

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Perusahaan *multifinance* merupakan perusahaan yang merujuk pada entitas bisnis yang menyediakan berbagai layanan pembiayaan untuk kebutuhan konsumen dan korporat. Pada konteks ekonomi modern, perusahaan-perusahaan ini memiliki peran penting dalam menyediakan akses ke dana bagi individu dan entitas bisnis yang membutuhkan dukungan finansial untuk memenuhi berbagai keperluan. Berbeda dengan lembaga keuangan tradisional seperti bank, perusahaan *multifinance* cenderung lebih fokus pada jenis pembiayaan tertentu, seperti kendaraan bermotor, elektronik, peralatan, dan lainnya. Di Indonesia, perusahaan *multifinance* adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pembiayaan konsumen dan bisnis. Mereka menawarkan berbagai layanan pembiayaan seperti kredit kendaraan bermotor, kredit elektronik, pinjaman pribadi, dan sejenisnya.

Perusahaan *multifinance* hampir sama dengan lembaga keuangan lainnya seperti bank, namun terdapat dua perbedaan utama di antara keduanya. Salah satu perbedaan utamanya adalah fokusnya perusahaan *multifinance* yang cenderung lebih fokus pada jenis pembiayaan tertentu, sementara bank memiliki layanan yang lebih beragam, termasuk simpanan, pinjaman, investasi, dan lainnya. Pada segi regulasi dan pengawasan di perusahaan *multifinance* dan bank juga dapat bervariasi. Perusahaan *multifinance* mungkin memiliki regulasi yang lebih khusus terkait jenis pembiayaan yang mereka tawarkan, sementara bank umumnya lebih tunduk pada pengawasan yang ketat oleh otoritas perbankan. Perusahaan

*multifinance* lebih diuntungkan dalam segi persyaratan untuk pengajuan pinjaman yang lebih mudah dalam memenuhi seluruh persyaratannya berbeda dengan bank yang lebih banyak dan sedikit rumit persyaratannya dalam pengajuan pinjaman. Perusahaan *multifinance* memberikan pinjaman lebih besar di bandingkan dengan bank.

Pada perusahaan *multifinance* masih menjadi pilihan setelah bank dalam hal pinjaman, hal ini disebabkan oleh bunga pinjaman yang di berikan oleh perusahaan *multifinance* lebih besar di bandingkan dengan bank. Alasan inilah yang menyebabkan masyarakat lebih memilih bank terlebih dahulu untuk mengajukan pinjaman, ketika ada penolakan dari bank masyarakat baru beralih ke perusahaan *multifinance* untuk mengajukan pinjaman. Maka dari itu perusahaan *multifinance* berupayah keras dalam mendapatkan konsumen untuk mengajukan pinjam ke perusahaan mereka, selain itu ketatnya persaingan antara perusahaan-perusahaan *multifinance* yang ada di Indonesia ymembuat pemilik perusahaan dan para staff berpikir secara keras agar perusahaanya bisa terus maju dan berkembang. Berkaitan dengan permasalahan diatas tentunya menjadi permasalahan yang dihadapi oleh seluruh perusahaan *multifinance* yang ada di Indonesia. Salah satu perusahaan *multifinance* yang mengalami tantangan-tantangan tersebut adalah perusahaan *multifinance* di Palembang yang mana termasuk juga terdapat tantangan dalam mempertahankan karyawan yang berkualitas, loyal dan berkinerja tinggi.

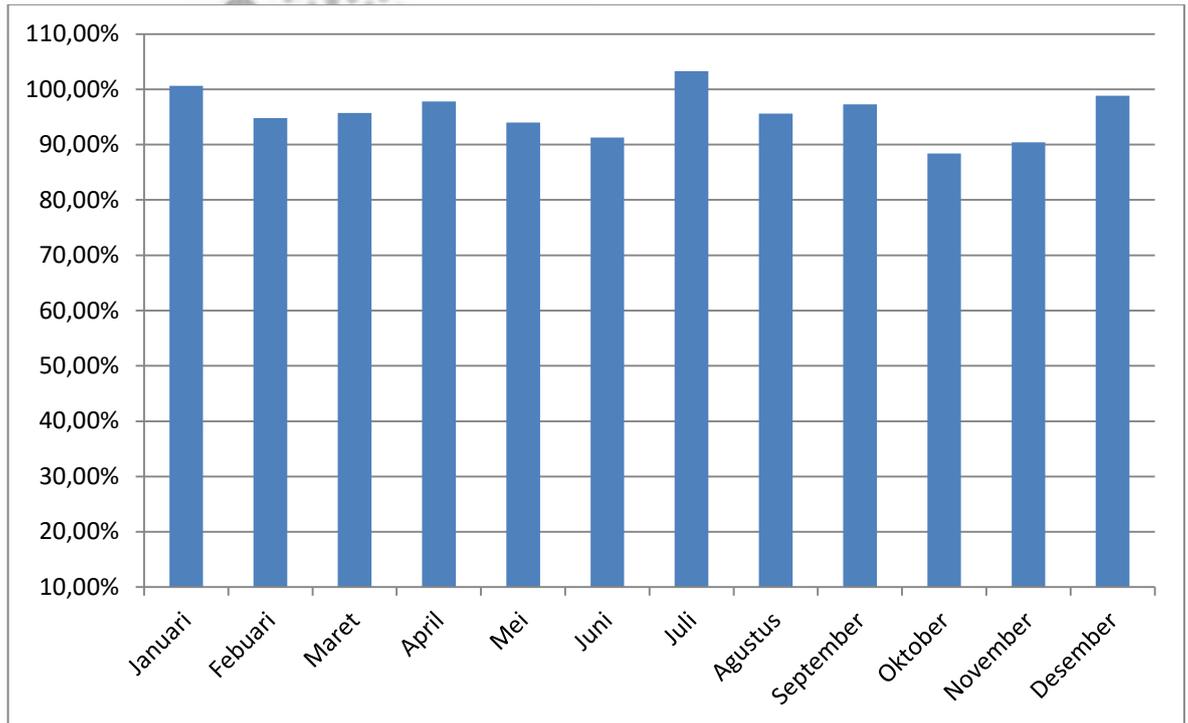
Peneliti melakukan penelitian di salah satu perusahaan *multifinance* X di Palembang yang pada perusahaan ini sama seperti perusahaan *multifinance* lainnya yang berfokus kepada kredit kendaraan bermotor, kredit elektronik,

pinjaman pribadi, dan sejenisnya. Pada perusahaan *multifinance* X ini terdapat 125 jumlah seluruh karyawannya. Pada perusahaan ini terdapat beberapa divisi antara lain divisi sumber daya manusia (SDM), divisi Keuangan, divisi marketing dan divisi *debtcollector*. Pada penelitian ini peneliti berfokus pada divisi marketing dan divisi *debtcollector*. Divisi marketing lebih sering melakukan pekerjaan ke lapangan, divisi ini mempunyai tanggung jawab kerja mencari konsumen untuk mengajukan pinjaman, bertanggung jawab dalam angsuran bulanan konsumen, membantu konsumen memenuhi persyaratan untuk mengajukan pinjaman dan survey ke lokasi rumah tempat konsumen. Pada divisi *debtcollector* sama halnya dengan divisi marketing, divisi *debtcollector* juga sering melakukan pekerjaan dilapangan. Pada divisi *debtcollector* ini mempunyai tanggung jawab kerja menagih konsumen yang mempunyai permasalahan dalam melakukan pembayaran angsuran bulanan dan menyita barang konsumen untuk dijadikan jaminan pembayaran.

Pada divisi marketing dan divisi *debtcollector* diharuskan memenuhi target bulanan yang telah diberikan oleh perusahaan *multifinance* ini. Setiap karyawan di divisi marketing harus mencapai target bulanan untuk mencari konsumen dan angsuran bulanan kosumen yang telah mengajukan pinjaman keperusahaan melalui karyawan tersebut. Pada divisi *debtcollector* setiap karyawan harus memenuhi target perbulan untuk penagihan konsumen yang menunggak angsuran pada perusahaan dan menyita barang konsumen yang menunggak sebagai jaminan untuk angsuran yang ditunggaknya. Divisi marketing dan divisi *debtcollector* ini sebagai ujung tombak dalam mempertahankan perusahaan. Perusahaan sangat bergantung dengan dengan dua divisi ini, dikarenakan dua divisi inilah yang

menjadi pemasukan keuangan untuk perusahaan. Adapun target pencapaian karyawan divisi marketing dan *debtcollector* ini dijelaskan pada tabel dibawah ini

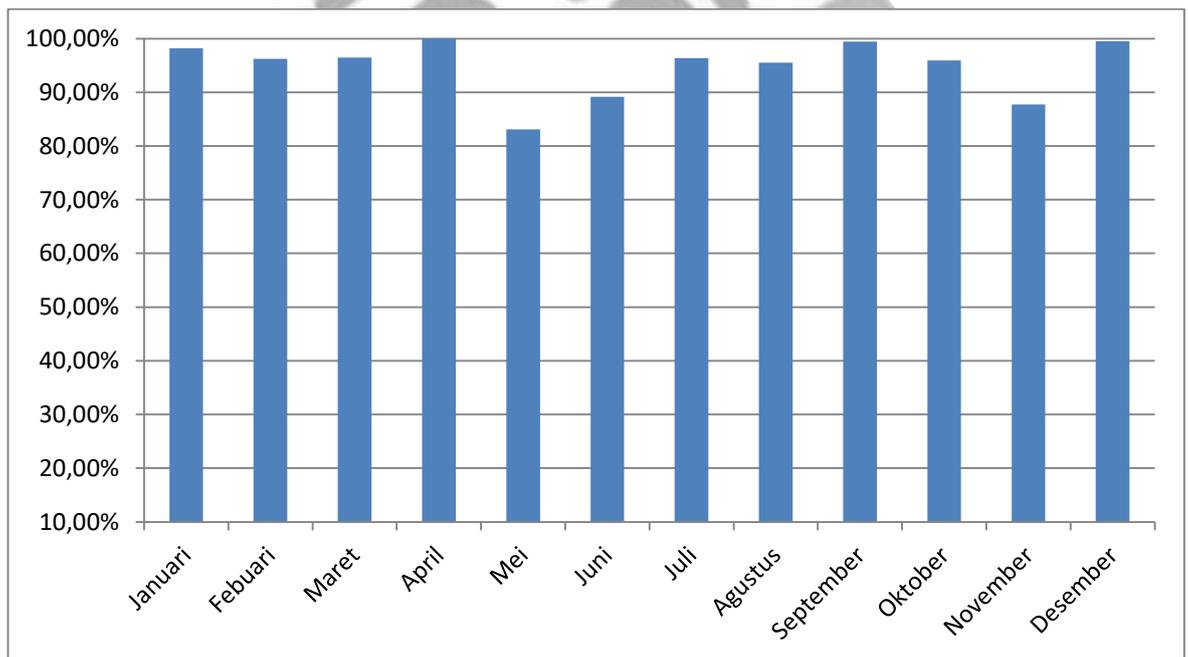
**Grafik 1 Target Pencapaian Pengajuan Pinjaman Pada Konsumen  
di Divisi Marketing Tahun 2023**



Pada grafik 1 diatas, perlu diketahui dahulu bahwa target pencapaian pengajuan pinjaman pada divisi marketing perbulannya sejumlah  $\text{Rp.150.000.000/Karyawan} \times \text{jumlah karyawan divisi marketing}$ . Adapun hasil pencapaian target ini mengalami fluktuatif disetiap bulannya, sebagaimana yang diketahui bahwa pada bulan Januari persentase target pencapaian kinerja yang terealisasikan sejumlah 100,63%, sementara itu pada bulan Februari yang terealisasikan sebanyak 94,77%. Persentase pencapaian target kinerja sejumlah 95,71% pada bulan Maret. Target pencapaian kinerja pada bulan April sejumlah 97,77% dan pada bulan Mei sebanyak 94,01%. Pada bulan Juni persentase

pencapaian target kinerja sebanyak 91,25%. Pada bulan Juli mengalami kenaikan pencapaian kinerja dengan persentase sebanyak 103,28%. Persentase target pencapaian kinerja pada bulan Agustus sejumlah 95,62% dan pada bulan September mengalami kenaikan dengan persentase sejumlah 97,29%. Pada bulan Oktober mengalami penurunan pencapaian target kinerja dengan persentase sebanyak 88,38%. Target pencapaian kinerja pada bulan November sejumlah 90,43% dan mengalami kenaikan kembali dengan persentase sebanyak 98,84%. Berdasarkan target pencapaian diatas, maka dapat diketahui bahwa pencapaian target yang terealisasi yakni pada bulan Januari dan bulan Juli.

**Grafik 2 Target Pencapaian Karyawan Divisi *Debtcollector* pada tahun 2023**



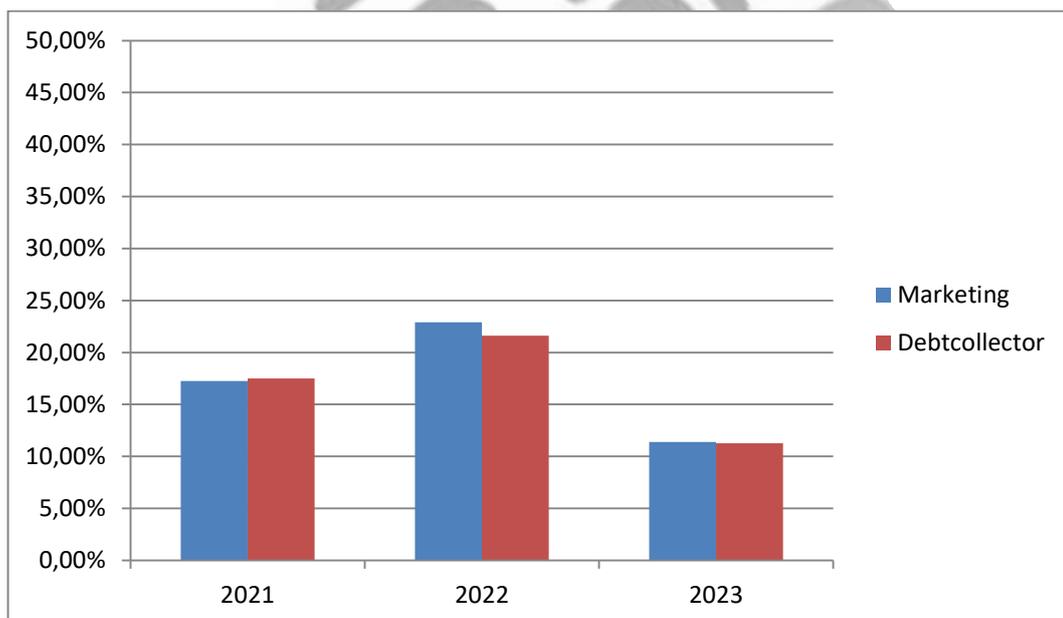
Pada grafik 2 diatas, perlu diketahui dahulu bahwa target pencapaian pengajuan pinjaman pada divisi marketing perbulannya sejumlah Rp.100.000.000/Karyawan x jumlah karyawan divisi marketing. Pada bulan Januari persentase target pencapaian kinerja yang terealisasi sejumlah 98,16%, kemudian pada bulan Februari mengalami penurunan pencapaian kinerja yang

terrealisasikan dengan persentase sebanyak 96,23%. Persentase pencapaian target kinerja sejumlah 96,44% pada bulan Maret, sementara itu pada bulan April mengalami kenaikan dari target pencapaian kinerja sejumlah 100%, lalu mengalami penurunan kembali yang cukup drastis pada bulan Mei sebanyak 83,11%. Pada bulan Juni persentase pencapaian target kinerja sebanyak 89,13%. Pada bulan Juli mengalami kenaikan pencapaian kinerja dengan persentase sebanyak 96,32%. Persentase target pencapaian kinerja pada bulan Agustus sejumlah 95,54% dan pada bulan September mengalami kenaikan dengan persentase sejumlah 99,45%. Pada bulan Oktober mengalami penurunan pencapaian target kinerja dengan persentase sebanyak 95,91%. Target pencapaian kinerja pada bulan November sejumlah 87,74% dan mengalami kenaikan kembali dengan persentase sebanyak 99,52%. Berdasarkan data target pencapaian kinerja diatas, maka dapat diketahui bahwa pada bulan April divisi *debtcollector* mencapai target yang terealisasi.

Berdasarkan dari data yang diketahui mengenai target pencapaian kinerja pada divisi marketing dan divisi *debtcollector* diatas, maka dapat disimpulkan bahwa para karyawan pada kedua divisi ini mengalami target pencapaian kinerja disetiap bulannya yang tidak terealisasi. Target pencapaian kinerja yang tidak terealisasi ini disebabkan oleh beban pencapaian target yang cukup berat, disetiap bulannya pada divisi marketing diberikan target sejumlah Rp. 150.000.000/karyawan dan pada divisi *debtcollector* diberikan target sejumlah Rp. 100.000.000/karyawan disetiap bulannya. Beban lain yang dialami oleh para karyawan di divisi marketing ini yang mana para karyawan mengalami kesulitan dalam mencari konsumen baru dengan tujuan untuk memenuhi target pencapaian

yang diberikan. Pada divisi *debtcollector* juga mengalami beban lain dalam hal kesulitannya menagih konsumen yang melakukan penunggakan bayaran angsuran. Berkaitan dengan adanya beban pencapaian target yang cukup berat serta beban lain yang dialami oleh divisi marketing dan divisi *debtcollector* pada perusahaan *multifinance* X di Palembang yang diketahui diatas, maka membuat beberapa karyawan di divisi marketing dan divisi *debtcollector* mengalami *turnover*, sebagaimana yang diketahui dari data yang didapat oleh peneliti pada tabel berikut ini :

**Grafik 3 Data Turnover Karyawan Divisi Marketing dan *Debtcollector***  
**Perusahaan *Multifinance* X di Palembang Tahun 2021 s/d 2023**



Pada grafik 3 diatas, diketahui data *turnover* di divisi marketing pada perusahaan *multifinance* X Palembang mengalami *turnover* yang tidak stabil. Pada tahun 2021 pada divisi marketing mengalami *turnover* sebanyak 17,26%, sementara pada tahun 2022 *turnover* pada divisi marketing mengalami kenaikan sebanyak 22,9%, lalu pada tahun 2023 *turnover* di divisi marketing mengalami

penurunan sebanyak 11,38%. Pada divisi *debtcollector* diketahui juga data *turnover* yang tidak stabil. Pada tahun 2021 pada divisi marketing mengalami *turnover* sebanyak 17,5%, sementara pada tahun 2022 *turnover* pada divisi marketing mengalami kenaikan sebanyak 21,62%, lalu pada tahun 2023 *turnover* di divisi marketing mengalami penurunan sebanyak 11,26%. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari perusahaan ini mengenai data *turnover* pada divisi marketing dan divisi *debtcollector* diatas, diketahui bahwa data *turnover* ini merujuk pada *involuntary turnover*. *Involuntary turnover* yang terjadi pada dua divisi ini yang mana karyawan diberhentikan atau dikeluarkan oleh perusahaan *multifinance* ini, hal ini dikarenakan para karyawan mempunyai kinerja yang buruk dalam bekerja terutama dalam target bulanan yang diberikan oleh perusahaan tidak tercapai.

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa *involuntary turnover* di divisi marketing dan *debtcollector* disebabkan oleh adanya beban kerja yang cukup berat. Meskipun pada kedua divisi ini mengalami *involuntary turnover*, namun masih terdapat para karyawan yang terus menetap dan bekerja dengan baik serta terus berjuang untuk mengatasi masalah dan beban kerja yang dialami. Sehingga para karyawan yang masih memiliki keinginan untuk terus bekerja di perusahaan pada kedua divisi inilah yang menjadi daya tarik peneliti yang menjadi fokus penelitian di perusahaan *multifinance X Palembang*. Para karyawan di kedua divisi mempunyai kemampuan daya juang dalam mengatasi masalah dan beban kerja yang dihadapi, adanya daya juang inilah yang disebut dengan *adversity quotient (AQ)*.

Stoltz (2005) menyatakan bahwa *adversity quotient* adalah kecerdasan atau kemampuan seseorang dalam menghadapi rintangan, kesulitan, hambatan dan mampu untuk mengatasinya secara teratur, dengan meramalkan siapa yang dapat bertahan akan kesulitan atau siapa yang akan hancur, dan dapat memprediksi siapa yang dapat melebihi harapan dari potensi yang dimiliki. Lebih lanjut, *adversity quotient* juga merupakan kemampuan seseorang dalam mengamati dan mengolah kesulitan dengan kecerdasan yang dimiliki sehingga menjadi tantangan untuk menyelesaikannya. Stoltz juga berpendapat (2005) hidup ini bisa diibaratkan seperti mendaki gunung untuk mencapai kepuasan melalui usaha yang tidak kenal lelah. Usaha tersebut dapat melalui kecakapan khusus yaitu salah satunya dengan adanya *adversity quotient* dalam diri karyawan, sehingga dapat mengubah hambatan menjadi peluang karena kecakapan ini merupakan penentu seberapa jauh seseorang mampu bertahan dalam menghadapi dan mengatasi kesulitan. *Adversity quotient* ini memiliki manfaat terhadap individu agar dapat mengubah hambatan menjadi peluang karena kecerdasan ini merupakan penentu seberapa jauh individu mampu bertahan dalam menghadapi dan mengatasi kesulitan.

Stoltz (Tarmizi, 2018) mengungkapkan ada beberapa ciri-ciri orang yang dalam kesehariannya memiliki *adversity quotient*: 1. Berfikir terus terang mengenai peluang, 2. Tidak memikirkan sesuatunya sebagai hambatan, 3. Tidak menyesali kegagalan, 4. Belajar seumur hidup, 5. Memiliki dorongan untuk berhasil, 6. Tidak menghindari tanggung jawab dan kesempatan, 7. Tidak cepat puas akan apa yang telah di capai. Berdasarkan ciri-ciri diatas menjelaskan orang-

orang yang memiliki *adversity quotient* cenderung ingin selalu berkembang dan meningkatkan kehidupannya.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dilapangan yaitu di perusahaan multifiance X di Palembang, peneliti melakukan observasi kepada karyawan-karyawan di perusahaan *multifinance X* pada tanggal 27 September 2023 dari observasi peneliti di dapatkan bahwa karyawan divisi marketing dan *debtcollectore* ini lebih banyak menghabiskan waktu pekerjaan mereka di lapangan. Mereka hanya terlihat pada pagi hari pada saat absensi datang dan kembali pada sore hari untuk absensi pulang. Namun terlihat juga ada beberapa karyawan hanya melakukan absensi pada pagi hari dan tidak melakukan absensi pada sore hari.

Selanjutnya peneliti melakukan observasi dan wawancara karyawan divisi marketing dan divisi *debtcollector* perusahaan *multifinance x* palembang di 2 tempat yang berbeda. Peneliti melakukan observasi dan wawancara pada Tanggal 28 dan 29 September 2023 dari observasi peneliti didapatkan hasil observasi yang hampir sama dari dua divisi ini, didapatkan bahwa beberapa karyawan yang terlihat sedang pusing dan kebingungan, namun disamping itu mereka juga tetap semangat menjalani pekerjaan yang terlihat dari para karyawan ini tetap menjalankan tugasnya dengan menelpon para konsumen serta menginput data para calon konsumen pada pengajuan pinjaman. Temuan ini diperkuat dalam hasil wawancara kepada beberapa karyawan yang sedang berada dilapangan.

Peneliti melakukan wawancara kepada A (*personal communication*, 28 September 2023) berdasarkan ciri-ciri *adversity quotient* yang pertama yaitu berfikir terus terang mengenai peluang A mengatakan bahwa pekerjaannya di

perusahaan *multifinance* X ini berpeluang besar untuk mengembangkan karirnya dalam bidang finansial. A juga mengatakan kalau konsumen yang mengajukan pinjaman ke perusahaan tempat A bekerja kebanyakan membuka usaha sendiri, baik usaha kecil hingga usaha yang cukup besar. Hal ini lah yang dimanfaatkan oleh A untuk memperluas relasinya dengan konsumen-konsumen yang mengajukan pinjaman ke perusahaannya. Peneliti juga melakukan wawancara kepada R (*personal communication*, 29 September 2023) merupakan karyawan divisi *debtcollector* di perusahaan *multifinance* X di Palembang, berdasarkan dari ciri-ciri *adversity quotient* yang pertama yaitu berfikir terus terang mengenai peluang R mengatakan di divisi *debtcollector* walaupun resikonya tinggi penghasilan yang di dapatkan oleh R sangat besar apalagi bila R bisa menyita barang konsumennya yang memiliki tunggakan angsuran yang sudah sangat lama.

Peneliti melakukan wawancara kepada karyawan *multifinance* X yang berinisial K (*personal communication*, 28 September 2023) K merupakan karyawan dari divisi marketing yang sudah bekerja hampir satu tahun, berdasarkan ciri-ciri *adversity quotient* yang kedua yaitu tidak memikirkan sesuatunya sebagai hambatan K mengatakan ketika ada konsumen baru yang mau mengajukan pinjaman jarak rumah konsumen sangat jauh dan terkadang ada yang di plosok daerah. Namun K menganggap itu bukan sebagai hambatan, K menganggap itu sebagai suatu tanggung jawab untuk K agar konsumen tersebut bisa di ACC oleh perusahaan secepatnya. Peneliti juga melakukan wawancara kepada E (*personal communication*, 29 September 2023) E merupakan karyawan divisi *debtcollector* yang bekerja di perusahaan *multifinance* X. berdasarkan ciri-ciri *adversity quatieny* yang kedua yaitu tidak memikirkan sesuatunya sebagai

hambatan E mengatakan kalau dia dan teman-temannya tak jarang mendapatkan ancaman dari konsumen yang menunggak angsuran. E juga mengatakan sangat sulit menghubungi dan menemui konsumen yang menunggak angsuran, Berbagai macam alasan konsumen telah di dengar oleh E untuk menghindar. Namun menurut E itu bukan sebagai hambatan namun sebagai tantangan bagi E. Dia dan teman-teman sering berdiskusi untuk mencari strategi dan solusi agar konsumen yang menunggak tersebut mau membayar angsuran yang telah menunggak tersebut.

Berikutnya Peneliti melakukan wawancara kepada T karyawan divisi marketing (*personal communication*, 28 September 2023), berdasarkan ciri-ciri *adversity quotient* yang ketiga yaitu tidak menyesali kegagalan T mengatakan pada saat dia gagal dalam mengejar target bulanan dan terkena SP 1 oleh atasannya, T tidak menyesali kegagalan yang di alaminya. T bahkan lebih bersemangat lagi menawarkan pinjamannya kepada masyarakat bahkan T lebih sering lagi membagikan brosur pinjamannya dari rumah kerumah. T juga mengatakan tidak mau lagi terkena SP dari atasannya dan tidak mencapai target bulanan. Peneliti juga melakukan wawancara kepada S Karyawan divisi *debtcollector* (*personal communication*, 29 September 2023) berdasarkan ciri-ciri *adversity quotient* yang ketiga yaitu tidak menyesali kegagalan S mengungkapkan, Ketika S tidak mencapai target bulanan dari perusahaan dan terkena SP1. S menghadapinya dengan tenang dan tidak menyelasi keagalanya. Namun S mengambil tindakan lebih tegas dengan menanyakan dengan pasti kapan sekiranya konsumen S mau membayar tunggaknya dan apabila konsumen S tidak menepati janji, S mengambil tindakan tegas dengan mengambil barang

milik konsumen sebagai jaminan untuk tunggkan yang dilakukan oleh konsumennya. S menjelaskan tidak jarang pada saat S mau mengambil barang milik konsumen sebagai jaminan konsumennya dia tidak melakukannya melakukan perlawanan terhadap S .

Berikutnya peneliti melakukan wawancara kepada P karyawan divisi marketing (*personal communication*, 28 September 2023) berdasarkan ciri-ciri *adversity quotient* yang keempat yaitu belajar seumur hidup P mengatakan bahwa pekerjaannya sekarang memberikan dia sebuah tanggung jawab terhadap konsumennya agar bisa membayarkan angsuran bulanan dengan lancar. P juga mengatakan kalau pekerjaannya sekarang membuat dia belajar bagaimana berkomunikasi yang baik dengan masyarakat agar mereka mau mengajukan pinjaman di perusahaan tempat U bekerja. Peneliti juga melakukan wawancara kepada M karyawan divisi *debtcollector* (*personal communication*, 29 September 2023) berdasarkan berdasarkan ciri-ciri *adversity quotient* yang keempat yaitu belajar seumur hidup M mengatakan bahwa pekerjaannya sekarang mengajarkan dirinta agar lebih sabar dalam menghadapi konsumen dan komunikasi yang baik dan sopan adalah kunci agar para konsumen yang menunggak pembayaran mau membayar angsuran bulanannya. M juga menjelaskan tanggung jawab dan resiko pekerjaannya ini cukup tinggi, hal ini dikarenakan pasti ada saja konsumen M yang sangat sulit untuk membayar bahkan ada yang tidak senang pada saat M menagih ke rumah konsumen .

Berikutnya peneliti melakukan wawancara kepada E karyawan divisi marketing (*personal communication*, 28 September 2023) berdasarkan ciri-ciri *adversity quotient* yang kelima yaitu memiliki dorongan untuk berhasil P

mengatakan selalu bersemangat dan berfikir positif pasti bisa mencapai target bulanan. P juga mengatakan dirinya pasti bisa naik jabatan sesegera mungkin dan bisa mendapatkan gaji dan bonus yang lebih besar lagi dari posisinya sekarang. Peneliti juga melakukan wawancara kepada M karyawan divisi *debtcollector* (*personal communication*, 29 September 2023) berdasarkan ciri-ciri *adversity quotient* yang kelima yaitu memiliki dorongan untuk berhasil M mengatakan hal yang hampir sama dengan P. M mengatakan dirinya selalu bersemangat dan berpikir positif soal pekerjaannya sekarang. Dia meyakini pekerjaannya pasti bisa membuatnya dan keluarganya sejahtera. M juga menjelaskan dia pasti akan lebih giat lagi dalam bekerja agar bisa mendapatkan bonus lebih banyak lagi dari perusahaan.

Berikutnya peneliti melakukan wawancara kepada Y karyawan divisi marketing (*personal communication*, 28 September 2023) berdasarkan ciri-ciri *adversity quotient* yang keenam yaitu tidak menghindari tanggung jawab Y mengatakan bahwa divisi marketing ini adalah ujung tombak untuk perusahaan tempat dia bekerja. Maka dari itu sebagai karyawan divisi marketing Y dan teman-temannya harus bisa mencapai target bulanan yang di berikan. T mengatakan teman-teman sedivisinya sering bekerjasama apabila ada teman yang sedang kesulitan dalam mencari konsumen. T juga menjelaskan rekan kerja sering memberikan solusi apabila T sedang mengalami masalah dan sebaliknya T juga tak jarang memberikan solusi kepada teman-teman sedivisinya. Peneliti juga melakukan wawancara kepada M karyawan divisi *debtcollector* (*personal communication*, 29 September 2023) berdasarkan ciri-ciri *Adversity quotient* yang ciri-ciri *adversity quotieny* yang keenam yaitu tidak menghindari tanggung jawab

berhasil I mengatakan divisi *debtcollector* sangat penting dalam membantu masalah keuangan di perusahaan. I juga menjelaskan dia tidak jarang membantu teman sedivisinya dalam penagihan kerumah konsumen dan tak jarang juga I meminta bantuan kepada teman-teman sedivisinya.

Berikutnya peneliti melakukan wawancara kepada R karyawan divisi marketing (*personal communication*, 28 September 2023) berdasarkan ciri-ciri *adversity quotient* yang ketujuh yaitu tidak cepat puas akan apa yang telah di capai R mengatakan kalau dirinya selalu ingin meningkatkan kualitas dirinya agar bisa mendapatkan jabatan yang lebih baik lagi kedepannya. R juga mengatakan kalau dirinya ingin mendaftar kuliah lagi untuk penyetaraan jabatan yang lebih tinggi. Peneliti juga melakukan wawancara kepada M karyawan divisi *debtcollector* (*personal communication*, 29 September 2023) berdasarkan ciri-ciri *adversity quotient* yang ketujuh yaitu Tidak cepat puas akan apa yang telah di capai T mengatakan kalau dirinya belum terlalu puas dengan pekerjaannya sekarang. T menjelaskan bahwa dirinya ingin naik jabatan lebih tinggi lagi dari sekarang. Bahkan T mengatakan apabila ada kesempatan untuk melamar ke perusahaan yang lebih besar, T bersedia untuk pindah ke perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil kuisisioner awal yang dilakukan peneliti tanggal 06 Oktober 2023 melalui *Google form* dengan jumlah responden sebanyak 30 orang yang merupakan karyawan dari perusahaan *multifinance X* di Palembang. Angket awal ini diambil berdasarkan ciri-ciri dari *Adversity quotient* yaitu : 1. Berfikir terus terang mengenai peluang, 2. Tidak memikirkan sesuatunya sebagai hambatan 3. Tidak menyesali kegagalan 4. Belajar seumur hidup 5. Memiliki

dorongan untuk berhasil 6. Tidak menghindari tanggung jawab dan kesempatan 7. Tidak cepat puas akan apa yang telah di capai.

Pada pernyataan angket awal yang disebar pada ciri yang pertama yaitu Berfikir terus terang mengenai peluang terdapat 78% karyawan melihat peluang untuk mengembangkan karirnya di perusahaan, 82% karyawan menganggap mereka bisa berpeluang besar mendapatkan bonus yang besar apabila mendapatkan konsumen yang banyak. Pada ciri-ciri *Adversity quotient* yang kedua Tidak memikirkan sesuatunya sebagai hambatan terdapat 79% karyawan menanggapi hambatan yang mereka terima sebagai sebuah tantangan. Sebanyak 78% karyawan bisa mengatasi hambatan yang diterimanya dengan cukup muda. Pada ciri-ciri *adversity quotient* yang ketiga Tidak menyesali kegagalan terdapat 79% karyawan lebih bersemangat untuk memperbaiki keggalan yang pernah di alaminya. Sebanyak 78% karyawan berpikir untuk merencanakan strategi yang baru agak tidak terjadi kegagalan lagi. Pada ciri-ciri *Adversity quotient* yang keempat Belajar seumur hidup terdapat 83% karyawan selalu berinisiatif lebih tinggi pada pekerjaannya. Sebanyak 78% karyawan selalu ingin mengembangkan dirinya agar bisa lebih baik lagi dalam bekerja. Pada ciri-ciri *Adversity quotient* yang kelima Memiliki dorongan untuk berhasil terdapat 79% karyawan selalu berpikir positif dalam bekerja agar berhasil mencapai target setiap bulannya. Sebanyak 81% karyawan saling membantu dan menyemangati antar rekan kerja agar berhasil mencapai target bersama-sama. Pada ciri-ciri *Adversity Quotien* yang keenam Tidak menghindari tanggung jawab dan kesempatan terdapat 87% karyawan bertanggung jawab pada pekerjaannya. Sebanyak 84% karyawan tidak melewatkan kesempatan yang diberikan kepadanya . Pada ciri-ciri *Adversity*

*quotient* yang ketujuh Tidak cepat puas akan apa yang telah di capai terdapat 83% karyawan ingin mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya untuk mendapatkan bonus yang besar dan relasi yang baru. Sebanyak 80% karyawan ingin naik jabatan .

*Adversity quotient* menurut Stoltz (2005) dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi beberapa faktor yaitu : 1) Daya Saing, 2) Prokduktivitas, 3) Kreativitas, 4) Motivasi, 5) Mengambil Resiko, 6) Perbaikan , 7) Ketekunan, 8) Belajar dan 9) Merangkul, sementara itu faktor eksternal meliputi dua faktor yaitu Pendidikan dan Lingkungan Salah satu faktor yang mempengaruhi *Adversity quotient* menurut stoltz adalah motivasi. Motivasi menjadi salah satu pembentuk *Adversity quotient* yang penting, karena diyakini bahwa apabila motivasi yang dimiliki oleh seseorang itu tinggi maka *Adversity quotient*nya pun akan tinggi. Sebaliknya jika motivasi nya rendah maka *adversity* yang dimilikinya pun rendah. Sebagaimana pendapat yang dikemukakan oleh Stoltz (2005) yang menegaskan bahwa orang yang tidak memiliki *Adversity quotient*, akan tumbuh menjadi orang yang tidak memiliki motivasi dan tidak mampu mengatasi setiap kesulitan yang ada dengan sesama rekan kerjanya. Begitu juga pada orang yang memiliki *adversity quotient* yang tinggi, akan tumbuh menjadi orang yang memiliki motivasi dan mampu mengatasi setiap kesulitan yang ada dengan sesama rekan kerjanya. Maka dari itu dapat diketahui bahwa motivasi dalam diri seseorang mempengaruhi *adversity quotient* seseorang untuk menyelesaikan setiap pekerjaannya dengan mudah dan mampu mengatasi masalahnya baik masalah pribadi, masalah tentang kantor dan masalah-masalah lainnya yang dimiliki seseorang.

Robbins (Izzati & Mulyana, 2019) mendefinisikan motivasi kerja sebagai kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu memenuhi beberapa kebutuhan individual, Sedangkan menurut Mangkunegara (Izzati & Mulyana, 2019) Motivasi kerja merupakan kondisi atau energi yang menggerakkan diri karyawan yang terarah atau tertuju untuk mencapai tujuan organisasi perusahaan . Karyawan yang mempunyai motivasi kerja tinggi akan berusaha agar pekerjaannya dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Adapun menurut Robbin dan Judge (Megawati, 2019) mengungkapkan ciri-ciri motivasi kerja antara lain: 1. Intensitas, 2. Arah dan 3. Ketekunan. 4

Peneliti melakukan observasi dan wawancara karyawan divisi marketing dan divisi *debtcollector* perusahaan *multifinance* x Palembang sebagai penguat data yang didapatkan. Observasi dilakukan pada tanggal 24 November 2023, sementara itu wawancara dilakukan pada tanggal 15 Januari 2024. Hasil observasi yang peneliti dapatkan dari peninjauan kepada kedua divisi ini yang mana para karyawan dikedua divisi ini biasanya terlihat sering datang tepat waktu dengan wajah-wajah yang penuh semangat. Selain itu pada saat berada di lapangan peneliti memperhatikan para karyawan dikedua divisi ini tidak mudah menyerah, hal ini terlihat dari para karyawan divisi marketing yang terus melakukan usaha menghubungi para calon konsumen baru untuk melakukan peminjaman meskipun pada saat menghadapi penolakan, adapun pada karyawan di divisi *debtcollector* ini terlihat dari mereka yang terus berusaha menyelesaikan panggilan pada list daftar para konsumen yang mengalami permasalahan dalam angsuran pembayaran.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada Karyawan U divisi marketing (*personal communication*, 15 Januari 2024), berdasarkan ciri-ciri intensitas. U mengungkapkan bahwa U disetiap harinya terus melakukan usaha dengan terus menambah relasi-relasi baru agar bisa mempermudah dalam mencari konsumen baru serta terus giat mencari konsumen baru sendiri, karena termotivasi oleh bonus dan tip yang diberikan cukup besar. Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada Karyawan P divisi *debtcollector* (*personal communication*, 15 Januari 2024), berdasarkan ciri-ciri intensitas ini P mengungkapkan kalau dirinya sangat antusias untuk melakukan penagihan kepada konsumen yang terkendala masalah dalam pembayaran meskipun terkadang dirinya bertemu dengan konsumen yang tidak senang bahkan berlaku tidak sopan kepadanya selama melakukan penagihan, semua ini dirinya perjuangkan dengan tujuan agar bisa mencapai target yang bisa menjadikan penilaian kinerja dirinya lebih baik yang ditinjau oleh perusahaan

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada Karyawan T divisi marketing (*personal communication*, 15 Januari 2024), berdasarkan ciri-ciri arah, diketahui bahwa T menyampaikan T terus berjuang untuk mempertahankan pekerjaannya agar tetap bisa untuk terus bekerja di perusahaan *multifinance* bagian divisi marketing, karena T sangat menyenangi pekerjaan yang dijalannya. Maka dari itu T mengungkapkan bahwa T terus mengembangkan dan memperdalam ilmu-ilmu dalam bidang marketing dengan cara salah satunya terus berusaha mengikuti baik pelatihan maupun seminar-seminar yang diadakan secara online ataupun offline dengan tujuan agar bisa mencapai target pencapaian bulanan yang diberikan oleh perusahaan. Peneliti juga melakukan wawancara

kepada G Karyawan divisi *debtcollector* (*personal communication*, 15 Januari 2024) berdasarkan ciri-ciri Arah G mengatakan kalau dirinya selalu berusaha untuk mencapai target bulanan yang di berikan oleh perusahaan. G ingin menetap bekerja lebih lama di perusahaan ini. G mengatakan sudah nyaman dengan pekerjaannya sekarang. Hal ini di karenakan rekan-rekan kerja G yang baik dan saling membantu apabila G sedang dalam kesusahan dalam pekerjaan. G juga menjelaskan kalau bonus, gaji dan asuransi kesehatan yang membuat G ingin terus bekerja di perusahaan *multifinance X* ini.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada Karyawan R divisi marketing (*personal communication*, 15 Januari 2024), berdasarkan ciri-ciri ketekunan. R menyampaikan bahwa R biasanya selalu melakukan evaluasi di setiap akhir bulan terkait apa saja hambatan-hambatan yang dialami oleh R selama sebulan itu ketika hal itu menyebabkan R tidak memenuhi target, dari hambatan itulah yang menjadi motivasi R agar bisa mencapai target dibulan selanjutnya dengan cara mencari strategi dan menetapkan strategi yang dipakai itu agar ketika hambatan-hambatan itu datang R bisa mengatasinya. Peneliti juga melakukan wawancara kepada F Karyawan divisi *debtcollector* (*personal communication*, 15 Januari 2024), berdasarkan ciri-ciri Ketekunan F mengatakan bahwa dia dalam bekerja selalu produktif agar konsumen yang di tangani oleh F mau membayar. F menjelaskan dia rutin mendatangi kediaman konsumen 2 kali seminggu agar konsumen mau membayar, F juga tidak segan memberikan solusi yang terbaik kepada konsumennya agar bisa mengatasi tunggakan angsuran bulanannya. Namun apabila ada Konsumen F yang tidak mau membayar sama sekali, F

mengambil tindakan tegas dengan menyita barang konsumen yang tidak mau membayar.

Berdasarkan hasil kuisisioner awal yang dilakukan peneliti tanggal 25 November melalui Google form dengan jumlah responden sebanyak 30 orang yang merupakan karyawan dari perusahaan *multifinance X* di Palembang. Angket awal ini diambil berdasarkan ciri – ciri motivasi kerja menurut Robbin dan Judge (Megawati, 2019) antara lain: 1. Intensitas, 2. Arah dan 3. Ketekunan.

Pada pernyataan angket awal yang disebar pada ciri yang pertama yaitu intensitas terdapat 80% karyawan berinisiatif dalam meningkatkan kinerjanya. Sebanyak 78% karyawan lebih giat dan berusaha dalam mencapai target bulanan. Pada ciri-ciri Motivasi kerja yang kedua yaitu Arah terdapat 85% karyawan mempunyai arah dan tujuan pribadi yang ingin dicapai. Sebanyak 79% ingin memberikan kontribusi kepada perusahaan. Pada ciri-ciri Motivasi kerja yang ketiga yaitu Ketekunan terdapat 85% karyawan konsisten dalam bekerja. Sebanyak 87% karyawan saling bekerjasama dengan rekan sedivisinya dalam mencapai target bulanan.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait Hubungan Antara Motivasi Kerja dengan *Adversity quotient* Pada Karyawan Divisi Marketing Dan *Divisi Debtcollector* di Perusahaan Financial X Palembang.

## **B. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan mendeskripsikan hubungan antara Hubungan antara Motivasi kerja dengan

*Adversity quotient* pada karyawan Divisi Marketing Dan Divisi *Debtcollector*  
Pada Perusahaan Financial X Palembang

### **C. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Pada penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat sumbangan ilmiah dan pemikiran dalam ranah ilmu psikologi, khususnya ranah psikologi industri dan organisasi.

#### **2. Manfaat Praktis**

##### **a. Bagi Karyawan**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat kepada para karyawan divisi marketing dan *debtcollector* di Perusahaan Multifinance X Palembang agar mampu mempertahankan *adversity quotient* dan motivasi kerja dengan cara memperhatikan dan menerapkan berbagai aspek dalam meningkatkan *adversity quotient* dan motivasi kerja.

##### **b. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada Perusahaan Multifinance X Palembang mengenai *adversity quotient* dan motivasi kerja yang dimiliki oleh karyawan divisi marketing dan *debtcollector* serta mampu memperhatikan aspek-aspek dalam mempertahankan motivasi kerja pada karyawan khususnya divisi marketing dan *debtcollector*.

### **D. Keaslian Penelitian**

Keaslian penelitian ini merupakan hasil dari beberapa penelitian terdahulu dimana penelitian tersebut memiliki karakteristik yang hampir serupa atau sama

dalam hal tema yang dikaji walaupun ada perbedaan dalam kriteria subjek penelitian, jumlah populasi dalam variabel penelitian dan metode analisis yang digunakan. Penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu mengenai “Hubungan antara Motivasi kerja dengan *Adversity quotient* pada karyawan *multifinance X* di Palembang”.

Penelitian ini hampir serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tarmizi, 2018), dengan judul Hubungan Motivasi Kerja Dengan *Adversity quotient* Pada Karyawan Iradio Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada hubungan Motivasi Kerja dengan *Adversity quotient* pada karyawan iradio Medan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan subjek sebanyak 60 Karyawan Iradio Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan antara motivasi kerja dengan *Adversity quotient* pada karyawan iradio Medan dengan  $r_{xy}=0,463$  dan  $p=0,000$  ( $p<0,05$ ). Hal ini menunjukkan hubungan positif antara motivasi kerja dengan *Adversity quotient*.

Penelitian ini hampir serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh (Iskandar, 2022) dengan judul Hubungan Antara Motivasi Kerja Dengan *Adversity quotient* pada petani karet di Desa Mulyo Rejo Kecamatan Sungai Lilin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya Hubungan Antara Motivasi Kerja Dengan *Adversity quotient* pada petani karet di Desa Mulyo Rejo Kecamatan Sungai Lilin. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan subjek sebanyak 240 orang petani. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif Motivasi Kerja dengan *Adversity quotient*,  $p = 0,000$  atau  $p < 0,01$ . Maka dapat dikatakan bahwa semakin tinggi motivasi kerja maka semakin tinggi pula *Adversity quotient*.

Terdapat pula penelitian serupa yang dilakukan oleh (Gusri, 2018) Mengenai Hubungan Antara Motivasi Pengembangan Karir Dengan *Adversity quotient* Pada Mahasiswa kelas malam yang bekerja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara motivasi pengembangan karir dengan *Adversity quotient* pada mahasiswa kelas malam yang bekerja. Terdapat 150 subjek Mahasiswa menjalani aktivitas kuliah sambil bekerja minimal 7 jam/hari. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ) Ini menunjukkan motivasi pengembangan karir memiliki hubungan yang sifatnya positif dengan *Adversity quotient*.

Penelitian ini hampir serupa dengan penelitian yang dilakukan (Devita & Ahadiyaningsih, 2020), dengan judul *The Relationship between the Adversity quotient (Fighting Power) and Work Motivation of TNI (Indonesia National Army) Members in Kodim 1408/BS Kodam VII Wirabuana*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan *Adversity quotient* (Daya Juang) dengan Motivasi Kerja Anggota TNI di Kodim 1408/BS Kodam VII Wirabuana. Terdapat 121 orang subjek dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini Hasil penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ) Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dengan arah positif antara motivasi kerja dengan *Adversity quotient* atau daya juang pada anggota Kodim 1465/BS Kodam VII/Wirabuana.

Penelitian ini hampir serupa dengan penelitian yang dilakukan (Refrizal & Nastiti, 2021) yang berjudul *Hubungan Antara Adversity quotient dengan Motivasi Belajar Siswa Sekolah Menengah Pertama Islam*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan Antara *Adversity quotient* dengan

Motivasi Belajar Siswa Sekolah Menengah Pertama Islam. Terdapat 128 orang subjek dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ) Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dengan arah positif antara *Adversity quotient* dengan motivasi belajar siswa Sekolah Menengah Pertama Islam.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian terdahulu yaitu terdapat perbedaan yang berasal dari subjek penelitian, lokasi penelitian yang digunakan, data-data yang digunakan peneliti tentang Motivasi kerja dan *Adversity Qoutient* pada Karyawan *Multifinance X* di Palembang yang belum pernah diteliti sebelumnya sehingga dapat dipertanggung jawabkan mengenai keaslian penelitiannya.