu pada persepsi tentang kemampuan individu untuk mengatur, merencanakan dan melakukan suatu tindakan yang ditunjukkan dalam bentuk kecakapan tertentu (Bandura, 1986). Baron dan Byrne (2000) mengemukakan bahwa *self efficacy* merupakan penilaian individu terhadap kemampuan atau kompetensinya sendiri dalam melakukan suatu tugas, mencapai suatu tujuan dan target hasil, serta mencapai sesuatu yang diharapkan. Schultz (Luthans dan Combs, 2007), juga memberikan penjelasan bahwa *self efficacy* sebagai perasaan seseorang terhadap kecukupan, efisiensi, dan kemampuan dirinya dalam mengatasi berbagai situasi dalam kehidupan.

Beberapa ahli menjabarkan konsep tentang *self efficacy* cukup bervariasi, menurut Schultz (dalam Alwisol, 2005), *self efficacy* dipandang sebagai kondisi perasaan seseorang terhadap kecukupan, efisiensi, dan kemampuan diri dalam

menghadapi berbagai masalah kehidupan. Bandura (1997), menjelaskan bahwa *self efficacy* sebagai suatu bentuk keyakinan seseorang terhadap kemampuan dirinya dan mengkondisikan dirinya sendiri untuk dapat bereaksi sesuai tujuan terhadap situasi dan kondisi tertentu. Selanjutnya Lahey (2004), mendefinisikan *self efficacy* sebagai suatu pandangan diri seseorang, bahwa dirinya mampu menyelesaikan sesuatu yang dipandang penting untuk mencapai tujuannya. Hal ini mencakup perasaan mengetahui apa yang dilakukan dan seseorang secara emosional sanggup melakukannya. Bandura (dalam Reuwpasha, 2015), menjelaskan bahwa *self efficacy* adalah keyakinan, persepsi, dan kekuatan dalam diri seseorang yang dimunculkan oleh individu itu sendiri untuk membentuk perilakunya sendiri, atau suatu kepercayaan bahwa “aku bisa” untuk mengatasi berbagai situasi dan memperoleh suatu hasil yang positif, dan dapat mempengaruhi cara seseorang dalam memberikan reaksi terhadap situasi dan kondisi tertentu.

Bandura (1994), memberikan pengertian *self efficacy* sebagai *Perceived self-efficacy is defined as people's beliefs about their capabilities to produce designated levels of performance that exercise influence over events that affect their lives. Self-efficacy beliefs determine how people feel, think, motivate themselves and behave. Such beliefs produce these diverse effects through four major processes. They include cognitive, motivational, affective and selection processes.* Hal tersebut menurut Bandura (dalam Siagian, 2004), *self efficacy* adalah suatu bentuk kepercayaan atau keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap

kemampuan atau kecakapan dalam diri masing-masing untuk meningkatkan prestasi kehidupannya.

Bandura (dalam Judge, *et al.*, 2002), memberikan penjelasan bahwa *Self-efficacy* adalah *affects every area of human endeavor. By determining the beliefs a person holds regarding his or her power to affect situations, it strongly influences both the power a person actually has to face challenges competently and the choices a person is most likely to make. These effects are particularly apparent, and compelling, with regard to behaviors affecting health.* Judge *et al.* (2002), juga memberikan tentang efikasi diri sebagai *argued the concepts of locus of control, neuroticism, self-efficacy and self-esteem measured the same, single factor and demonstrated them to be related concepts. Understanding how to foster the development of self-efficacy is important for policymakers, educators, and others in leadership positions, and to anyone seeking to build a happier, more productive life.*

Hal tersebut dapat diartikan bahwa *self-efficacy* dapat mempengaruhi setiap bidang tindakan ataupun upaya setiap orang, dengan menetapkan prinsip yang diyakini, yang berada dalam dirinya, maka seseorang akan merasa percaya bahwa dirinya sanggup dan mampu, serta dapat menyelesaikan suatu permasalahan dan tugas-tugas dalam situasi tertentu dan kurun waktu tertentu. Adanya efikasi tersebut akan sangat mempengaruhi tindakan, kesungguhan dan ketekunan seseorang dalam menghadapi setiap tantangan dan pilihan yang akan dihadapi seseorang. Efek ini sangat jelas, dan menarik, berkaitan dengan perilaku yang

mempengaruhi kondisi daya juang, semangat, dan motivasi seseorang dalam mencapai suatu hasil yang ditentukan.

Berdasarkan persamaan pendapat para ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa *self efficacy* merupakan keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap kemampuan yang ada pada dirinya untuk mengatur dan merencanakan, menyelesaikan suatu tugas, mencapai target hasil yang ditetapkan, dan menghasilkan sesuatu serta melakukan suatu tindakan sebagai bentuk keahlian atau keterampilan yang dimilikinya.

b. Pengukuran Self Efficacy

Bandura (dalam Alwisol, 2012), beberapa penelitian seperti yang dilakukan Reuwpasha (2005), dan Febriantomo (2014), yang mengajukan beberapa indikator sebagai instrumen pengukuran *self efficacy* meliputi:

a. Tingkatan (*Magnitude*)

Merupakan kesanggupan seseorang untuk menyelesaikan suatu tuntutan tugas dengan berbagai tingkat kesulitan atau kesukaran untuk diselesaikan sebagai suatu hasil atau performansi yang optimal. Tingkatan ini dapat dikatakan sebagai suatu tahap seseorang dalam meyakini kemampuan dirinya untuk melakukan suatu usaha atau tindakan yang dapat dilakukan.

b. Kekuatan (*Strength*)

Yaitu keyakinan dalam diri seseorang terhadap kemampuan dirinya untuk lebih kuat dan teguh dalam

melakukan usaha tanpa mengesampingkan kesulitan yang dihadapi, tidak merasa kewalahan dalam menghadapi kesulitan.

c. Keadaan umum (*Generality*)

Yaitu seberapa besar keyakinan seseorang terhadap keterampilan dan kemampuannya untuk menyelesaikan suatu tugas di berbagai situasi, mulai dari aktivitas yang biasa dilakukan sampai pada aktivitas yang belum pernah dilakukan dalam serangkaian tugas dan situasi yang bervariasi.

c. Pembentukan Self Efficacy

Bandura (dalam Alwisol, 2005; dan Febriantomo, 2014) menguraikan proses psikologis pembentukan *self efficacy*. Proses tersebut dapat dijelaskan melalui cara-cara, yaitu:

a. Proses kognitif.

Dalam melakukan tugas pekerjaannya, seseorang akan menetapkan suatu tujuan yang hendak di capai dan sasaran tindakannya sehingga seseorang dapat merencanakan tindakan yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut. Penentuan sasaran pribadi tersebut dipengaruhi oleh penilaian seseorang akan kemampuan kognitifnya.

Fungsi kognitif memungkinkan seseorang untuk memprediksi kejadian sehari-hari yang dapat berakibat pada masa depan. Asumsi yang timbul pada aspek kognitif ini adalah semakin efektif kemampuan yang digunakan seseorang dalam analisis dan dalam berlatih

untuk mengungkapkan ide-ide atau gagasan pribadi, maka akan mendukung seseorang untuk bertindak secara tepat untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Seseorang akan menjadi mampu untuk meramalkan kejadian dan mengembangkan cara untuk mengontrol kejadian yang mempengaruhi hidupnya. Keahlian ini membutuhkan proses kognitif yang efektif dari berbagai macam informasi.

b. Proses motivasi

Motivasi dalam diri seseorang muncul dari suatu pemikiran yang optimis dari dalam dirinya untuk mewujudkan tujuan yang diharapkan. Seseorang yang memiliki motivasi akan berusaha mendorong dirinya dengan menetapkan keyakinan atas setiap tindakan yang dilakukan, merencanakan tindakan yang akan direalisasikan. Terdapat beberapa macam motivasi kognitif yang dibangun dari beberapa teori yaitu atribusi penyebab yang berasal dari teori atribusi dan pengharapan akan hasil yang terbentuk dari teori nilai-pengharapan.

Self efficacy mempengaruhi atribusi penyebab, dimana individu yang memiliki *self-efficacy* terhadap tugasnya yang tinggi akan menilai kegagalannya dalam mengerjakan tugas pekerjaan disebabkan oleh kurangnya usaha, sedangkan seseorang yang memiliki *self efficacy* rendah akan menilai kegagalannya disebabkan oleh kurangnya kemampuan.

Teori nilai pengharapan memandang bahwa motivasi diatur oleh pengharapan akan hasil (*outcome expectation*) dan nilai hasil (*outcome value*) tersebut. *Outcome expectation* merupakan suatu perkiraan bahwa perilaku atau tindakan tertentu akan menyebabkan akibat yang khusus bagi individu. Hal tersebut mengandung keyakinan tentang sejauhmana perilaku tertentu akan menimbulkan konsekuensi tertentu. *Outcome value* adalah nilai yang mempunyai arti dari konsekuensi yang terjadi bila suatu perilaku dilakukan. Individu harus memiliki *outcome value* yang tinggi untuk mendukung *outcome expectation*.

c. Proses afeksi

Afeksi terjadi secara alami dalam diri individu dan berperan dalam menentukan intensitas pengalaman emosional. Afeksi ditujukan dengan mengontrol kecemasan dan perasaan depresif yang menghalangi pola-pola pikir yang benar untuk mencapai tujuan.

Proses afeksi berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam mengatasi emosi yang muncul pada dirinya sendiri agar tidak mengganggu proses usahanya mencapai tujuan yang diharapkan. Kepercayaan seseorang pada kemampuannya juga akan mempengaruhi tingkat stres dan depresi yang dialami ketika menghadapi tugas yang sulit atau bersifat mengancam. Seseorang yang memiliki keyakinan pada dirinya mampu mengontrol ancaman dan tidak akan membangkitkan pola pikir mengganggu dibiarkan.

Seseorang yang tidak percaya akan kemampuan yang dimilikinya akan mengalami kecemasan karena tidak mampu mengelola ancaman tersebut.

d. Proses seleksi

Proses seleksi berhubungan dengan kemampuan seseorang untuk menyeleksi tingkah laku dan lingkungan yang tepat, sehingga dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Ketidakmampuan individu dalam melakukan seleksi tingkah laku membuat individu tidak percaya diri, bingung, dan mudah menyerah ketika menghadapi masalah atau situasi sulit. *Self efficacy* dapat membentuk hidup individu melalui pemilihan tipe aktivitas dan lingkungan. Individu akan mampu melaksanakan aktivitas yang menantang dan memilih situasi yang diyakini mampu menangani. Individu akan memelihara kompetensi, minat, hubungan sosial atas pilihan yang ditentukan.

d. Efektivitas Pelatihan

Robbins (2013), menjelaskan tentang pelatihan sebagai suatu proses belajar, mempelajari suatu pengetahuan tertentu atau keterampilan tertentu yang ditujukan untuk pencapaian hasil belajar sesuai dengan tuntutan dan tujuan tertentu. Selanjutnya Mathis (2002), menyampaikan bahwa pelatihan merupakan suatu proses belajar, dimana orang-orang berupaya melatih dirinya untuk memiliki kemampuan dan keterampilan tertentu agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan individu atau organisasi. Istilah pelatihan tidak

terlepas dari latihan karena keduanya memiliki hubungan yang erat, latihan adalah kegiatan atau pekerjaan melatih untuk memperoleh kemampuan atau kecakapan. Sedangkan tujuan dari kegiatan pelatihan adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam memahami dan melaksanakan suatu pekerjaan dengan efektif dan efisien.

Menurut Goldstein (dalam Reuwpasha, 2015), pelatihan merupakan proses pendidikan jangka pendek yang menggunakan cara dan prosedur yang sistematis dan terorganisir. Para peserta pelatihan akan mempelajari akan mempelajari pengetahuan dan keterampilan yang sifatnya praktis untuk tujuan tertentu. Lebih lanjut (dalam Reuwpasha, 2015), menyatakan bahwa pelatihan pada dasarnya adalah proses memberikan bantuan bagi para pekerja untuk menguasai keterampilan khusus atau membantu memperbaiki kekurangannya dalam melaksanakan pekerjaannya.

Dalam memilih metode dan teknik suatu pelatihan ditentukan oleh banyak hal. Seperti dikemukakan Werther (dalam Reuwpasha, 2015) sebagai *that is no simple technique is always best; the best method depends on: cost effectiveness; desired program content; learning principles; appropriateness of the facilities; trainee preference and capabilities; and trainer preferences and capabilities*. Artinya tidak ada satu teknik pelatihan yang paling baik, metode yang paling baik tergantung pada efektivitas biaya, isi program yang diinginkan, prinsip-prinsip belajar, fasilitas yang layak, kemampuan dan preference peserta serta kemampuan dan preference pelatih. Werther

(1989), Simamora (dalam Febriantomo, 2014) dan Notoatmodjo (dalam Febriantomo, 2014) mengidentifikasi ada dua pendekatan atau metode pokok dalam pelatihan yaitu *on the job training* dan *off the job training*. Keduanya memiliki kelebihan dan kekurangan serta penggunaannya harus disesuaikan dengan kebutuhan.

Sedangkan Katzel, dalam Steers (dalam Febriantomo, 2014) menjelaskan bahwa efektifitas selalu diukur berdasarkan prestasi, produktifitas, laba dan sebagainya. Dilihat dari definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa konsep pendidikan yang dipandang memiliki produktifitas yaitu pendidikan yang efektif dan efisien. Selanjutnya efektifitas dapat dilihat pada: (1) masukan yang merata, (2) keluaran yang banyak dan bermutu tinggi, (3) ilmu dan keluaran yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang sedang membangun, dan (4) pendapatan tamatan atau keluaran yang memadai.

Mengacu pada beberapa konsep tersebut, maka efektifitas suatu kegiatan pelatihan memiliki arti berorientasi kepada hasil (tujuan) dan juga berorientasi kepada proses (kemampuan organisasi untuk beradaptasi dan mempertahankan hidupnya). Kemudian penerapannya kepada suatu pelatihan yang efektif adalah kemampuan organisasi dalam melaksanakan program-programnya yang telah direncanakan secara sistematis dalam upaya mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

e. Pelatihan Self Efficacy

Sebagaimana teori *self efficacy*, seorang karyawan yang mempunyai keyakinan diri tinggi akan sanggup menumbuhkan motivasi yang besar pula pada dirinya sendiri. *Self efficacy* adalah keyakinan diri bahwa seseorang mempunyai kemampuan untuk tampil pada level dan tugas tertentu (Wann, dalam Febriantomo, 2014). Selanjutnya keyakinan diri tinggi pada seorang karyawan akan menetapkan sasaran yang tertinggi pula dalam pencapaian prestasi kerjanya.

Untuk beberapa materi pelatihan yang akan digunakan dalam pelatihan ini mengacu pada materi-materi yang dilakukan oleh Barrowa, (dalam Febriantomo, 2014), dan Tiggelen, et, al (2008), meliputi :

a. Menetapkan Sasaran (*Goal Setting*)

Konsep dasar dari *goal setting* adalah menciptakan tantangan bagi karyawan untuk diselesaikan dengan baik dan efektif. Secara sederhana, *goal setting* merangsang seorang karyawan untuk mencapai sesuatu hasil, baik dalam proses latihan maupun dalam sebuah kompetisi atau target. Ada beberapa batasan tentang metode *goal setting* ini agar berjalan secara efektif.

Dalam pelatihan ini, hal yang perlu diperhatikan

- 1) Sasaran yang harus spesifik agar karyawan memiliki ukuran atas target yang hendak dicapai.
- 2) Tingkat kesulitan sasaran, yaitu tingkat kesulitan yang dapat mempengaruhi persepsi karyawan terhadap kemampuan dirinya sendiri. Sasaran atau

target yang terlalu besar dan sulit akan menjadikan karyawan merasa ragu untuk dapat mencapainya. Seandainya gagal, hal itu justru akan melemahkan keyakinan diri karyawan. Sebaliknya, sasaran juga tidak bisa dibuat terlalu mudah karena tidak akan memberi rangsangan untuk berbuat lebih. Semakin menantang sasaran yang harus dicapai, upaya dari seorang atlet untuk meraihnya juga akan semakin besar.

Sasaran juga harus dibuat bertingkat dengan membedakan sasaran jangka pendek dan jangka panjang. Sasaran jangka pendek digunakan sebagai batu loncatan untuk meraih sasaran yang lebih tinggi. Misalnya, mencapai volume penjualan tertentu sebagai sasaran jangka panjangnya. Untuk mencapai hal tersebut, maka seorang karyawan harus mampu memasarkan dan meningkatkan penjualan sesuai target yang ditetapkan terlebih dahulu.

Selanjutnya karyawan perlu diberikan *feedback* atas setiap pencapaian yang dia selesaikan. Melalui pemberian *feedback* yang spesifik maka karyawan akan mengetahui kekurangan dan kekuatan dirinya, sehingga karyawan akan memiliki suatu informasi untuk meningkatkan kemampuan dirinya. Kemudian dengan menetapkan sasaran yang tepat, maka motivasi karyawan akan selalu terpacu untuk tampil dan menyelesaikan setiap tantangan yang dihadapi.

b. Persuasi Verbal

Persuasi Verbal adalah metode yang paling mudah untuk dilakukan. Pelatih, ofisial, atau keluarga adalah orang-orang yang sering memberikan persuasi secara verbal ini. Persuasi verbal adalah pendorong semangat karyawan dengan ucapan yang memotivasi. Selain itu, persuasi verbal juga dapat dilakukan oleh karyawan sendiri atau sering disebut dengan istilah *self talk*. *Self talk* adalah metode persuasi verbal untuk karyawan sendiri saat memberikan semangat pada dirinya saat memulai pekerjaan. Prinsip dasar dari *self talk* ini sebenarnya adalah membantu karyawan untuk memperoleh gambaran yang positif, baik tentang kemampuannya atau mengenai suasana kompetisi dan beratnya tugas pekerjaan. *Self talk* ini menurut hasil penelitian Tiggelen, Wickes, Stevens, dan Witvrouw (2008), diyakini dapat menumbuhkan keyakinan diri karyawan baik sebelum memulai pekerjaannya atau pada saat proses menyelesaikan target pekerjaannya, yang dilakukan dengan cara mengucapkan kalimat yang membakar semangat maka gambaran pesimisme karyawan akan hilang.

c. *Imagery Training*

Adalah melakukan latihan pembayangan. Menurut Cumminga (2006), yang memberikan pelatihan pada para atlet menjelaskan bahwa dalam latihan pembayangan ini diajak untuk memvisualisasikan situasi pertandingan yang akan dijalani. Secara detil,

atlet harus menggambarkan keseluruhan pertandingan, mulai dari situasi lapangan, penonton, lawan dan segala macam yang terlibat dalam pertandingan itu. Setelah mendapat gambaran yang riil, maka atlet diajak untuk mencari solusi atas persoalan yang mungkin muncul dalam pertandingan.

Demikian dalam pelatihan yang dilakukan untuk karyawan, bahwa sebagian karyawan mengembangkan persepsi bahwa di lapangan kerjanya akan menghadapi kompetitor produk sejenis, relasi kerja yang bersaing dan tangguh serta berpengalaman. Persepsi semacam ini terkadang muncul akibat ketegangan sebelum memulai memasarkan produk. Karyawan pemasaran tidak secara objektif menilai kemampuan diri sendiri, dan konsentrasi karyawan lebih terfokus pada kekuatan lawan dan situasi pertandingan yang berat. Situasi inilah yang melemahkan motivasi karyawan sebelum bekerja.

Metode *imagery training* mengajak para karyawan bagian pemasaran untuk mencari setiap kemungkinan persoalan yang muncul saat menyelesaikan tugas-tugasnya. Membayangkan kekuatan diri, pukulan andalan atau kelemahan musuh dan pesaing, serta menciptakan kondisi objektif pada persepsi seorang karyawan.

d. Meningkatkan Kemampuan

Menurut Tiggelen, et, al. (2008), kemampuan seorang karyawan meliputi keahlian teknis dan fisik. Keahlian dan fisik dengan stamina yang fit akan mempengaruhi

keinginan untuk mencapai prestasi yang maksimal. Keahlian yang prima dapat dilihat dan dievaluasi melalui kemampuan produktif dan kinerjanya. Untuk itu diperlukan metode kepelatihan yang modern dan efektif untuk meningkatkan keterampilan seorang karyawan, dan pihak manajemen juga harus paham dengan pencapaian teknik dan fisik yang dimiliki oleh karyawan, khususnya bidang pemasaran.

2. Adversity Quotient

a. Definisi Adversity Quotient

Adversity quotient menurut Stoltz (1997), merupakan suatu bentuk kecerdasan seseorang dalam menghadapi kesulitan atau hambatan serta kemampuan bertahan dalam berbagai kesulitan hidup sesuai tantangan yang dialami. Dalam konsep *adversity quotient*, kehidupan seseorang diibaratkan sebagai suatu kegiatan pendakian gunung. Kesuksesan merupakan puncak dari pencapaian yang diraih seseorang saat memutuskan untuk terus maju dan menanjak, terus berkembang sepanjang hidupnya meskipun berbagai kesulitan dan hambatan menjadi penghalang. Menurut Stoltz (1997), peranan *adversity quotient* sangat penting untuk mencapai suatu tujuan hidup atau mempertahankan visi-misi pada diri seseorang. *Adversity quotient* merupakan suatu *tools* atau alat yang mendukung seseorang agar memperkuat daya tahan dan daya juangnya, menumbuhkan ketekunan dan konsistensi dalam menghadapi tantangan hidup sehari-hari,

dengan berpegang pada prinsip dan harapan yang hendak dicapai.

Stoltz (1997), membagi karakteristik manusia dalam satu analogi kegiatan pendakian gunung, yaitu *quitter*, *camper*, dan *climber*.

- a. *Quitters* (mereka yang berhenti). *Quitters* merupakan tipikal perilaku seseorang yang mudah berhenti ditengah proses pendakian, mudah putus asa, dan menyerah. Seseorang dengan tipe ini cenderung mudah meyerah dan merasa tidak sanggup ketika menghadapi situasi yang dianggapnya berat dan keras.
- b. *Campers* (perkemahan). *Campers* adalah proses berhenti di area yang dipandang aman dan nyaman, tidak sampai ke puncak, dan seseorang sudah merasa puas dengan yang telah dicapai. Seseorang dengan tipe ini memiliki motivasi terbatas hanya pada posisi atau situasi yang dipandang telah aman dan nyaman untuk dirinya, dan tidak ingin melewati tantangan baru dengan tingkat kesulitan yang lebih tinggi.
- c. *Climbers* (pendaki). *Climbers* adalah tipe seseorang yang selalu optimistik, senantiasa melihat peluang dan berbagai kemungkinan, dan memanfaatkan setiap kesempatan untuk meraih suatu keberhasilan yang lebih baik dan terus melakukan perbaikan, dan berkeinginan untuk terus maju. Seseorang dengan tipe ini memiliki daya juang tinggi untuk meraih tujuan satu ke tujuan lain yang lebih baik dan lebih tinggi meskipun kadang tujuan tersebut tidak linier dan penuh tantangan.

Rafy Sapuri (2009), menterjemahkan *adversity quotient* (AQ) sebagai suatu kecerdasan adversitas, atau kecerdasan merubah kesulitan menjadi suatu keberuntungan, merubah tantangan dan hambatan menjadi suatu peluang untuk meraih manfaat praktis. *Adversity quotient* dapat disebut sebagai pengetahuan baru untuk memahami dan meningkatkan kemampuan diri dan keberhasilan yang lebih tinggi. *Adversity quotient* merupakan parameter untuk mengetahui kadar respons terhadap kesulitan dan merupakan peralatan praktis untuk memperbaiki respons-respons terhadap kesulitan.

Menurut Markman (2005) memberikan pengertian tentang *adversity quotient* sebagai kecerdasan seseorang untuk mengatasi setiap kesulitan. Markam (2005) menjelaskan bahwa *adversity quotient is a adversity intelligence (AI) is the science of human resilience, people who succesfully apply AI perform optimally in the face of adversity the challenges, big and small, that confront us each day. In fact, they not only learn from these challenges, but they also respond to them better and faster.* Hal tersebut dapat dikatakan bahwa *adversity quotient* merupakan pengetahuan tentang ketahanan diri seseorang. Individu yang secara maksimal dapat memanfaatkan kecerdasan ini maka akan mampu meraih keberhasilan dalam menghadapi setiap persoalan, baik masalah yang kecil ataupun besar dalam kehidupan sehari-hari. Lebih lanjut di jelaskan bahwa pada faktanya, seseorang tidak hanya belajar dari tantangan, tetapi juga meresponnya secara lebih baik dan lebih cepat.

Berdasarkan deskripsi teorii yang dikemukakan, maka dapat disimpulkan bahwa *adversity quotient* merupakan suatu kemampuan dalam diri seseorang yang digunakan dalam menghadapi berbagai kesulitan di berbagai aspek kehidupannya. Melalui *adversity quotient* seseorang mampu mengetahui seberapa jauh dirinya tersebut dapat mempertahankan dan tetap sanggup menyelesaikan permasalahan dan kesulitan yang sedang dihadapi, sekaligus kemampuan dirinya untuk menyelesaikan setiap kesulitan tersebut.

b. Pengukuran *Adversity Quotient*

Stoltz (2000) menyatakan bahwa *adversity quotient* (AQ) meliputi beberapa aspek-aspek yang dikenal atau disebut sebagai indikator CO2RE, yaitu:

a. *Control* (kendali)

Control adalah kemampuan seseorang dalam mengendalikan serta mengelola suatu peristiwa yang sedang dihadapinya dengan memperhatikan dampak kesulitan di masa mendatang. Kendali diri ini memberikan dampak pada tindakan selanjutnya atau respon yang dilakukan seseorang tersebut, tentang harapan dan idealitas dirinya untuk tetap berusaha keras mewujudkan keinginannya meskipun memiliki tingkat kesulitan pada masa sekarang.

b. *Origin* (asal-usul) dan *ownership* (pengakuan)

Merupakan suatu ukuran pada seseorang tentang pandangan dirinya ketika mengalami suatu

permasalahan ataupun kesalahan, apakah kesalahan tersebut disebabkan oleh tindakan atau keputusannya, atau bagaimana seseorang menilai tindakan orang lain sebagai penyebab masalah atau lingkungan sebagai sumber suatu masalah atau kendala kesulitan yang sedang dihadapi, sebagai penyebab kegagalan. Rasa bersalah yang tepat akan mendorong seseorang untuk melakukan serangkaian tindakan, sedangkan rasa bersalah yang relatif besar dapat menciptakan kelumpuhan. Poin ini merupakan pembukaan dari poin *ownership*. *Ownership* mengungkap seberapa besar seseorang menilai suatu kejadian dalam rangkaian akibat-akibat yang menimbulkan kesulitan dan kesediaan dirinya untuk bertanggung jawab atas kesalahan atau kegagalan tersebut.

c. *Reach* (jangkauan)

Seberapa besar tingkat masalahn atau kesulitan yang dihadapi seseorang akan memberikan efek pada kehidupan seseorang, dan menunjukkan bahwa suatu masalah menimbulkan gangguan pada setiap kegiatan lainnya, sekalipun tidak memiliki keterkaitan dengan masalah yang sedang dihadapi. Seseorang yang memiliki *Adversity quotient* rendah akan menciptkana kesulitan pada dirinya dan mempengaruhi berbagai aspek dari kehidupannya sendiri.

d. *Endurance* (daya tahan)

Endurance merupakan aspek ketahanan diri. Artiya seberapa besar kecepatan dan ketepatan seseorang

untuk menyelesaikan setiap masalah yang dihadapinya. Dalam aspek ini dapat diketahui berapa lama suatu permasalahan dan seberapa besar tingkat kesulitan dapat di atasi dan berapa lama rangkaian penyebab kesulitan yang menimbulkan masalah tersebut dapat diselesaikan dengan baik. Hal tersebut memiliki hubungan dengan pandangan seseorang tentang potensi dirinya sebagai suatu bakat dan sifat, atau sebagai suatu keterampilan yang dapat dilati atau muncul sebagai suatu improve saat masalah sedang berlangsung. Dampak yang dapat dimunculkan dalam aspek ini adalah pada harapan tentang baik buruknya suatu keadaan masa depan. Makin tinggi daya tahan seseorang, maka akan semakin sanggup menghadapi berbagai kesukaran yang dihadapinya.

c. Kajian Disiplin Keilmuan *Adversity Quotient*

Beberapa kajian keilmuan yang mendukung adanya tipikal manusia sebagaimana dikategorikan oleh Stolz (2000) didukung oleh beberapa disiplin ilmu, yaitu:

a. Psikoneuroimunologi

Bahwa dalam beberapa penelitian di bidang psiko-neuroimunologi telah membuktikan bahwa ada hubungan atau pengaruh langsung yang dapat diukur dan di prediksi antara apa dipikirkan oleh seseorang dan di rasakan dengan apa yang terjadi di dalam tubuh seseorang, terkait dengan sistem kekebalan tubh dan sistem hormonal.

b. Neurofisiologi

Mark Nuwer (dalam Stoltz, 2000), menjelaskan bahwa proses belajar dapat berlangsung di wilayah sadar bagian luar yaitu *cerebral cortex*. Apabila seseorang melakukan pikiran repetitif (pengulangan) atau melakukan suatu tindakan terus menerus maka kegiatannya akan berpindah ke wilayah otak bawah sadar yang bersifat otomatis, yaitu basal *ganglia*. Jadi, semakin sering seseorang mengulangi pikiran atau tindakan yang destruktif, maka pikiran atau tindakan itu juga akan semakin dalam, semakin cepat, dan semakin otomatis. Begitu pun sebaliknya, semakin sering seseorang mengulangi pikiran atau tindakan yang konstruktif, maka pikiran atau tindakan itu juga akan semakin dalam, cepat, dan otomatis. Untuk merubah kebiasaan yang buruk atau destruktif, misalnya *adversity quotient* (AQ) rendah, maka seseorang harus mulai di wilayah sadar otak dan memulai jalur saraf baru. Perubahan dapat bersifat segera, dan pola-pola lama yang destruktif akan beratrofi dan lenyap karena tidak digunakan.

c. Psikologi Kognitif

Bagian yang membahas tentang teori ketidakberdayaan yang dipelajari, atribusi, kemampuan menghadapi kesulitan, keuletan, dan efektifitas diri atau pengendalian.

3. Kerangka Berpikir

Tugas seorang tenaga marketing pada prinsipnya meliputi memasarkan dan mempromosikan, namun seorang tenaga marketing di Perusahaan Pupuk PT. Kusuma Dipa Nugraha dituntut untuk memiliki kemampuan mempromosikan, memasarkan dan menjual dengan target jumlah tertentu dalam kurun waktu tertentu, serta mampu mengembangkan area pemasaran sekaligus volume penjualan.

Untuk itu hal yang dipandang penting untuk dimiliki tenaga marketing sebagai suatu syarat (*job specification*) adalah pengalaman bidang pemasaran dan penjualan, atau secara kepribadian tenaga marketing harus memiliki kemauan kuat, motivasi dan semangat kerja tinggi, dan keyakinan serta percaya dirinya yang besar dan relasi yang cukup banyak. Berkenaan dengan hal tersebut, maka tenaga marketing membutuhkan efikasi diri, yaitu kesanggupan dan keyakinan dirinya untuk mengerjakan tugas tertentu dalam waktu tertentu, yang efikasi diri tidak muncul secara otomatis ketika seseorang menjadi tenaga marketing, melainkan membutuhkan pelatihan.

Melatih efikasi diri (*self efficacy*) dipandang akan memunculkan dan meningkatkan efikasi diri pada setiap tenaga marketing, dan berpengaruh terhadap daya juang (*adversity quotient*). Karena pertimbangan itulah PT. Kusuma Dipa Nugraha memandang perlu dilakukan pelatihan self efficacy pada tenaga marketing pupuk agar efikasi dirinya meningkat sekaligus memberikan dampak peningkatan *adversity quotient*.

Menurut konsep Bandura (dalam Wei, 2006; dan Widyaninggar, 2015), bahwa *self efficacy* adalah keyakinan, persepsi, kekuatan untuk mempengaruhi perilaku seseorang, kepercayaan bahwa dirinya sanggup untuk mengatasi situasi dan menghasilkan hasil yang positif akan mempengaruhi cara individu dalam bereaksi terhadap situasi dan kondisi tertentu. Demikian pula *self efficacy* bagi seorang karyawan marketing, yang memiliki efikasi diri yang tinggi maka akan mampu menyelesaikan tugas-tugas yang di targetkan dan mampu menyelesaikan semua kendala dalam bidang kerjanya. Selain itu seorang karyawan yang memiliki *adversity quotient* yang tinggi akan merasa dirinya memiliki kemampuan bersaing dan berani menghadapi kompetitor maupun persaingan dengan rekan kerjanya, serta lebih jauh lagi karyawan *marketing* akan mampu melakukan ekspansi pasar dan menambah jumlah pelanggan serta meningkatkan volume penjualan.

4. Hipotesis

Berdasarkan teori yang dikemukakan, penelitian sebelumnya dan kerangka berpikir yang dipaparkan, maka hipotesis penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut.

- a. Ada pengaruh pelatihan *self efficacy* terhadap peningkatan *self efficacy* pada karyawan *marketing* PT. Kusuma Dipa Nugraha
- b. Ada pengaruh pelatihan *self efficacy* terhadap peningkatan *Adversity quotient* pada karyawan *marketing* PT. Kusuma Dipa Nugraha

BAB 3

Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Suryabrata (2005), merupakan tata cara pemecahan masalah atau persoalan melalui penelitian. Ilmiah atau tidak suatu penelitian tergantung dari metode yang digunakannya.

1. Jenis dan Desain Penelitian

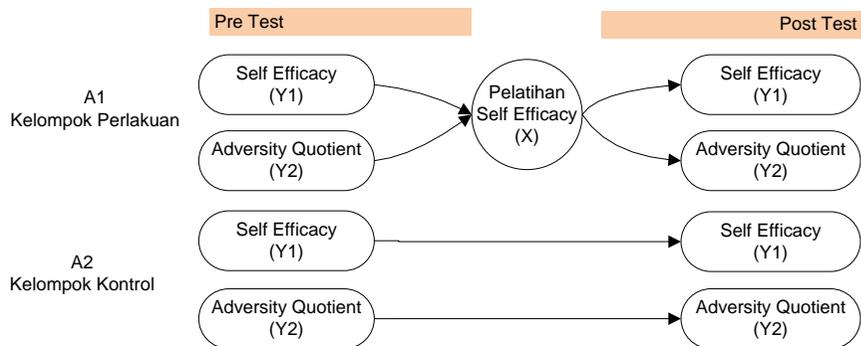
Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang dilakukan melalui model eksperimen. Menurut Suryabrata (2005), penelitian eksperimen merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara memberikan intervensi atau melakukan manipulasi yang bertujuan untuk mengetahui dampak atau akibat dari manipulasi terhadap perilaku seseorang atau karyawan yang diamati. Hadi (2003), menjelaskan bahwa penelitian eksperimen dilakukan untuk mengetahui akibat yang ditimbulkan dari suatu perlakuan yang diberikan secara sengaja oleh peneliti, untuk menyelidiki hubungan sebab akibat.

Tipe penelitian ini adalah penelitian *true eksperimental* dengan model *one design pre test – post test*. Tipe ini dianggap paling ideal untuk mempelajari mekanisme sebab-akibat,

karena hampir semua sumber-sumber invaliditas dapat terkontrol dengan baik oleh desain ini (Latipun, 2002).

Rancangan eksperimen dalam penelitian ini menggunakan pola *randomized control one group pre-test-post-test design* yang merupakan desain eksperimen dengan melakukan pengukuran sebelum dan sesudah pemberian *treatment*, pada kelompok yang diberikan perlakuan.

Adapun desain penelitian eksperimen ini diketahui sebagai berikut.



Gambar 1
Desain Penelitian

Pelatihan ini terdiri dari 2 sesi pertemuan yang setiap sesinya berlangsung selama kurang lebih 4 jam. Sedangkan peserta pelatihan terdiri dari 14 orang yang menjadi kelompok eksperimen, dan 14 karyawan sebagai kelompok kontrol.

2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian yang mengkaji pengaruh pelatihan *self efficacy* terhadap peningkatan *adversity quotient* pada karyawan marketing, maka variabel yang digunakan adalah

a. Pelatihan Self Efficacy (X)

Yaitu kegiatan pelatihan *soft skill* yang bertujuan untuk meningkatkan keyakinan atau kepercayaan atlet terhadap kemampuan dirinya untuk mengorganisasi, berlatih untuk mencapai suatu tujuan, menghasilkan sesuatu dan mengimplementasi tindakan untuk menampilkan kecakapan tertentu.

b. Self Efficacy (Y1)

Merupakan keyakinan dalam diri karyawan terhadap kemampuan yang dimilikinya untuk merencanakan, mengatur, dan menyelesaikan suatu tugas sesuai dengan target hasil yang ditetapkan. Self efficacy ini diukur melalui skala yang digunakan oleh Luthans dan Combs (2007), Reuwpasha (2015), dan Febriantomo (2014), melalui indikator berikut.

- a. *Magnitude*, merupakan kesanggupan seseorang untuk menyelesaikan suatu tugas dengan berbagai tingkat kesulitan tertentu yang diukur secara kuantitas dan kualitas.
- b. *Strength*, yaitu keyakinan dalam diri seseorang terhadap kemampuan dirinya untuk lebih kuat dan teguh melakukan upaya dengan mempertim-

bangkan risiko dan tidak merasa kewalahan dalam menghadapi kesulitan.

- c. *Generality*, yaitu keyakinan pada diri karyawan terhadap keterampilan dan kemampuannya untuk menyelesaikan suatu tugas dalam berbagai situasi dalam kurun waktu yang ditentukan.

c. ***Adversity quotient (Y2)***

Merupakan suatu daya juang dalam diri karyawan yang digunakan sebagai satu keteguhan, kemantaban, dan tekak untuk menyelesaikan tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Dalam penelitian ini skala *adversity quotient* yang digunakan mengacu konsep Stoltz (2000), yang disebut CO2RE yang dijadikan skala melalui penelitian dari Tigchelaar & Khaled (2015); serta Saidah dan Aulia (2014), dengan indikator sebagai berikut.

- a. *Control* adalah kemampuan karyawan untuk mengatur dan mengendalikan kondisi dirinya saat menghadapi suatu peristiwa dengan memperhatikan dampak di masa mendatang.
- b. *Origin* (asal-usul), yaitu pemahaman karyawan tentang suatu penyebab kejadian atau keberhasilan dan kegagalan, apakah dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri (usaha dan bakat atau kemampuan), atau faktor dari luar diri seperti relasi, dukungan orang lain atau lingkungan.
- c. *Ownership* yakni penilaian karyawan tentang suatu kejadian, atau keberhasilan dan kegagalan dirinya

- apakah di sebabkan oleh dirinya atau faktor lain terkait dengan kemampuan untuk bertanggung jawab.
- d. *Reach* (jangkauan), yaitu kemampuan karyawan untuk mengetahui bahwa setiap suatu masalah atau keputusan dari tindakannya memiliki keterkaitan dengan masalah lain yang sama-sama berpotensi sebagai hambatan dalam bekerja, sehingga karyawan akan memutuskan melanjutkan atau berhenti menghadapi situasi tersebut dengan hasil yang telah dicapai apa adanya.
 - e. *Endurance* merupakan aspek ketahanan diri. Artinya seberapa besar kecepatan dan ketepatan seseorang untuk menyelesaikan setiap masalah yang dihadapinya.

3. Pengambilan Sampling

Pada penelitian ini penentuan sampel diambil dengan teknik *computer selection* yaitu pengambilan sampel dengan menggunakan nomor random yang diprogram komputer. Teknik ini digunakan pula untuk menentukan kelompok kontrol dan kelompok yang mendapatkan perlakuan. Pada subjek diberikan pelatihan *self efficacy* yang pada awal penelitian kedua kelompok sama-sama diberikan skala *self efficacy* dan *adversity quotient* sebagai pre-tes dan diakhir penelitian akan diberikan kembali skala kecemasan sebagai post test.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode angket. Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari subjek dalam artian laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang diketahuinya (Hadi, 2000). Metode ini digunakan dalam mengumpulkan data subjek sebelum diberikan treatment. Angket yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 3 bagian, yaitu.

- a. Angket tentang identitas diri subjek, berisi sejumlah pertanyaan mengenai identitas diri subjek yang disusun berdasarkan keperluan data pelengkap, yaitu meliputi usia, jenis kelamin, masa kerja dan jenjang pendidikan.
- b. Angket Tertutup. Pernyataan dalam angket tersebut disusun dengan menggunakan skala *Likert* yaitu berupa pernyataan dengan 4 alternatif pilihan jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Skor nilai dalam angket berkisar dari satu hingga empat, di mana untuk pernyataan mendukung (*favorable*) dan tidak mendukung (*unfavorable*) skornya adalah sebagaiberikut:

Tabel 1. Kriteria scoring skala penelitian

Pernyataan	Kode	Favorable	Unfavorable
Sangat Sesuai	SS	4	1
Sesuai	S	3	2
Tidak Sesuai	TS	2	3
Sangat Tidak Sesuai	STS	1	4

Penukuran ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi besar kecilnya gejala yang diteliti (Hadi, 2010). Semakin tinggi skor yang diperoleh berarti semakin tinggi *self efficacy* dan *adversity quotient* yang dimiliki karyawan marketing dalam kompetisi pemasaran produk Pupuk dan sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh maka semakin rendah tingkat *self efficacy* dan *adversity quotient* yang dimiliki karyawan bagian marketing.

5. Pengembangan Alat Ukur Penelitian

Pengujian validitas dapat diartikan sebagai ketepatan dan kecermatan suatu instrument pengukuran (tes) dalam melakukan fungsi ukurannya, karena itu setiap alat ukur yang digunakan sebagai skala pengukuran harus diuji validitasnya (Azwar, 2006). Menurut Azwar (2006), validitas aitem dapat diuji dengan membandingkan antara koefisien korelasi aitem total yang lebih besar dari nilai 0,30, namun apabila diperlukan dapat digunakan pembanding 0,25 dan di bawah 0,20 sangat tidak disarankan. Nilai tersebut digunakan untuk mengetahui koefisien validitas pada tiap aitem sekaligus mengukur tingkat daya beda (daya diskriminasi aitem).

Hasil uji validitas dan indeks diskriminasi butir *self efficacy* saat pre-test dapat diketahui sebagai berikut.

Tabel 2. Uji validitas skala *self efficacy* (pre tes)

No.	Indikator	Jumlah butir	Nilai rxy	Nilai α
1	Magnitude	5	0,301 - 0,579	
2	Strength	5	0,395 - 0,655	0,839
3	Generality	5	0,287 - 0,629	

Melalui hasil uji validitas dan indeks diskriminasi (rxy) tersebut diketahui bahwa dari 15 butir pernyataan yang digunakan pada skala *self efficacy* pada saat pre-test seluruhnya memiliki indeks diskriminasi lebih dari 0,200, sehingga seluruh butir yang digunakan dapat dinyatakan valid. Selanjutnya seluruh butir pernyataan dalam angket penelitian tersebut dapat dijadikan instrumen pengukuran post-test.

Sedangkan hasil uji pada skala *adversity quotient* diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 3. Uji validitas skala *adversity quotient* (pre tes)

No.	Indikator	Jumlah Butir	Nilai rxy	Nilai α
1	<i>Control</i>	4	0,372 - 0,642	
2	<i>Origin</i>	4	0,290 - 0,503	
3	<i>Ownership</i> (nomer 10)	4	0,170 - 0,642	0,828
4	<i>Reach</i>	4	0,240 - 0,503	
5	<i>Endurance</i> (nomer 20)	4	0,192 - 0,641	

Melalui hasil uji validitas dan indeks diskriminasi (r_{xy}) tersebut diketahui bahwa dari 15 butir pernyataan yang digunakan pada skala *adversity quotient* pada saat *pre-test* seluruhnya memiliki indeks diskriminasi lebih dari 0,200, kecuali pada butir nomer 10 dan butir 20 yang memperoleh nilai kurang dari 0,200 sehingga dari 20 butir yang digunakan saat *pre tes*, tersisa 18 butir yang yang dapat dinyatakan valid. Selanjutnya dalam pengukuran *post tes* hanya digunakan 18 butir sebagai instrumen pengukuran.

Selanjutnya menurut Santoso (2008), bahwa Alat ukur dapat dinyatakan reliabel, jika hasil pengukuran dan nilai-nilainya bersifat konsisten seperti halnya pengukuran awal. Uji reliabilitas (keandalan) kedua skala penelitian ini menggunakan tehnik reliabilitas alpha Cronbach's. Hasil pengujian reliabilitas alat ukur, sebagaimana tercantum pada Tabel 2 dan Tabel 3 diketahui bahwa pada skala *self efficacy* diperoleh nilai *alpha Cronbach's* sebesar 0,830 dan pada skala *adversity quotient* diperoleh nilai *alpha cronbach's* sebesar 0,828. Mengacu pada nilai uji alpha tersebut, maka menurut Ghazali (2005) dan Santoso (2008) skala dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai koefisien alpha lebih dari 0,60 sehingga kedua skala yang digunakan dalam penelitian ini tergolong handal.

6. Analisis Data

Pengujian hipotesa dalam penelitian ini adalah dengan melakukan uji beda (*paired sample t test*). Sebelum dilakukan uji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji asumsi, yaitu uji

normalitas dan uji homogenitas. Sebagai syarat penggunaan statistic parametrik, maka sebelum dilakukan analisis data terlebih dahulu dilakukan uji asumsi, meliputi: uji normalitas dan uji homogenitas. Adapun uji asumsi yang diperlukan untuk analisis uji statistik adalah uji normalitas sebaran, dan uji homogenitas variansi.

Uji normalitas sebaran dilakukan untuk mengetahui variat variabel yang sedang dianalisis akan mengikuti ciri-ciri sebaran normal baku. Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Hasil uji normalitas pada skala kecemasan pada saat pre-test dapat diketahui sebagai berikut.

Tabel 4. Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov-Smirnov		Poison	
	Nilai Z	p	Nilai Z	P
Y1 (<i>Self Efficacy</i>)	0,554	0,919	0,448	0,988
Y2 (<i>Adversity Quotient</i>)	0,820	0,512	0,880	0,421

Hasil uji normalitas yang diambil dari data pre test pada skala *self efficacy* dan skala *adversity quotient* masing-masing diperoleh nilai probabilitas lebih besar dari 5% ($p > 0,05$), sehingga skala *self efficacy* dan skala *adversity quotient* yang digunakan pada untuk analisis selanjutnya telah mengikuti distribusi kurva normal.

Kemudian uji homogenitas variansi dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan secara signifikan antara kelompok yang satu dengan kelompok yang lain (Ghazali, 2015). Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak, yang dalam penelitian ini digunakan levene test Statistic.

Tabel 5. Uji homogenitas

	Levene test	p
<i>Self Efficacy</i>	1,444	0,240
<i>Adversity Quotient</i>	6,573	0,165

Kemudian hasil uji homogenitas melalui uji Levene statistic pada saat pre test pada kedua kelompok (grup eksperimen dan grup kontrol) diperoleh nilai probabilitas masing-masing lebih besar dari 5% atau $p > 0,05$, sehingga kedua skala yang digunakan saat pre maupun post test tergolong homogen.

Berdasarkan hasil analisis data sekaligus pembuktian hipotesis dapat diketahui sebagai berikut.

Tabel 6. Uji beda antar kelompok (*pre test*)

Variabel	Grup	Mean	SD	t	p
<i>Self Efficacy</i>	A1	43,5	6,15	0,037	0,971
	A2	43,42	3,87		
<i>Adversity Quotient</i>	A1	58,36	7,18	-0,062	0,951
	A2	58,5	3,63		

Hasil analisis uji beda antar kelompok pada saat pre test pada variabel *self efficacy* dan *adversity quotient* diketahui bahwa antara kelompok eksperimen (A1) dengan kelompok kontrol (A2) masing-masing memperoleh nilai probabilitas lebih dari 5%. Pada variabel *self efficacy* diperoleh nilai $p=0,971$ ($p>0,05$) yang berarti *self efficacy* antara kelompok eksperimen dengan kelompok kontrol saat pre tes tidak memiliki perbedaan. Kemudian hasil uji *pre test* mpada variabel *adversity quotient* diperoleh nilai $p=0,951$ ($p>0,05$) yang berarti antara kelompok eksperimen dengan kelompok kontrol tidak memiliki perbedaan *adversity quotient* pada saat pengambilan data *pre test*.

Selanjutnya sebagai pembuktian hipotesis untuk mengetahui pengaruh pelatihan *self efficacy* terhadap *self efficacy* karyawan dan terhadap *adversity quotient*, dapat diketahui sebagai berikut.

Tabel 7. Uji beda antar tes antar kelompok (*pre test – post test*)

Grup	Variabel	Mean		Nilai t	p
		Pre Test	Post Test		
A1	<i>Self Efficacy</i>	43,50	58,35	-28,943	0,000
	<i>Adversity Quotient</i>	43,42	48,78	-43,453	0,000
A2	<i>Self Efficacy</i>	44,42	44,64	-1,632	0,058
	<i>Adversity Quotient</i>	41,28	40,55	1,964	0,162

Tabel 7 menunjukkan bahwa pada kelompok eksperimen (A1) *self efficacy* pada saat sebelum mengikuti pelatihan dan sesudah mengikuti pelatihan memperoleh nilai

-28,943 dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yang berarti ada perbedaan negatif yang signifikan. Hal itu dapat diartikan bahwa pelatihan *self efficacy* yang diberikan pada karyawan bagian pemasaran berpengaruh terhadap *self efficacy* karyawan bagian pemasaran. Nilai negatif menjelaskan bahwa rerata *self efficacy* setelah kegiatan pelatihan lebih tinggi dibandingkan sebelum karyawan mengikuti pelatihan.

Tabel di atas juga menunjukkan *adversity quotient* pada kelompok eksperimen (A1) pada saat sebelum diberikan pelatihan dengan sesudah diberikan pelatihan diperoleh nilai rerata negatif, yang artinya nilai *adversity quotient* pada karyawan sesudah mengikuti pelatihan lebih tinggi dibandingkan sebelum mengikuti pelatihan. Hasil uji beda juga menunjukkan nilai t sebesar 43,453 dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yang berarti bahwa ada perbedaan *adversity quotient* sebelum karyawan mengikuti pelatihan dengan sesudah mengikuti pelatihan. Hal ini dapat dikatakan bahwa ada pengaruh pelatihan *self efficacy* terhadap *adversity quotient* karyawan bagian pemasaran.

Dari tabel 7 tersebut dapat diketahui pula, bahwa pada kelompok kontrol nilai *self efisiensi* saat diberikan dalam *pre test* dengan saat diberikan sesudah *post test* tidak terdapat perbedaan, yang ditunjukkan dengan nilai probabilitas lebih dari 5% ($p = 0,058$), sehingga dapat dikatakan bahwa kelompok kontrol yang tidak memperoleh pelatihan *self efficacy* tidak mengalami peningkatan *self efficacy*. Demikian pula *adversity quotient* karyawan, yang menunjukkan probabilitas sebesar

0,162 ($p > 0,05$) yang berarti bahwa *adversity quotient* karyawan pemasaran yang tidak memperoleh pelatihan tidak mengalami perubahan, atau tidak ada perbedaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa karyawan pemasaran yang tidak memperoleh pelatihan tidak mengalami peningkatan *adversity quotient*.

Pada tabel 7 juga diketahui nilai rerata post test antara kelompok eksperimen dengan kelompok kontrol pada variabel *self efficacy* memiliki perbedaan, dengan nilai rerata 58,35 (A1) dan 44,64 (A2), dan kelompok eksperimen (A2) memiliki nilai *self efficacy* yang lebih tinggi dibandingkan kelompok kontrol (A2). Pada nilai hasil *post test* variabel *adversity quotient* diperoleh nilai 48,78 (A1) dan nilai rerata sebesar 40,55 (A2), yang nilai rerata *post test* tersebut menunjukkan bahwa kelompok eksperimen yang memperoleh pelatihan memiliki *adversity quotient* yang lebih tinggi dibandingkan kelompok kontrol yang tidak memperoleh pelatihan.

BAB 4

Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Deskripsi Subjek Penelitian

Berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan melalui angket penelitian dapat diketahui dan digambarkan karakteristik subjek penelitian, baik dari kelompok eksperimen maupun kelompok kontrol sebagai berikut.

Tabel 8. Subjek penelitian berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Eksperimen		Kontrol	
	f	%	f	%
Laki-Laki	8	57%	7	50%
Perempuan	6	43%	7	50%
Jumlah	14	100%	14	100%

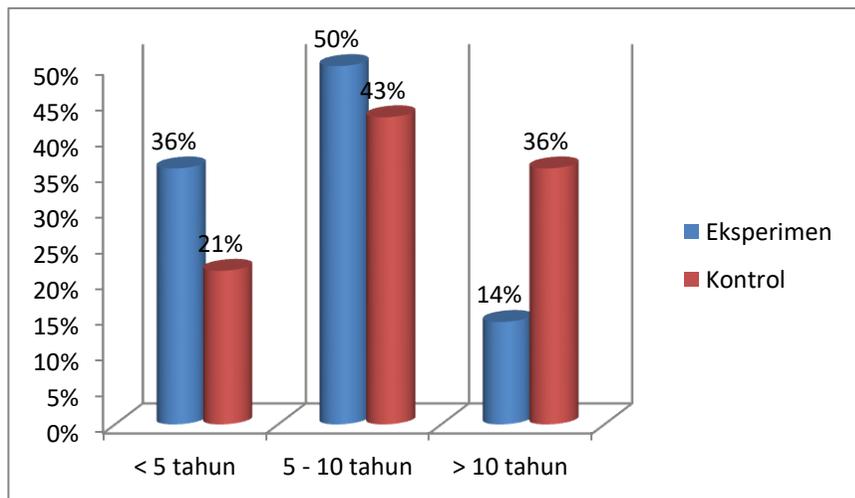
Mengacu pada data tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah subjek laki-laki (57%) pada kelompok eksperimen lebih banyak dibandingkan kelompok kontrol, namun jumlah subjek perempuan kelompok kontrol lebih besar (50%) dibandingkan subjek di kelompok eksperimen. Kedua kelompok dalam penelitian ini memiliki proporsi yang sama meskipun dari latar belakang jenis kelamin jumlah laki-laki lebih banyak, yang sesuai dengan kondisi data di perusahaan.

Selanjutnya dapat diketahui latar belakang subjek penelitian berdasarkan masa kerja sebagai berikut.

Tabel 9. Subjek penelitian berdasarkan masa kerja

Masa Kerja	Eksperimen		Kontrol	
	f	%	f	%
< 5 tahun	5	36%	3	21%
5 - 10 tahun	7	50%	6	43%
> 10 tahun	2	14%	5	36%
Jumlah	14	100%	14	100%

Tabel 9 dapat digambarkan melalui grafik berikut.



Gambar 2
Perbedaan masa kerja antar kelompok

Pada gambar 2 tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar subjek memiliki masa kerja antara 5 sampai 10 tahun,

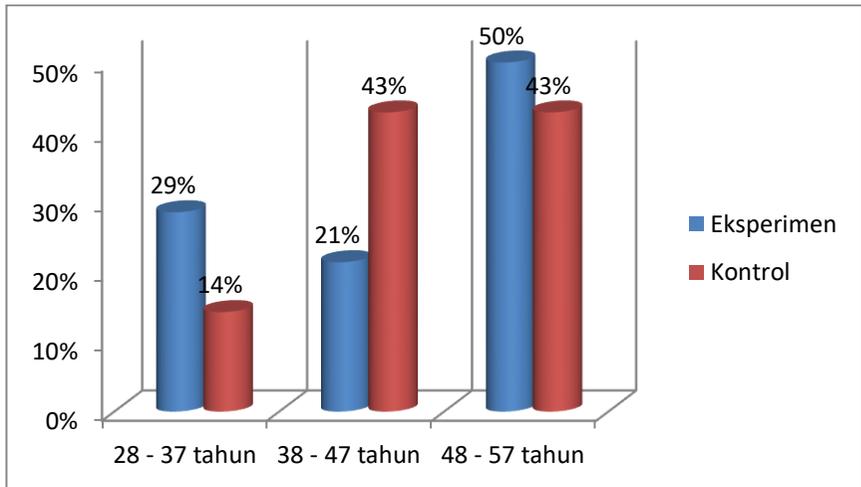
yang pada kelompok eksperimen 50% subjek memiliki masa kerja antara 5 - 10 tahun, demikian pula pada kelompok kontrol sebanyak 43% subjek memiliki masa kerja antara 5 - 10 tahun. Subjek dengan masa kerja terpanjang, yaitu lebih dari 10 tahun sebagian besar atau 36% berada di kelompok kontrol, sedangkan subjek dengan masa kerja kurang dari 5 tahun sebanyak 36% berada sebagai kelompok eksperimen.

Selanjutnya ditinjau dari kelompok usia pada kedua kelompok penelitian ini diketahui sebagai berikut.

Tabel 10. Subjek penelitian berdasarkan kelompok usia

Usia	Eksperimen		Kontrol	
	f	%	f	%
28 - 37 tahun	4	29%	2	14%
38 - 47 tahun	3	21%	6	43%
48 - 57 tahun	7	50%	6	43%
Jumlah	14	100%	14	100%

Data pada tabel diatas dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 3
Perbedaan kelompok usia antar kelompok

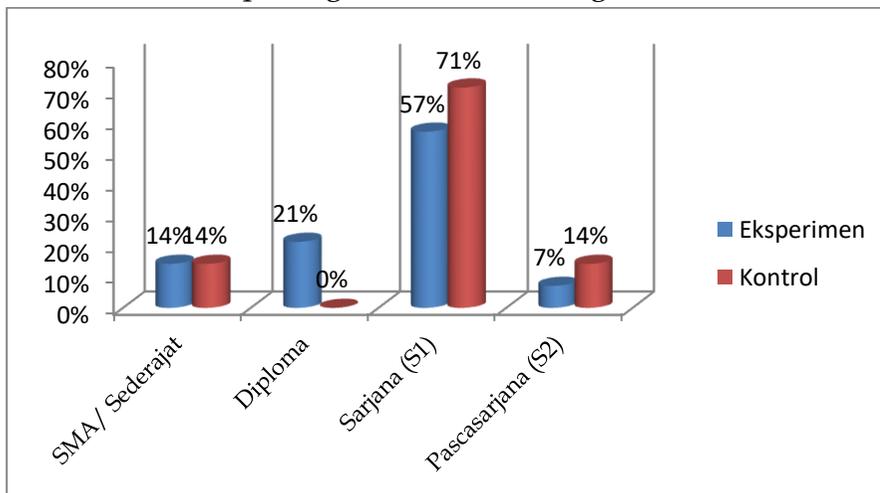
Data pada Tabel 11 maupun Gambar 3 menjelaskan bahwa sebagian besar subjek penelitian ini berusia antara 48 – 57 tahun. Kemudian diketahui pula bahwa 50% subjek kelompok eksperimen dan 43% subjek dari kelompok kontrol berusia antara 48 – 57 tahun, sedangkan subjek dari kelompok usia 28 – 37 tahun baik dari kelompok eksperimen maupun kelompok kontrol relatif paling sedikit.

Selanjutnya dapat diketahui latar belakang subjek penelitian berdasarkan jenjang pendidikan masing-masing sebagai berikut.

Tabel 11. Subjek penelitian berdasarkan jenjang pendidikan

Jenjang Pendidikan	Eksperimen		Kontrol	
	f	%	f	%
SMA/ Sederajat	2	14%	2	14%
Diploma	3	21%	-	0%
Sarjana (S1)	8	57%	10	71%
Pascasarjana (S2)	1	7%	2	14%
Jumlah	14	100%	14	100%

Data Tabel 12 dapat digambarkan dalam grafik berikut.



Gambar 4

Jenjang pendidikan subjek antar kelompok

Data pada tabel maupun gambar 4 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar subjek penelitian ini, atau karyawan bagian pemasaran memiliki latar belakang pendidikan sarjana strata satu (S1), baik di kelompok eksperimen maupun kelompok kontrol. Namun demikian juga diketahui bahwa

terdapat pula karyawan yang memiliki latar belakang pendidikan pascasarjana, dan latar belakang pendidikan SMA atau sederajat. Jumlah karyawan yang berjenjang pendidikan diploma berada di kelompok eksperimen yang mengikuti kegiatan pelatihan.

2. Evaluasi Kegiatan Pelatihan

Menurut Simamora (dalam Febriantomo, 2014), bahwa evaluasi kegiatan merupakan suatu rangkaian dari kerja yang sangat penting, yang dalam suatu kegiatan pelatihan untuk memperoleh penilaian terhadap manfaat program pada perilaku dan sikap karyawan baik dalam kurun waktu jangka pendek maupun jangka panjang. Pengukuran efektivitas pelatihan meliputi:

a. Reaksi karyawan

Dalam pelatihan ini hasil observasi dan wawancara singkat yang dilakukan untuk mengetahui respon karyawan, yang hasilnya bahwa semua karyawan peserta pelatihan dapat menerima dan berharap agar pelatihan *self efficacy* atau sejenis itu diadakan kembali untuk level yang lebih tinggi karena dipandang kegiatan pelatihan cukup menyenangkan, dan menumbuhkan rasa percaya diri pada karyawan.

b. Kemauan untuk belajar

Adanya pengukuran hasil pelatihan melalui angket *pre test* dan *post test* yang dilanjutkan dengan menyampaikan hasilnya dapat mendorong dan meningkatkan kesiapan karyawan untuk meningkatkan

kemauan belajar, serta memotivasi dirinya untuk lebih tinggi dan berani meningkatkan kualitas kerja, dan pencapaian target kerja dan karyawan dapat mulai membangun iklim kerja tim yang lebih menyenangkan.

c. Perilaku

Selanjutnya adalah mengukur perubahan perilaku karyawan bagian pemasaran dalam kesiapannya menghadapi kompetisi dan target penjualan serta pengembangan area pemasaran. Hal ini juga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi para manajer atau supervisor untuk menyusun target setiap melakukan pertemuan rutin, dan melakukan evaluasi hasil kerja sebagai acuan pengembangan metode pelatihan untuk meningkatkan efikasi diri dan *adversity quotient* pada seluruh karyawan pemasaran.

d. Evaluasi terakhir

Yaitu evaluasi terhadap hasil akhir, apakah setiap karyawan pemasaran dapat mencapai target pemasaran dan penjualan yang telah ditetapkan sebelumnya. Jika hasil akhir tidak tercapai, maka pelatihan tidak mencapai tujuannya, yang dalam proses pemberian *treatment* ini keberhasilan terukur dari beberapa kegiatan yang menunjukkan *self efficacy* dan *adversity quotient* seperti dalam materi pelatihan.

3. Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis data pembuktian hipotesis sebagaimana telah dikemukakan pada Bab sebelumnya, maka dapat diketahui sebagai berikut.

- a. Pada kelompok eksperimen (A1) tingkat *self efficacy* pada saat sebelum mengikuti pelatihan dan sesudah mengikuti pelatihan memperoleh nilai t sebesar -28,943 dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yang berarti ada perbedaan negatif yang signifikan. Hal ini dapat dikatakan bahwa hipotesis yang menyatakan ada pengaruh pelatihan *self efficacy* terhadap peningkatan *self efficacy* pada karyawan *marketing* di PT. Kusuma Dipa Nugraha dapat diterima.
- b. Nilai *adversity quotient* pada kelompok eksperimen (A1) pada saat sebelum diberikan pelatihan dengan sesudah diberikan pelatihan diperoleh nilai rerata negatif, dan hasil uji beda juga menunjukkan nilai t sebesar 43,453 dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yang berarti bahwa ada perbedaan *adversity quotient* sebelum karyawan mengikuti pelatihan dengan sesudah mengikuti pelatihan. Hal ini dapat dikatakan bahwa hipotesis yang menyatakan ada pengaruh pelatihan *self efficacy* terhadap peningkatan *Adversity quotient* pada karyawan *marketing* di PT. Kusuma Dipa Nugraha dapat diterima.

4. Pengaruh pelatihan terhadap *Self Efficacy*

Terbuktnya hipotesis yang menyatakan ada pengaruh pelatihan *self efficacy* terhadap peningkatan *self efficacy* pada karyawan *marketing* di PT. Kusuma Dipa Nugraha sangat terkait dengan materi-materi pelatihan yang disajikan. Selain itu beberap hasil peneitian tentang pelatihan *self efficacy* dan dampaknya terhadap *self efficacy* karyawan seperti dilakukan oleh Huda (2015) membuktikan bahwa pelatihan *self efficacy* berpengaruh terhadap *self efficacy* pada karyawan. Aspek yang dominan dalam peningkatan efikasi diri tersebut terletak pada materi relaksasi dan *imagery training*, yang karyawan dibawa dalam situasi pembentukan efikasi diri, yaitu *vicarius experience*.

Selanjutnya Nichollsa, Polmanb dan Levy (2010), menjelaskan bahwa relaksasi menghasilkan efek fisiologis yang berlawanan dengan efek fisiologis ansietas. Relaksasi merupakan model terapi kognitif untuk mengatasi kecemasan dan meningkatkan efikasi diri yang dikembangkan oleh psikiater Edmund Jacobson (dalam Nichollsa, Polmanb dan Levy, 2010). Beberapa klinisi memakai hipnosis untuk mempermudah relaksasi atau menggunakan latihan dengan menggunakan kaset untuk memungkinkan pasien berlatih relaksasi sendiri. Demikian pula penelitian Wei (2006); dan Parnabas (2010) melaporkan keberhasilannya dalam kegiatan relaksasi menunjukkan efektifitas untuk mengatasi masalah kecemasan, kekhawatiran, nyeri kepala, nyeri leher, dan beberapa kendala yang ditimbulkan oleh masalah mental dan

ketegangan pada saat seseorang menghadapi situasi tertentu, seperti tuntutan atau target pekerjaan.

Selanjutnya pada materi pelatihan di sesi *self talk*. Teknik terakhir ini adalah berbicara pada diri sendiri. Secara prinsip, teknik ini sebenarnya menitikberatkan pada pengalihan fokus dari eksternal ke arah internal. Tidak jarang seorang karyawan bagian pemasaran yang hendak menghadapi calon pelanggan atau konsumen merasa ragu dan cemas akan hasil yang akan dicapai, keragu-raguan ini harus segera disingkirkan dengan mengatakan pada dirinya sendiri bahwa dia mampu. *Self talk* yang sukses adalah ketika seorang karyawan pemasaran mampu menyingkirkan pikiran ragu dan khawatir gagal dan menggantinya dengan ucapan yang optimis untuk meyakinkan dirinya sebagai seorang *marketing* handal.

5. Pengaruh pelatihan terhadap *Adversity Quotient*

Diterimanya pembuktian hipotesis yang menyatakan hipotesis yang menyatakan ada pengaruh pelatihan *self efficacy* terhadap peningkatan *adversity quotient* pada karyawan marketing di PT. Kusuma Dipa Nugraha. Dalam penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Asrina (2012) bahwa pelatihan mampu meningkatkan *adversity quotient* pada guru untuk berpetualang dan menjelajahi berbagai masalah siswa hingga yang paling rumit. Hasil penelitian yang dilakukan Hastuti (2015) juga membuktikan bahwa melalui peningkatan *self*

efficacy maka *adversity quotient* pada karyawan bagian pemasaran juga mengalami peningkatan secara linier.

Terbuktinya hipotesis ini dapat menjelaskan keunggulan materi pelatihan, terutama pada aspek-aspek yang mampu menubuhkan efikasi diri karyawan, seperti membangun gambaran pengalaman visual (*imagery training*) sebagai satu bentuk pengalaman pribadi yang dapat dipanggil untuk menumbuhkan semangat dan daya juang seseorang.

Imagery sebagai *mental training* adalah suatu proses latihan untuk meningkatkan ketangguhan mental dan daya juang (*adversity quotient*) dengan melibatkan unsur konsentrasi, mengarahkan tindakan ke suatu tujuan sesuai rencana, dan pengendalian perasaan (emosi/pikiran) serta kondisi psikofisik (dalam Caldwell, Harrison, dan Marianne, 2010). Pada mulanya *mental imagery* dikembangkan oleh Benson (dalam Febriantomo, 2014), dalam bentuk metode relaksasi untuk olah ragawan, yang seorang atlet diinstruksikan untuk membayangkan dirinya disuatu tempat yang terkait dengan proses latihan, gerakan-gerakan dalam suasana santai. Bayangan tersebut memungkinkan atlet memasuki keadaan atau pengalaman relaksasi, seperti yang dinamakan oleh, respon relaksasi.

Dalam penelitian ini proses latihan relaksasi ini meningkatkan efek yang serupa dengan desensitisasi sistematis kecuali bahwa pelatihan relaksasi tidak melibatkan dan terapi biasa dilakukan didalam konteks kehidupan sebenarnya. Hal ini berarti bahwa seorang karyawan bidang pemasaran tersebut harus berkontak dengan stimulus

peringatan untuk pertama kali belajar bahwa tidak ada akibat berbahaya yang akan terjadi. Pajanan ditingkatkan sesuai hirarki. Contohnya, karyawan yang ragu-ragu menemui calon pelanggan yang sudah sangat lama dan turun-temurun berkecimpung di dunia pertanian dan mengenal berbagai keunggulan dan kekurangan pupuk, maka karyawan dapat meningkatkan keberanian, rasa percaya dirinya, dan daya juangnya dengan cara menatap mata calon pelanggan, yang menurut dan mudah untuk menerima informasi dan menerima penawaran yang diajukan.

Bandura (dalam Febriantomo, 2014; dan Huda, 2015), menjelaskan bahwa *self efficacy* bagi seorang karyawan adalah untuk membantu mencapai ketangguhan mental (*mental toughness*) yang dibutuhkan untuk menumbuhkan semangat dan daya juang (*adversity quotient*). Ketangguhan mental ini dicirikan dengan daya juang tinggi, konsentrasi prima serta kepercayaan diri serta perasaan cemas yang terkontrol. *Mental toughness* inilah yang menurunkan kadar kebimbangan atau keragu-raguan seorang karyawan ketika menghadapi target kerja dan calon pelanggan serta banyaknya kompetitor.

Whitehead (dalam Widyaninggar, 2015) menjelaskan pentingnya pelatihan *self efficacy* sebagai bagian dari proses membangun daya juang dan motivasi. Sedangkan penelitian Asrina (2012) menyimpulkan bahwa proses menumbuhkan *self efficacy* tersebut dimulai dari membangun pemahaman karyawan tentang diri dan kemampuan diri, seperti pemberian latihan dengan penekankan pada penguasaan teknik secara individual (*individual mastery*). Proses tersebut

dijelaskan Lincoln (dalam Asrina, 2012), sebagai bentuk membangun motivasi intrinsik secara lebih efektif, sehingga penguasaan kemampuan sebagai dasar motivasi intrinsik harus lebih banyak ditekankan. Penekanan ini diwujudkan dalam bentuk umpan balik atau masukan-masukan dengan konkret, yang dapat diberikan setiap periode pertemuan evaluasi hasil pemasaran.

BAB 5

Penutup

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

- a. Penelitian ini mengkaji dampak pelatihan *self efficacy* terhadap peningkatan *self efficacy* dan *adversity quotient* melalui metode penelitian *true experiment* dengan model *one design pre test-post test*. Dalam penelitian ini diambil karyawan bagian pemasaran (*marketing*) PT. Dipa Kusuma Nugraha Mojokerto sebagai kelompok yang mendapatkan pelatihan (*teratment*) dan kelompok kontrol.
- b. Hasil penelitian ini membuktikan adanya pengaruh pelatihan *self efficacy* terhadap peningkatan *self efficacy* pada karyawan marketing di PT. Kusuma Dipa Nugraha. Hal ini diketahui dari uji t tes, dan perbedaan nilai rerata *self efficacy* antara kelompok eksperimen dengan kelompok kontrol dari nilai *post test*.
- c. Hasil penelitian ini juga membuktikan adanya pengaruh pelatihan *self efficacy* terhadap peningkatan *adversity quotient* pada karyawan marketing di PT. Kusuma Dipa Nugraha, yang diketahui dari uji t dan nilai rerata *post*

test antara kelompok eksperimen dengan kelompok kontrol, yang pada kelompok eksperimen memiliki nilai rerata lebih besar di bandingkan kelompok kontrol.

- d. Terbuktinya hasil penelitian ini telah memberikan gambaran bahwa pelatihan *self efficacy* memiliki keunggulan pada materi-materi pelatihan yang diberikan, yang mampu mendukung sumber efikasi diri dan daya juang (*adversity quotient*) karyawan bagian pemasaran di PT. Dipa Kusuma Nugraha Mojokerto.

2. Saran

Berdasarkan keseluruhan proses dan hasil penelitian yang telah disampaikan, maka dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut.

- a. Untuk Perusahaan

Sebagaimana telah dibuktikan melalui dua kelompok karyawan yang memperoleh perlakuan berupa pelatihan dengan kelompok yang tidak memperoleh perlakuan terdapat perbedaan *self efficacy* dan *adversity quotient* pada karyawan bagian pemasaran. Diketahui bahwa karyawan yang memperoleh pelatihan *self efficacy* mengalami peningkatan *self efficacy* dan *adversity quotient* yang kedua hal tersebut sangat dibutuhkan sebagai *soft skill* yang mendukung proses kerja dan pencapaian hasil kerja karyawan marketing. Untuk itu disarankan agar perusahaan memberikan pelatihan secara periodik, dan meningkatkan kualitas SDM melalui berbagai kegiatan pelatihan maupun kegiatan seminar dan loka karya

yang bermanfaat untuk menumbuhkan kemampuan karyawan, khususnya bagian pemasaran.

b. Untuk Karyawan

Terbuktinya pengaruh pelatihan terhadap peningkatan efikasi diri dan *adversity quotient* dan materi-materi pelatihan yang dapat diserap karyawan, maka disarankan agar karyawan dapat melakukan kembali secara mandiri atau sendiri dengan cara mengulang materi pelatihan yang telah diterima. Hal ini penting untuk meningkatkan pembiasaan dan menumbuhkan efek *adversity quotient* dan *self efficacy* sebagaimana muncul pada saat yang diperlukan oleh karyawan. Disarankan pula agar karyawan senantiasa melatih dan membiasakan diri melakukan relaksasi, *imagery* dan *self talk* sebelum melakukan kegiatan kerja.

c. Untuk Peneliti Selanjutnya

Terbuktinya hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, serta pembahasan yang difokusikan pada materi pelatihan sebagai variabel bebas, maka disarankan pada peneliti yang memiliki perhatian pada pengembangan sumber daya manusia, terutama dalam bidang pelatihan, disarankan untuk mengukur aspek-aspek dalam materi pelatihan sebagai variabel prediktor untuk mengukur *self efficacy*, *adversity quotient*, dan kinerja karyawan yang berkaitan dengan aspek atau materi dalam pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwisol, (2005). *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press
- Asrina (2012). Pengaruh pelatihan efikasi diri terhadap adversity quotient dan kreativitas Guru BK SMP Negeri di Pasuruan. *Thesis Magister Psikologi*. Fakultas Psikologi Untag Surabaya
- Azwar, S. (2006). *Validitas dan Reliabilitas*. Jakarta : CV. Rajawali Pers.
- Bandura. A. (1997). *Self efficacy the exercise of control*. New York: Standford University.
- Baron R.A. & Byrne D. (2004). Psikologi sosial (Edisi X). (Djuwita, Parman, Yasmina & Lunanta, Pengalih bhs.). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Caldwell, K., Harrison, M., and Marianne, A (2010). Developing Mindfulness in College Students Through Movement-Based Courses: Effects on Self-Regulatory Self-Efficacy, Mood, Stress, and Sleep Quality. *Journal of American College Health*. Volume 58, Issue 5, pages 433-442
- Cumminga, J. (2006). Investigating the Relationship between Exercise Imagery, Leisure-Time Exercise Behavior, and Self-Efficacy. *Journal of Applied Sport Psychology*. Volume 20, Issue 2, pages 184-198
- Febriantomo, E (2014). Pengaruh pelatihan self efficacy terhadap efikasi diri dan prestasi belajar siswa SMPN 1 Pasuruan. *Thesis Magister Psikologi*. Fakultas Psikologi Untag Surabaya

- Ghozali, Imam. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hadi, S. (2003). *Statistik 2*. Jogjakarta : Andi Offset
- Hastuti, W (2015). Pengaruh pelatihan efikasi diri dan kecerdasan adversity terhadap kinerja karyawan pemasaran di PT. Propan Sidoarjo. *Thesis Magister Psikologi*. Fakultas Psikologi Untag Surabaya
- Huda, Miftahul (2015). Pengaruh pelatihan self hipnosis terhadap efikasi diri dan daya juang tenaga medis di RS. BR di Surabaya. *Thesis Magister Psikologi*. Fakultas Psikologi Untag Surabaya
- Judge, T. A., Bono, J. E., Ilies, R., and Gerhardt, M. W. (2002). Personality and leadership: A qualitative and quantitative review. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 765-780
- Lahey, B.B (2004). *Psychology An Introduction. Ninth edition*. New York: McGraw-Hill
- Luthans, F., dan Combs, G (2007). Diversity Training: Analysis of the Impact of Self-Efficacy. Paper, Management Department Faculty Publications. Diambil tanggal 15 Juli 2013, dari: <http://digitalcommons.unl.edu/managementfacpub/28>
- Marett, Kent., Biros, P. David., dan Knode L. Monti (2004). Self-efficacy, Training Effectiveness, and Deception Detection: A Longitudinal Study of Lie Detection Training. *Lecture Notes in Computer Science*. Volume 3073, 2004, p: 187-200,

- Nicholls, A.R., Polman, R., & Levy, A.R (2010). Coping self-efficacy, pre-competitive anxiety, and subjective performance among athletes. *European Journal of Sport Science*. Volume 10, Issue 2, p: 97-102
- Noviawati, D. R. (2016). Pengaruh Self Efficacy terhadap Kinerja Karyawan dengan Motivasi sebagai Variabel Intervening (Studi pada Karyawan Divisi Finance dan Human Resources PT. Coca-Cola Distribution Indonesia, Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, Vol. 4 (3), 1-12.
- Nurdin, S., Weski, A., & Sri Rahayu, Y. (2020). Efikasi Diri dan Motivasi Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Karyawan Pemasaran. *Jurnal Sain Manajemen*, 2 (1), 85-96.
- Panayiotou, G., & Vrana, S.C. (2004). The Role of Self-Focus, Task Difficulty, Task Self-Relevance, and Evaluation Anxiety in Reaction Time Performance Motivation and Emotion, *British Journal Sports Medicine*, Vol. 28, No. 2
- Parnabas, V.A (2010). Tahap kebimbangan keadaan atlet Malaysia sebelum dan semasa pertandingan: faktor-faktor yang mempengaruhinya. *Thesis Doktorat, Fakultas Sains dan Kemanusiaan, Malaysia: Universitas Kebangsaan Malaysia-Bangi*.
- Reuwpasha, M (2015). Pengaruh pelatihan *eself efficacy* terhadap kesiapan atlet dan penurunan kecemasan pada atlet Kempo yang akan mengikuti pertandingan. *Thesis Magister Psikologi. Fakultas Psikologi Untag Surabaya*
- Robbins, P.S (2013). *Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi, Edisi Kelima*, Jakarta: Penerbit Erlangga

- Saidah, S & Aulia, L.A.A. (2014). Hubungan self effecacy dengan adversity quotient. *Jurnal Psikologi*, 1, (2), 54-61.
- Santoso (2002). SPSS Versi 12 : Mengolah data Statistik Secara Profesional. Jakarta : PT. Multi Elek Media Komputindo Gramedia
- Sapuri, Rafy (2009), *Psikologi Islam: Tuntunan Jiwa Manusia Modern*, Jakarta : Rajawali Pers
- Siagian, S.P (2004). *Teori Motivasi dan Aplikasinya*, Jakarta: Rineke Cipta.
- Simamora, H. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN
- Stoltz, P.G. (2000). *Adversity Quotient: mengubah tantangan menjadi peluang*. (Terj. T. Hermaya). Jakarta: PT Grasindo.
- Stolz, P. G. P.(2005). *Faktor Penting dalam Meraih Sukses Adversity quotient Mengubah Hambatan Menjadi Peluang*. (Terj. T. Hermaya.). Jakarta: PT. Grasindo.
- Tigchelaar, L & Khaled E. B. (2015). The relationship of adversity quotient and personal demographic profile of private business leaders in egypt. *Journal of Sciences : Basic and Applied Research*, 20, 403-421.
- Tiggelen, D.V., Wickes, S., Stevens, S., Roosen, R., dan Witvrouw, E (2008). Effective prevention of sports injuries: a model integrating efficacy, efficiency, compliance and risk-taking behaviour. *British Journal Sports Medicine*. Vol:42, p:648-652

- Wei-Tao, T, (2006). Effects of training framing, general self-efficacy and training motivation on trainees' training effectiveness, *Personnel Review*, Vol. 35 Iss: 1, pp.51-65,
- Widyaninggar, A. A. (2015). Pengaruh Efikasi Diri dan Locus Kendali (Locus of Control) Terhadap Prestasi Belajar Matematika. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 4 (2), 89-99.

PROFIL PENULIS



Nama : **Dr. HM. Noer Soetjipto, SP., SE., MM.**
Tempat , tanggal lahir : Boyolali, 14 Januari 1953.
Agama : Islam.
Kewarganegaraan : Indonesia.
Jenis Kelamin : Laki - laki.
Status : Menikah.
Nama Ibu Kandung : Hj. Sutinah
Pekerjaan : Anggota DPRD Propinsi Jawa Timur
Periode 2014 - 2019
Dan Periode 2019 - 2024
Alamat : Griya Sedati Indah Jl. Kunti B-5 Sedati
Sidoarjo Jawa Timur.
Telepon : (031) - 8676360 Fax : (031) - 8682353
081332633800, 081333749287.

PENDIDIKAN :

TINGKAT	NAMA SEKOLAH	LULUS
SR	SR. Negeri Sambu - Boyolali	1964
SMP	SMP Muh. Simo - Boyolali	1968
SPG	SPG Muh. Simo - Boyolali.	1971
ASMI (SARJANA MUDA) - BA	ASMI Surabaya.	1975
UNIVERSITAS (S-1)	Universitas Putra Bangsa - Fakultas Pertanian (Agronomi)	1999
UNIVERSITAS (S-1)	STIE YAPAN Surabaya - Jurusan Manajemen	2012
UNIVERSITAS (S-2)	Universitas Narotama Surabaya - Magister Managemen (MM)	2001
UNIVERSITAS (S-3).	Universitas Brawijaya Malang.	2009

DATA PENGALAMAN PEKERJAAN

1. Direktur PT. Tjipto Tulus Nugraha (Real Estate)
1978 – 1983
2. Direktur CV. Tani Karya Makmur (Industri Pupuk)
1983 – 1987
3. Direktur PT. Bumi Sidoarjo Permai (Real Estate)
1987 – 1990
4. Direktur PT. Kusuma Dipa Nugraha (Industri Pupuk)
1990 – sekarang.
5. Dosen S1 Ilmu Ekonomi Fakultas Pertanian U.M.G Gesik
2000 – 2014
6. Dosen STIE ABI Surabaya 2003 – 2016
7. Dosen LB UPN Surabaya 2010 – 2014
8. Dosen Pasca Sarjana STIE ABI 2012 – 2016
9. Dosen Pasca Sarjana STIE YAPAN Surabaya 2016 –
sekarang
10. Penulis Buku untuk Program Studi Mahasiswa S1 dan S2
dengan Judul :
 1. Manajemen Sumber Daya Manusia
 2. Dasar – Dasar Manajemen
 3. Manajemen Strategi
 4. Manajemen Resiko
 5. Manajemen Pemasaran

SELF EFFICACY TRAINING DAN PENINGKATAN ADVERSITY QUOTIENT PADA TENAGA PEMASARAN

Pelatihan *self efficacy* ini dipilih karena mempertimbangkan aspek kekuatan pikiran yang *mindfulness* dan menekankan pada pengendalian, dan optimalisasi kekuatan dari dalam diri yang menumbuhkan motivasi, semangat, daya juang, serta mengoptimalkan keterampilan yang sudah ada pada karyawan dan kemampuan improvisasi manakala karyawan pemasaran di lapangan menghadapi berbagai kendala.

Hasil penelitian yang dilaporkan dalam buku referensi ini telah menggambarkan tipikal karyawan bagian marketing secara keseluruhan, dan membandingkan kualitas diri karyawan yang telah memperoleh pelatihan dan yang tidak memperoleh pelatihan. Tentu hasil pelatihan dalam prakteknya akan diamati dan di catat, apakah karyawan mengalami peningkatan kinerjanya dalam bentuk kuantitas dan kualitas hasil penjualan. Ini yang akan menjadi tugas selanjutnya, yang peran bagian SDM sangat menentukan untuk memotivasi agar setiap karyawan *me-maintenance* dirinya agar menjaga dan membiasakan melatih diri sesuai materi pelatihan yang disampaikan.

Suatu kegiatan pelatihan *soft skills* maupun *hard skills* membutuhkan perawatan dan pembiasaan diri, tanpa pembiasaan diri maka suatu program pelatihan secanggih apapun tidak akan memberikan dampak apa-apa. Materi pelatihan harus di serap, dan tugas pimpinan SDM adalah mendampingi dan mengawal karyawan yang telah memperoleh pelatihan serta memantau perkembangan kinerjanya.

