

**PENGARUH PELATIHAN EFIKASI DIRI
TERHADAP PENINGKATAN OPTIMISME PENCAPAIAN TARGET
PADA KARYAWAN BAGIAN PEMASARAN
DI PERBANKAN SYARIAH BDS (BAROKAH DANA SEJAHTERA)
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi**



disusun oleh :

SINA MAULUDI

NIM 11710025

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2015

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah :

Nama : Sina Mauludi

NIM : 11710025

Prodi : Psikologi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi ini adalah asli hasil karya saya sendiri dan bukan plagiasi dari karya orang lain.

Apabila dikemudian hari dalam skripsi saya ini ditemukan plagiasi dari karya orang lain, maka saya bersedia ditindak sesuai aturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, Juli 2015

Yang menyatakan



Sina Mauludi

NIM. 11710025



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI / TUGAS AKHIR

Hal : Skripsi
Lamp : -

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Sina Mauludi
NIM : 11710025
Prodi : Psikologi
Judul : Pengaruh Pelatihan Efikasi Diri Terhadap Peningkatan Optimisme Pencapaian Target Pada Karyawan Bagian Pemasaran Di Perbankan Syariah BDS (Barokah Dana Sejahtera) Yogyakarta

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam program studi Psikologi.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi / tugas akhir saudara tersebut diatas dapat segera dimuayasyahkan. Atas perhatiannya kami mengucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, Juli 2015

Membimbing,

Benny Herlena, S.Psi., M.Si
NIP. 19751124 200604 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571
YOGYAKARTA 55281 FM-UINSK-PBM-05-07/RO



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/ /2015

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH PELATIHAN EFIKASI DIRI
TERHADAP PENINGKATAN OPTIMISME
PENCAPAIAN TARGET KARYAWAN
BAGIAN PEMASARAN DI PERBANKAN SYARIAH
BDS (Barokah Dana Sejahtera) YOGYAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Sina Mauludi

NIM : 11710025

Telah dimunaqsyahkan pada: Senin, tanggal: 13 Juli 2015
dengan nilai : 85 (A/B)

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQSYAH :

Ketua Sidang

Benny Herlena, M.Si
NIP. 19751124 200604 1 002

Penguji I

Miftahun Ni'mah Suseno, M.A
NIP.197703132009122001

Penguji II

Dr. Mustadin, M.Si
NIP. 19820220 200901 1 006

Yogyakarta,
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

DEKAN



Dr. Kamsi, MA

NIP. 19570207 198703 1 003

HALAMAN MOTTO

*“ EVERY DAY IN EVERY WAY,
I’M GETTING BETTER AND BETTER ”*

(Seligman, 1995)

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا # فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ # وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(QS. Asy Syarh : 6-8)

*“ SOMEWHERE, SOMETIMES,
SOMETHING INCREDIBLE IS WAITING TO BE KNOWN ”*

(Carl Sagan)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala Puji Bagi Allah SWT, Atas rahmat dan karunia-Nya proses pembelajaran dan buah karya cita-cita ini dapat terselesaikan.

Karya ilmiah ini saya dedikasikan untuk :

Kedua orang tua kandung saya

Bpk. Paídí (Alm) – Ibu Sutíni

Atas segala doa dan kasih sayang serta motivasi yang tak pernah redam

Kedua orang tua asuh saya

Bpk. H. Supríyo – Ibu Hj. Suwarní

Atas inspirasi hidup dan kehidupan yang begitu tulusnya

Ketiga saudara perempuan saya tercinta

Tutík Nur Aísyah – Títík Rokhaníah – Sítí Ina Yatí

Atas dorongan, pengertian dan kekeluargaan yang sangat luar biasa

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil ‘alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang Maha Sempurna atas segala karunia yang senantiasa terlimpahkan kepada setiap hambanya yang tak kenal putus asa dalam menjalani setiap langkah kehidupannya. Salah satu karunia tersebut adalah terselesaikannya penelitian dan penyusunan skripsi ini sebagai salah satu prasyarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu bagi peneliti. Keberhasilan dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak baik berupa dorongan, arahan dan kebutuhan data yang diperlukan. Untuk itu peneliti menghaturkan rasa hormat dan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Kamsi M. A selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Bapak Benny Herlena, S. Psi., M. Si selaku Kaprodi Psikologi sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu meluangkan waktu ditengah padatnya kesibukan untuk membimbing dan memberi dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas dorongan, bimbingan, arahan dan motivasinya sehingga saya dapat memahami, mengerti dan belajar tentang banyak hal terutama dalam bidang psikologi industri dan organisasi.
3. Ibu Miftahun Ni'mah Suseno, S. Psi., Psi., M. A dan Bapak Dr. Mustadin, M.Si selaku Dosen Pembahas yang telah memberikan masukan untuk menambah keabsahan penelitian ini. Terimakasih telah bersedia berbagi ilmu dan pengalamannya.

4. Ibu Sara Palila, S. Psi., M. Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang dengan sabar telah mengarahkan dan memberikan informasi terkait perkembangan perkuliahan kepada peneliti selama di bangku kuliah
5. Seluruh dosen di program studi psikologi yang telah mengajarkan banyak hal kepada peneliti baik psikologi industri organisasi, psikologi klinis, psikologi perkembangan, psikologi sosial, psikologi transpersonal dan psikologi pendidikan.
6. Bapak Edi Sunarto selaku Direktur utama perbankan syariah BDS Yogyakarta dan Ibu Anis Mu'arifah selaku manajer pemasaran yang telah memberikan ijin dan membantu kelancaran penelitian di perbankan syariah BDS Yogyakarta.
7. Seluruh karyawan bagian pemasaran di perbankan syariah BDS Yogyakarta yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi subyek penelitian ini. Semoga target pemasaran selalu tercapai.
8. Mas Rocky Valentino, M. Psi sebagai teman *sharing*, teman berbagi dan bercerita banyak hal tentang *human resource development* di dunia industri.
9. Ibu kandung saya Ibu Sutini sebagai sosok yang senantiasa memberikan doa dengan ketulusan hati kepada peneliti. Semangat, kesabaran dan motivasinya telah memberikan kekuatan yang luar biasa kepada peneliti dalam menjalani kehidupan ini.
10. Saudara-saudaraku mbak Tutik, Mbak Ani, Dek Ina, Kak Matori, Kak Luqmono, serta para kemenakan mas fafa, dek dila, dek istiqomah,

terimakasih atas semua dorongan, pengertian, kekeluargaan dan keceriaan di rumah. Semoga selamanya senantiasa selalu hidup rukun dan harmonis.

11. Bapak dan Ibu Supriyo selaku orang tua asuh yang selalu memberikan pengertian, didikan, arahan, kasih sayang, dan motivasi kepada peneliti untuk terus menjadi lebih baik. Terimakasih atas kesempatan dan kepercayaan yang telah diberikan untuk menjadi bagian dari keluarga ini.
12. Keluarga “Kenari 64” Mas Roy & Mbak Tanti (banyak sharing tentang bidang industri dan manajemen), Mas Probo & Mbak Oki (ahlinya berbagai macam menu masakan) Mas Yudit dan Mbak Yosi (keluarga dokter yang hobi sekolah dan *online shop* an) serta para cucu-cucu kecil yang selalu bikin ramai rumah kenari saat kalian berkumpul. Terimakasih atas keramahan dan persaudaraan ini, semoga silaturahmi yang terjalin dapat terus berlangsung selamanya.
13. Bapak H. Nurkholis dan Ibu Hj. Marwiyah yang telah mendidik dan mengajarkan dan mengingatkan banyak hal terutama bidang keagamaan dan sopan santun kepada peneliti.
14. Rekan-rekan Psikologi, salam hormat dan bangga kepada kalian Azmia (kadang nyambung kadang ndak tapi semangat sangat oke), Evi (*strong sister* untuk adik-adiknya), Dila (muslimah *preneur*, jilbabnya selalu gede), Hadin (masih sibuk, belum muncul ke permukaan), Andika (cita-cita menjadi pakar *hipnotizer*), *D'Trio B-GO* (Thomas, Otto, Reza) segera diselesaikan ya studinya dan *keep laugh forever*. Mi'yar dan Mudrik tambah Ries dan Simbah (aktivis kampus), Ndaru (banyak bantu selama skripsi, tetap semangat dan

easy going dan cepet lulus), Rimaya (solehah *preuneur*), Ermas dan Novita (1kelas 1, 1jurusan, 1angkatan, 1*scholarship*), Kelik, Putri, Rozak, Cemenk, Sona, Aksa, Wira, Dimas, Ivada, Hasbul, Ayu, Fatimah, Wiwit, Mafrohim, Beny, Yogi dan seluruh teman-teman psikologi angkatan 2011 baik dari kelas A (LOGIKA), kelas B (? NAME) atau C (PSIKOCI) semoga dapat senantiasa optimis dalam meraih targetnya masing-masing.

15. Keluarga besar Event Organizer, Lembaga Pelatihan dan Kos-kosan Sinar Prima Production. Terimakasih atas pengalaman dan kekeluarganya.
16. Om Angga, Pak Mukhtar, dan Om Ryan yang telah mengajarkan aktivitas *entrepreneur* kepada peneliti disela aktivitas kuliah. Terimakasih atas *sharing* pengalaman dan ilmunya.
17. Seluruh rekan-rekan di organisasi antara lain event organizer JKPI (Jagad Karya Production Indonesia), komunitas hipnosis BMW (*BrainMaster, Miracles, Wealth*), lembaga pelatihan CLI (*Central Learning Indonesia*), kelompok studi dan riset EXACT (*Excellent Academic Community*), peraih beasiswa bidik misi UIN Suka angkatan 2011 ASSAFFA, pengurus BEM Psikologi UIN Suka, PIKM lingkaran kesehatan dan reproduksi remaja (Seroja), KKN angkatan 83 GK 118 Ngondel Wetan Kec. Saptosari Kab. Gunungkidul, Lembaga pelatihan bahasa Inggris MERCY. Terimakasih atas pengalaman berkarya diluar aktivitas perkuliahan yang sangat luar biasa.
18. Seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan berkontribusi terhadap pengembangan diri peneliti selama ini. Terimakasih atas kepercayaan, dukungan dan motivasinya.

Hanya Allah SWT yang mampu untuk membalas dengan adil atas semua kebaikan yang telah diberikan. Harapan peneliti semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terkait, AMIEN.

Yogyakarta, Juli 2015

Hormat Saya,

Peneliti

Sina Mauludi

DAFTAR ISI

Halaman Judul-----	i
Halaman Surat pernyataan Keaslian Penelitian -----	ii
Halaman Persetujuan Skripsi / Tugas Akhir -----	iii
Halaman Pengesahan -----	iv
Halaman Motto-----	v
Halaman Persembahan -----	vi
Kata pengantar -----	vii
Daftar Isi -----	xii
Daftar Tabel -----	xvi
Daftar Gambar-----	xviii
Daftar Lampiran-----	xix
Intisari -----	xxi
Abstrak -----	xxii
BAB I PENDAHULUAN -----	1
A. Latar Belakang -----	1
B. Tujuan Penelitian -----	16
C. Manfaat Penelitian-----	16
D. Keaslian Penelitian -----	17
BAB II TINJAUAN TEORI -----	25
A. Optimisme Terhadap Pencapaian Target -----	25
1. Pengertian Optimisme Terhadap Pencapaian Target-----	25

2. Dimensi dan Aspek Optimisme Terhadap Pencapaian Target-----	28
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Optimisme Terhadap Pencapaian Target -----	31
4. Ciri-Ciri Individu Yang Optimis -----	33
B. Pelatihan Efikasi Diri-----	34
1. Pengertian Pelatihan Efikasi Diri -----	34
2. Dimensi dan Aspek Efikasi Diri -----	37
3. Dasar Perancangan Materi Pelatihan Efikasi Diri -----	38
C. Hubungan Antara Optimisme Pencapaian Target Dengan efikasi Diri	42
D. Hipotesis Penelitian -----	47
BAB III METODE PENELITIAN -----	49
A. Identifikasi Variabel Penelitian -----	49
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian-----	49
1. Optimisme Terhadap Pencapaian Target -----	49
2. Pelatihan Efikasi Diri -----	50
C. Populasi dan Sampel Penelitian -----	50
D. Rancangan Desain Penelitian -----	51
E. Rancangan Modul Modul Pelatihan Efikasi Diri-----	51
F. Metode Pengumpulan Data-----	54
G. Validitas Penelitian -----	55
H. Reliabilitas Penelitian -----	57
I. Analisa Data -----	57
J. Kisi-Kisi Modul Pelatihan Efikasi Diri -----	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN-----	60
A. Orientasi kancan -----	60
B. Persiapan Penelitian -----	65
1. Persiapan Administrasi Penelitian -----	65
2. Persiapan Alat Ukur Penelitian-----	66
3. Persiapan Modul Pelatihan-----	68
C. Pelaksanaan Penelitian -----	70
1. Pelaksanaan <i>Pretest</i> -----	70
2. Pelaksanaan Perlakuan -----	76
3. Pelaksanaan <i>Posttest</i> -----	80
D. Analisis Data -----	85
1. Deskripsi Data Penelitian -----	85
2. Perbandingan Kategorisasi Skor <i>Pretest</i> Dan <i>Posttest</i> -----	88
3. Perbandingan Nilai Signifikansi Skor <i>Posttest</i> Skala Optimisme Pencapaian Target Berdasarkan Gambaran Umum Subjek -----	93
E. Uji Hipotesis-----	94
1. Uji Hipotesis Mayor -----	94
2. Uji Hipotesis Minor-----	95
F. Pembahasan-----	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN -----	115
A. Kesimpulan -----	115
B. Saran-----	115

DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN-LAMPIRAN	122



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Desain eksperimen <i>the one group pretest and posttest design</i> -----	51
Tabel 2. Klasifikasi nilai jawaban setiap item skala optimisme terhadap pencapaian target -----	54
Tabel 3. <i>Blue print</i> skala optimisme pencapaian target -----	54
Tabel 4. Kisi-kisi modul pelatihan efikasi diri -----	58
Tabel 5. Sebaran aitem skala optimisme pencapaian target sebelum <i>tryout</i> -----	66
Tabel 6. Sebaran aitem skala optimisme pencapaian target setelah <i>tryout</i> -----	67
Tabel 7. Rumus norma kategorisasi berdasarkan model distribusi normal -----	70
Tabel 8. Kategorisasi skor total <i>pretest</i> skala optimism pencapaian target -----	71
Tabel 9. Kategorisasi skor <i>pretest</i> dimensi <i>permanent</i> skala optimisme terhadap pencapaian target -----	72
Tabel 10. Kategorisasi skor <i>pretest</i> dimensi <i>pervasiveness</i> skala optimisme terhadap pencapaian target -----	73
Tabel 11. Kategorisasi skor <i>pretest</i> dimensi <i>personalization</i> skala optimisme terhadap pencapaian target -----	74
Tabel 12. Sebaran aitem <i>posttest</i> skala optimisme pencapaian target -----	80
Tabel 13. Kategorisasi skor total <i>posttest</i> skala optimisme terhadap pencapaian target -----	81
Tabel 14. Kategorisasi skor <i>posttest</i> dimensi <i>permanent</i> skala optimisme terhadap pencapaian target -----	82

Tabel 15. Kategorisasi skor <i>posttest</i> dimensi <i>pervasiveness</i> skala optimisme terhadap pencapaian target-----	83
Tabel 16. Kategorisasi skor <i>posttest</i> dimensi <i>personalization</i> skala optimisme terhadap pencapaian target-----	84
Tabel 17. Gambaran umum subyek penelitian-----	85
Tabel 18. Deskripsi data penelitian-----	86
Tabel 19. Perbandingan kategorisasi skor total antara <i>pretest</i> dan <i>posttest</i> skala optimisme pencapaian target-----	87
Tabel 20. Perbandingan kategorisasi skor dimensi <i>permanent</i> antara <i>pretest</i> dan <i>posttest</i> skala optimisme pencapaian target -----	89
Tabel 21. Perbandingan kategorisasi skor dimensi <i>pervasiveness</i> antara <i>pretest</i> dan <i>posttest</i> skala optimisme pencapaian target -----	90
Tabel 22. Perbandingan kategorisasi skor dimensi <i>personalizaiont</i> antara <i>pretest</i> dan <i>posttest</i> skala optimisme pencapaian target -----	91
Tabel 23. Nilai signifikansi skor skala optimisme pencapaian target berdasarkan gambaran umum subyek penelitian-----	92
Tabel 24. Hasil uji statistik <i>Wilcoxon</i> skala optimisme pencapaian target -----	94
Tabel 25. Hasil uji statistik <i>Wilcoxon</i> dimensi <i>permanent</i> skala optimisme pencapaian target -----	95
Tabel 26. Hasil uji statistik <i>Wilcoxon</i> dimensi <i>pervasiveness</i> skala optimisme pencapaian target -----	96
Tabel 27. Hasil uji statistik <i>Wilcoxon</i> dimensi <i>personalization</i> skala optimisme pencapaian target -----	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model intervensi efikasi diri (sumber: Bandura,1997 hal.22)



DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan telah melakukan penelitian dari perbankan syariah BDS
Yogyakarta
2. Surat pengantar ijin penelitian dari Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
3. Surat ijin penelitian dari Sekretaris Daerah pemerintah Daerah Istimewa
Yogyakarta
4. Surat ijin penelitian dari Dinas Perizinan Pemerintah Kota Yogyakarta
5. Surat ijin penelitian individu dari peneliti
6. Tabulasi data *tryout* skala optimisme pencapaian target
7. Tabulasi data *pretest* skala optimisme pencapaian target
8. Tabulasi data *pretest* dimensi *permanent* skala optimisme pencapaian target
9. Tabulasi data *pretest* dimensi *pervasiveness* skala optimisme pencapaian
target
10. Tabulasi data *pretest* dimensi *personalization* skala optimisme pencapaian
target
11. Tabulasi data *posttest* skala optimisme pencapaian target
12. Tabulasi data *posttest* dimensi *permanent* skala optimisme pencapaian target
13. Tabulasi data *posttest* dimensi *pervasiveness* skala optimisme pencapaian
target
14. Tabulasi data *posttest* dimensi *personalization* skala optimisme pencapaian
target

15. Output SPSS hasil seleksi aitem data *tryout* skala optimisme pencapaian target
16. Output SPSS hasil uji reliabilitas skala optimisme pencapaian target
17. Output SPSS hasil uji statistik deskriptif skala optimisme pencapaian target
18. Output SPSS hasil uji statistik non parametrik *Wilcoxon* skala optimisme pencapaian target
19. Output SPSS hasil uji statistik non parametrik *Wilcoxon* dimensi *permanent* skala optimisme pencapaian target
20. Output SPSS hasil uji statistik non parametrik *Wilcoxon* dimensi *pervasiveness* skala optimisme pencapaian target
21. Output SPSS hasil uji statistik non parametrik *Wilcoxon* dimensi *personalization* skala optimisme pencapaian target
22. Output SPSS hasil uji statistik *Mann Whitney U* kategori jenis kelamin
23. Output SPSS hasil uji statistik *Mann Whitney U* kategori usia
24. Output SPSS hasil uji statistik *Mann Whitney U* kategori masa bekerja
25. Skala optimisme pencapaian target untuk *tryout* sekaligus *pretest*
26. Skala optimisme pencapaian target untuk *posttest*
27. Modul pelatihan efikasi diri
28. *Informed consent* pelatihan efikasi diri
29. Daftar hadir peserta pelatihan efikasi diri
30. Lembar evaluasi pelaksanaan pelatihan efikasi diri
31. Profil trainer pelatihan efikasi diri
32. Dokumentasi pelaksanaan pelatihan efikasi diri

**PENGARUH PELATIHAN EFIKASI DIRI
TERHADAP PENINGKATAN OPTIMISME PENCAPAIAN TARGET
PADA KARYAWAN BAGIAN PEMASARAN
DI PERBANKAN SYARIAH BDS (BAROKAH DANA SEJAHTERA)
YOGYAKARTA**

Sina Mauludi

Benny Herlena

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis apakah ada pengaruh pelatihan efikasi diri terhadap peningkatan optimisme pencapaian target pada karyawan bagian pemasaran di perbankan syariah BDS Yogyakarta. Hipotesis yang diajukan adalah ada pengaruh pelatihan efikasi diri terhadap peningkatan optimisme pencapaian target, dimensi *permanet*, dimensi *pervasiveness*, dan dimensi *personalization* pada karyawan bagian pemasaran di perbankan syariah BDS Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah eksperimen dengan desain *the one group pretest and posttest design*. Subyek penelitian adalah para karyawan bagian pemasaran di perbankan syariah BDS Yogyakarta berjumlah 10 orang. Alat ukur yang digunakan adalah skala optimisme pencapaian target yang dibuat sendiri oleh peneliti dengan mendasarkan pada dimensi optimisme yang diungkapkan oleh Seligman (1995). Metode analisis yang digunakan adalah teknik statistik *wilcoxon* dengan bantuan *software* SPSS. Hasil analisis menunjukkan nilai *Z score* = -2,668 dan *p* = 0,008 untuk skor optimisme secara keseluruhan. Kemudian nilai *Z score* = -2,608 dan *p* = 0,009 untuk skor dimensi *permanent*. Selanjutnya nilai *Z score* = -2,492 dan *p* = 0,013 untuk skor dimensi *pervasiveness*. Sedangkan nilai *Z score* = -2,314 dan *p* = 0,021 untuk skor dimensi *personalization*. Sehingga seluruhnya *Z score* bertanda negatif dan *p* < 0,05. Artinya seluruh hipotesis diterima bahwa ada pengaruh yang signifikan peningkatan optimisme pencapaian target karyawan bagian pemasaran di perbankan syariah BDS Yogyakarta setelah mengikuti pelatihan efikasi diri baik optimisme secara keseluruhan, maupun per masing-masing dimensi yakni *permanent*, *pervasiveness*, dan *personalization*. Diantara keempat pengaruh tersebut, peningkatan paling tinggi terjadi pada variabel optimisme pencapaian target secara umum.

Kata Kunci : Optimisme Pencapaian Target, Efikasi Diri, *The One Group Pretest And Posttest Design*

**THE EFFECT OF SELF EFFICACY TRAINING TO INCREASE TARGET
OPTIMISM OF MARKETING EMPLOYEES IN BDS (BAROKAH DANA
SEJAHTERA) SHARIA BANKING YOGYAKARTA**

Sina Mauludi

Benny Herlena

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine the effect of self efficacy training to increase target optimism in bank marketing employees. The hypotheses of this research is there were effect of self efficacy training to increase the target optimism, dimation of permanent, dimation of pervasiveness and dimation of personalization in bank marketing employees. This research was used experimental method with the one group pretest and posttest design. The subjects in this research are 10 marketing employees in BDS (Barokah Dana Sejahtera) sharia banking. The data are obtained using target optimism scale created by researcher based on the optimism dimation by Seligman (1995). Data analysis was performed with statistical technique wilcoxon, with the help of SPSS software. From the data analysis, the result has a Z score = -2,668 and $p = 0,009$ for general target optimism. Then Z score = -2,608 and $p = 0,013$ for permanent dimation. Then Z score = -2,492 and $p = 0,021$ for pervasiveness dimation. Then Z score = -2,314 and $p = 0,021$ for personalization dimation. That's mean all Z score are negative and significance level are $p < 0,05$ indicated that the hypothesis in this research are acceptance. That there are effect of self efficacy training to increase the target optimism, dimation of permanent, dimation of pervasiveness and dimation of personalization in bank marketing employees. Among influences them, the most increase is target optimism.

Keyword : Target Optimism, Self Efficacy, The One Group Pretest And Posttest Design

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis dalam era ekonomi global saat ini mengalami fase persaingan pasar yang ketat baik dalam hal produk dan jasa maupun pelayanan terhadap konsumen (*costumer service*). Persaingan yang terjadi merupakan suatu bagian yang tidak bisa dipisahkan dari suatu mekanisme kerja sebuah perusahaan. Hal ini menuntut perusahaan untuk selalu menjadi yang terbaik dan terdepan dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen. Sehingga diperlukan berbagai pengembangan strategi-strategi yang tepat, efektif dan memberikan keuntungan positif bagi kemajuan perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar.

Perusahaan akan mengalami kemajuan disertai dengan pengembangan efektivitas organisasi yang berada didalamnya. Cumming dan Worley (2005) memaparkan bahwa organisasi mampu melakukan proses peningkatan efektivitas melalui struktur organisasi, dinamika proses, strategi, sumber daya manusia, dan budaya organisasi. Melalui peningkatan efektivitas tersebut perusahaan akan mampu bersaing dalam mencapai kesuksesannya.

Sumber daya manusia adalah salah satu aset dan komponen yang dianggap memiliki peranan besar terhadap kesuksesan sebuah perusahaan (Mathis & Jackson, 2001). Sehingga divisi manajemen sumber daya manusia sebuah perusahaan memiliki fungsi strategis dalam mengembangkan potensi dan kualitas

kinerja karyawan sebagai pendukung keberhasilan perusahaan. Dalam hal ini karyawan bagian pemasaran merupakan salah satu sumber daya manusia perusahaan yang cukup memiliki peranan penting dalam pencapaian tujuan utama perusahaan (Mulatsih, 2011).

Karyawan bagian pemasaran merupakan agen perusahaan yang memiliki fungsi organisasi dan serangkaian proses mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai produk atau jasa perusahaan kepada pelanggan serta mengelola relasi sedemikian rupa sehingga memberikan manfaat bagi perusahaan dan para *stakeholder* nya (Tjiptono, Chandra, & Adriana, 2008). Kotler dan Keller (2007) mengungkapkan bahwa Pemasaran yang baik dan tepat menjadi unsur yang vital bagi keberhasilan bisnis suatu perusahaan. Sehingga karyawan bagian pemasaran dituntut mampu melakukan pemasaran yang maksimal sesuai target yang diberikan oleh pihak perusahaan.

Keberhasilan dan kesuksesan kinerja karyawan bagian pemasaran ditentukan oleh seberapa besar pencapaian target yang diraih oleh karyawan tersebut dalam kurun waktu tertentu yang telah diberikan oleh pihak perusahaan. Bakti dan Harun (2011) menjelaskan bahwa Keberhasilan kinerja karyawan bagian pemasaran diukur melalui pertumbuhan penjualan, volume penjualan, dan *return on asset* dalam setiap tahunnya atau dalam kurun waktu tertentu.

Ketidak tercapaian target karyawan bagian pemasaran akan berpengaruh secara signifikan terhadap kemajuan perusahaan. Sebuah data dari badan OJK (otoritas jasa keuangan) seperti yang dilansir dalam majalah Infobank edisi khusus 2014 menyebutkan bahwa target pembiayaan perbankan khususnya BPRS di

pertengahan hingga akhir 2014 cenderung memerah. Dimana nilai NPF (*Non Performing Financial*) industri BPRS senantiasa melebihi batas ideal yakni diatas 5%. Menurut biro riset Infobank naiknya NPF BPRS hingga melebihi batas ketentuan kewajaran disebabkan oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal disebabkan karena belum diterapkannya prinsip *good corporate governance* oleh sebagian BPRS. Sedangkan faktor eksternal berasal dari *market* BPRS itu sendiri. Sehingga dalam hal ini khususnya karyawan bagian pemasaran diharapkan mampu memperbaiki kualitas risiko pembiayaan yang lebih maksimal di tahun 2015 dengan cara memenuhi target yang telah ditetapkan oleh pihak perusahaan (Nugroho, 2014).

Selain itu berdasarkan kajian riset dari BIRL (Biro Riset Infobank) memaparkan bahwa sejak awal tahun 2009 hingga akhir 2011 industri perbankan syariah mengalami peningkatan pembiayaan pesat yang tumbuh dari 22,74% menjadi 50,56%. Memasuki tahun 2012 kondisi tersebut berbalik arah, dimana pertumbuhan pembiayaan perbankan melemah menjadi 43,69%. Hingga pada tahun 2013 kondisi tersebut semakin diperparah dengan pertumbuhan pembiayaan yang hanya mencapai 24, 82%. Sampai pada bulan april 2014 pertumbuhan YOY (*year on year*) juga semakin menurun hanya tercatat 15,09%.. Demikian pula dengan pertumbuhan DPK (Dana Pihak Ketiga) diakhir tahun 2012 mengalami penurunan drastis ke angka 27,81% dari angka 51,79% ditahun sebelumnya. Bahkan hingga bulan April 2014 YOY pertumbuhan DPK hanya mencapai 17,03%. Kondisi ini sedikit memunculkan rasa pesimistik dikalangan perbankan syariah di tanah air (Usman, 2014).

Selain itu Martati (2015) menyebutkan bahwa di tahun 2014 kinerja perbankan dalam pencapaian target kredit cenderung cukup tertekan. Hal ini diindikasikan dengan rendahnya pertumbuhan kredit yang dicapai. Bahkan di tahun 2015 ini diprediksikan pertumbuhan ekspansi kredit hanya bergerak diangka 13-15%. Sehingga perbankan harus kembali berfikir dan bekerja keras untuk dapat mencapai target yang lebih tinggi dibandingkan tahun lalu.

Sujatmiko (2015) mengatakan untuk bisa mencapai keberhasilan pencapaian target perusahaan diperlukan sistem pemasaran internal dan moral kognitif pada diri karyawan. Sistem ini mencakup peningkatan kualitas pekerjaan di perusahaan yang berorientasi pada pelanggan dimana setiap karyawan bagian pemasaran bertindak baik sebagai klien maupun pelanggan dalam rangka menciptakan rasa tanggungjawab kerja pada dirinya sendiri. Dengan demikian karyawan bagian pemasaran berkewajiban melakukan pekerjaan sesuai target yang diberikan dan menghasilkan kinerja yang maksimal (<http://krjogja.com/read/251452/pemasaran-dan-moral-pengaruhi-kinerja-penjualan.kr>).

Beberapa isu penting yang berkaitan dengan kesuksesan seorang karyawan bagian pemasaran dalam meraih target salah satunya adalah keterkaitan antara faktor kepribadian dan modal psikologis (Bakti & Harun, 2011). Karyawan sebagai *human capital* memiliki modal psikologis berupa kekuatan positif untuk meningkatkan kinerja menuju kesuksesan perusahaan (Cetin, 2011). Selain itu sikap keyakinan diri, harapan, optimisme, dan resiliensi perlu dimiliki oleh setiap karyawan untuk menciptakan kinerja yang maksimal (Mortazavi, Yazdi, & Amini,

2012). Keyakinan, harapan, optimisme, dan resiliensi adalah beberapa pokok bahasan psikologi positif di tempat kerja yang merupakan aset penting dan harus dimiliki oleh setiap karyawan dalam menjalankan aktivitas kerjanya (Avey, Reichard, Luthans, & Mhatre, 2011).

Optimisme merupakan salah satu unsur penting yang mempengaruhi kesuksesan kinerja karyawan bagian pemasaran dalam hal pencapaian performa dan prestasi kerja (Wright, 2003). Prestasi kerja yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tingkat pencapaian target yang diperoleh dalam aktivitas kerjanya. Pencapaian target memerlukan usaha-usaha maksimal dari karyawan akan keyakinan terhadap target yang ingin dicapainya.

Seligman (1995) Memaparkan bahwa optimisme adalah suatu pandangan seseorang mengenai sebab terjadinya suatu keadaan baik ataupun buruk yang terjadi pada dirinya melalui gaya penjelasan (*explanatory style*) yang meliputi *permanent*, *pervasiveness*, dan *personalization*. Optimisme berkaitan dengan keyakinan, kepercayaan dan harapan positif yang dapat membuat individu memiliki kemampuan melihat sisi terang kehidupan dan memelihara sikap positif, meskipun berada pada kondisi kesulitan.

Palawa (2008) memaparkan bahwa indikator seseorang yang optimis antara lain cenderung berusaha mengatasi masalah, karena dirinya yakin setiap masalah pasti ada solusinya, memiliki harapan positif terhadap masa depan, menerima kenyataan, memiliki keyakinan bahwa peristiwa buruk hanyalah bersifat sementara. Selain itu individu yang memiliki optimisme cenderung menganggap serta menghadapi kesuksesan berdasarkan 3 aspek yakni aspek

permanence / time factor (kesuksesan bersifat tetap), aspek *pervasiveness / space factor* (kesuksesan selalu terjadi sepanjang hidupnya), dan aspek *Personalization / cause factor* (penyebab kesuksesan berasal dari dalam diri).

Optimisme dalam pencapaian target perlu dimiliki oleh setiap karyawan bagian pemasaran untuk memelihara sikap positif terhadap target yang akan dicapainya. Chusniyah dan Pitaloka (2012) mengungkapkan bahwa optimisme berhubungan dengan kekuatan keinginan dan keyakinan tentang hasil positif yang dapat dicapai. Kuatnya sikap otimisme pada diri setiap karyawan bagian pemasaran akan memunculkan perasaan-perasaan positif terhadap keyakinannya untuk mencapai target kerja sehingga target-target yang mendukung kemajuan perusahaan bisa terwujud.

Sikap optimis juga diperlukan oleh setiap karyawan bagian pemasaran dalam menghadapi permasalahan pencapaian target kerja. Valentino (2013) memaparkan sikap optimis mampu menciptakan energi positif dalam pencapaian kesuksesan seseorang. Optimisme akan membuat karyawan memiliki pemikiran terbuka bahwa hasil yang didapatkan nanti pastilah sesuai dengan usaha keras yang dilakukan saat ini.

Pentingnya sikap optimisme terhadap pencapaian target pada karyawan bagian pemasaran telah menciptakan tantangan-tantangan penelitian masa depan melalui perkembangan intervensi-intervensi yang dilakukan guna mengarahkan karyawan dalam meningkatkan performa dan kesuksesan ditempat kerja. Bakti dan Harun (2011) mengatakan pengetahuan akan orientasi pasar dan nilai pelanggan dapat meningkatkan performa kerja karyawan. Seligman (2002)

mengatakan optimisme bisa diperoleh melalui pelatihan model ABC-DE (*adversity, belief, consequences – disputation, energization*). Avey, Luthan dan Jensen (2009) menyatakan intervensi berupa pelatihan *psychological capital* mampu berkontribusi terhadap manajemen stress karyawan dalam bekerja. Bandura (1993) memaparkan bahwa pelatihan efikasi diri (*self efficacy*) dapat digunakan dalam mengatur aspek kognitif dan afeksi seseorang dalam rangka meraih kesuksesan di tempat kerja. Mathisen dan Bronnick (2009) mengungkapkan bahwa model pelatihan efikasi diri kreatif mampu meningkatkan pencapaian keberhasilan dan performa karyawan.

Liang dan Dunn (2010) memaparkan bahwa optimisme dalam pekerjaan dapat mengarahkan individu pada pengambilan resiko dan harapan tinggi. Karyawan yang memiliki optimisme dalam bekerja dapat membuat individu tersebut memiliki rasa yakin yang tinggi untuk menghadapi permasalahan yang dihadapinya meskipun sulit. Rasa yakin tersebut dapat memunculkan harapan-harapan positif dalam diri karyawan untuk dapat melaksanakan tugas semaksimal mungkin sesuai dengan tuntutan pekerjaannya.

Variabel efikasi diri memiliki korelasi positif dengan variabel optimisme. Karyawan akan memiliki keyakinan untuk terus bekerja dengan baik dan maksimal meskipun kondisi sistem perusahaan kurang ideal. Karyawan memiliki motivasi untuk tetap optimis didalam perusahaan tersebut dengan menunjukkan kinerja yang maksimal (Carifio & Rhodes, 2002). Efikasi diri dapat memunculkan rasa optimis pada karyawan yang bekerja dengan penuh tanggungjawab terhadap tugas-tugas yang dijalankannya. Karyawan akan selalu yakin bahwa kinerja yang

dilakukannya akan membuahkan hasil positif. Karyawan akan senantiasa merasa yakin dengan kemampuan dan usaha-usaha yang dilakukannya sehingga mampu mendapatkan hasil yang positif (Rottinghaus, Day & Borgen, 2005).

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi optimisme seseorang antara lain, pengaruh-pengaruh positif, rasa optimis, efikasi diri, kepercayaan diri, dan faktor kepribadian (Rottinghaus, Day, & Borgen, 2005). Efikasi diri merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi optimisme karyawan bagian pemasaran terhadap pencapaian target.

Bandura (1997) menjelaskan efikasi diri sebagai sebuah keyakinan seorang individu pada kemampuan yang dimiliki untuk melatih standar pengendalian fungsi diri terhadap kejadian-kejadian di lingkungan sekitarnya. Efikasi diri menyebabkan individu merasa memiliki keyakinan pada kemampuan diri sendiri untuk menghadapi dan memecahkan masalah secara efektif.

Efikasi diri adalah keyakinan atau kepercayaan terhadap kemampuan yang dimiliki individu dalam melaksanakan dan menyelesaikan tugas-tugas yang dihadapi. Sehingga karyawan mampu mengatasi setiap rintangan, ancaman dan meraih tujuan yang diharapkan (Abrar, 2012).

Suseno (2012) memaparkan bahwa seseorang yang memiliki efikasi diri akan cenderung memiliki penetapan target yang tinggi dan senantiasa berusaha dengan gigih untuk mencapai target tersebut. Apabila individu sudah berhasil dan mampu meraih target tersebut maka ia akan kembali meninggikan target dan berusaha terus untuk meraihnya pula.

Efikasi diri dan optimisme dapat mempengaruhi komitmen karyawan untuk bekerja secara terus menerus di dalam organisasi (Saleem, Saba & Adnan, 2012). Valentino (2013) memaparkan bahwa karyawan dengan efikasi tinggi memiliki rasa optimis untuk tetap bekerja mencapai kesuksesan dan keberhasilan. Karyawan akan selalu terdorong untuk memberikan usaha yang lebih serta senantiasa mengejar strategi untuk bisa mencapai target kerja yang optimal. Sebaliknya karyawan dengan efikasi diri rendah maka cenderung mengarah kepada keyakinan negatif, tidak ingin berusaha, dan merasa ragu-ragu dalam meraih kesuksesan dan keberhasilan.

Beberapa data yang peneliti peroleh dari hasil *preliminary research* di perbankan syariah BDS (Barokah Dana Sejahtera) Yogyakarta menyebutkan bahwa belum semua karyawan bagian pemasaran mampu meraih target yang ditetapkan oleh pihak perusahaan. Berdasarkan wawancara terhadap manajer dan beberapa karyawan bagian pemasaran di perbankan syariah BDS Yogyakarta pada tanggal 6,7,dan 8 Mei 2015 rata-rata mengatakan bahwa beberapa karyawan bagian pemasaran di perusahaan tempat mereka bekerja masih belum dapat mencapai target yang telah ditentukan oleh pihak manajemen. Hanya sebagian saja yang berhasil mencapai target tersebut.

Salah seorang manager bagian pemasaran di perbankan syariah BDS Yogyakarta berinisial A mengatakan sebenarnya target tahunan pemasaran di perbankan syariah BDS Yogyakarta sudah mencapai target yang ditentukan. Namun apabila dilihat berdasarkan pencapaian target masing-masing karyawan belum semua karyawan mencapai target, artinya ada karyawan yang mampu

melampaui target dan ada pula yang belum mampu mencapai target. Secara umum dari seluruh total karyawan bagian pemasaran di perbankan syariah BDS Yogyakarta hanya sekitar 40-50 % karyawan yang belum mampu mencapai target.

Lebih lanjut A memaparkan bahwa biasanya sumber pertama masalah yang menghambat kinerja pemasaran adalah pada diri karyawan tersebut. Apabila sejak awal karyawan sudah ragu-ragu dan takut terhadap kemampuannya dalam meraih target maka kinerja berikutnya menjadi kurang maksimal. Namun sebaliknya apabila ia merasakan kenyamanan dalam aktivitas pekerjaannya tersebut dan menjadikan target adalah sebuah tantangan serta selalu berfikir positif maka ia akan bisa dengan mudah mencapai target tersebut.

Subjek P mengatakan dalam menjalankan aktivitas pemasaran sebagai *account officer* di perbankan syariah BDS Yogyakarta dirinya masih merasa kesulitan dalam mencapai target yang diberikan oleh pihak manajemen. Subjek A beralasan karena sulitnya mencari referensi nasabah mengingat dirinya masih tergolong karyawan baru serta faktor internal dari dalam diri subjek yakni terkadang merasa ragu-ragu apakah dirinya mampu meraih target tersebut ataukah tidak. Kondisi tersebut menjadikan A kurang yakin dengan target yang akan diraihnya pada bulan tersebut. Selama ini target yang diberikan berupa nominal pencairan sebesar kurang lebih Rp. 300 juta per bulan. Namun rata-rata A hanya mampu meraih kurang lebih Rp. 220-240 juta per bulan. Artinya target yang tercapai baru sekitar 75 % dari target yang diberikan perusahaan.

Subjek N dalam menjalankan aktivitas pemasaran di perbankan syariah BDS Yogyakarta mengaku terkadang muncul keragu-raguan dalam dirinya ketika

pihak manager memberikan target yang harus dicapainya dalam kurun waktu satu bulan. Selain itu muncul juga rasa takut dan cemas apabila N tidak mampu meraih target yang diberikan. Subyek N juga sering merasa tidak yakin sepenuhnya bahkan terkadang merasa pesimis terhadap target yang akan dicapainya. Menurut subjek target pencapaian yang diberikan dianggap cukup tinggi sehingga ia harus berfikir keras bagaimana meraihnya. Hal ini terkadang menjadikan subjek kurang nyaman dan kurang semangat dalam bekerja. Sehingga tidak jarang diakhir bulan subjek belum mampu meraih 100% target tersebut.

Selain itu subjek S yang bekerja di unit *account officer* di perbankan syariah BDS Yogyakarta juga mengakui terkadang merasa pesimis dengan target yang diberikan perusahaan. Bahkan pada waktu-waktu tertentu seperti ketika habis lebaran, terkadang subjek sudah berfikiran negatif bahwa pasti targetnya tidak tercapai karena masyarakat belum banyak mencari pinjaman ke bank. Meskipun subjek paham bahwa pemikiran seperti itu kurang baik bagi seorang karyawan bagian pemasaran. Pikiran negatif tersebut secara tidak langsung mempengaruhi kinerjanya sehingga menjadikan dirinya kurang bersemangat dalam bekerja bahkan kurang yakin dengan pencapaian target yang akan diperolehnya.

Sebagai data pembanding dan data tambahan peneliti juga melakukan wawancara terhadap beberapa karyawan bagian pemasaran di sebuah perbankan lain di yogyakarta pada tanggal 16, 25, dan 27 Oktober 2014. Hasil dari wawancara tersebut secara umum menyatakan bahwa fenomena karyawan bagian pemasaran yang tidak mencapai target juga terjadi di perbankan lain.

Subjek W yang bekerja sebagai seorang karyawan bagian pemasaran di perbankan konvensional di Yogyakarta menuturkan bahwa tuntutan target yang diberikan di perbankan tempat ia bekerja terkadang menimbulkan kecemasan apakah dirinya mampu meraih target tersebut ataukah tidak. Kecemasan muncul ketika W membayangkan dan memikirkan besarnya target yang diberikan terutama ketika menghadapi masa akhir bulan dan target yang harus diraihinya masih kurang memenuhi. Kecemasan tersebut berujung pada menurunnya keyakinan diri dalam meraih target tersebut. Kondisi tersebut menjadikan W terkadang merasa pesimis dalam mencapai target yang diberikan.

Seorang subjek H sebagai karyawan bagian pemasaran salah satu perbankan syariah di Yogyakarta mengaku rata-rata baru bisa mencapai target 70% per bulan dari target yang diberikan perusahaan. Subjek H juga menceritakan bahwa mayoritas rekan-rekannya belum mampu meraih 100% target yang diberikan oleh perusahaan. Masih banyak karyawan yang hanya mampu meraih target dibawah 50%. Bahkan ada beberapa yang hanya meraih 0% target, artinya sama sekali tidak memiliki pencapaian target. Hal ini diakui salah satunya dipengaruhi oleh faktor internal karyawan bahwa terkadang karyawan sendiri belum sepenuhnya memiliki keyakinan dan kurangnya optimisme untuk dapat mencapai target tersebut setiap bulannya.

Sedangkan M salah satu karyawan bagian pemasaran salah satu perbankan konvensional di Yogyakarta mengatakan bahwa kondisi ketidak tercapaian target tersebut sudah menjadi fenomena umum terutama di kalangan karyawan bagian pemasaran di perbankan. Ketidaktercapaian target tersebut dipengaruhi oleh

beberapa faktor diantaranya kondisi pasar yang berubah-ubah dan kondisi perekonomian masyarakat yang tidak dapat ditebak. Kondisi pasar tersebut menjadikan subjek merasa pesimis dalam meraih target yang diberikan. Selain itu faktor dari dalam diri karyawan juga berpengaruh seperti kurangnya keyakinan diri yang dimiliki karyawan bahwa dirinya mampu mencapai target tersebut.

Berdasarkan beberapa fenomena diatas ketidak tercapaian target pada aktivitas kerja karyawan bagian pemasaran mengindikasikan bahwa kinerja yang mereka lakukan belum 100% mencapai kesuksesan atau kurang maksimal. Salah satu faktor penyebabnya berasal dari dalam diri karyawan sendiri, dimana karyawan cenderung kurang memiliki optimisme yang baik terutama pada hal pencapaian target. Hal ini dapat dilihat pada beberapa subjek yang bekerja dibagian pemasaran cenderung masih merasa ragu-ragu, cemas, pesimis, belum merasa yakin terhadap kemampuannya dalam mengatasi permasalahan yakni meraih target yang diberikan perusahaan.

Seligman (1995) memaparkan bahwa individu yang memiliki optimisme tinggi dalam bekerja akan cenderung bersikap fleksibel dan mampu beradaptasi dengan ketidaknyamanan, senantiasa memiliki harapan positif pada pengembangan kinerjanya dimasa depan, memiliki perencanaan positif dalam menjalankan aktivitas pekerjaan, selalu merasa yakin dengan hasil positif dari kinerjanya, cenderung antusias dan memiliki ketertarikan penuh dengan aktivitas pekerjaannya, senantiasa menjaga motivasi, persepsi dan emosi positif selama bekerja, bersikap terbuka, dan senantiasa bersikap positif terhadap situasi negatif yang dihadapinya. Berdasarkan hasil *preliminary* ditemukan kondisi bahwa

karyawan bagian pemasaran di perbankan syariah BDS Yogyakarta cenderung kurang memiliki harapan positif sehingga cenderung ragu-ragu, kurang bisa bersikap positif dalam situasi negatif sehingga merasa cemas dan takut dalam menghadapi tantangan kerja, kurang yakin dengan hasil kerjanya sehingga bersikap pesimis, kurang bisa beradaptasi dengan kondisi ketidaknyamanan sehingga pada saat-saat tertentu memiliki pemikiran negatif mengenai target kerjanya. Kondisi-kondisi tersebut akan berpengaruh terhadap tingkat pencapaian target mereka dalam bekerja.

Rottinghaus, Day dan Borgen (2005) mengatakan bahwa individu yang kurang memiliki optimisme akan cenderung bersikap pesimis, kurang memiliki harapan yang baik dimasa datang, merasa tidak yakin dengan usaha yang dilakukan serta kurang memiliki kenyamanan dalam menjalankan aktivitas kerjanya. Selain itu Scheier dan Carver (1985) mengatakan bahwa ciri individu yang memiliki optimisme rendah antara lain sering merasa cemas terhadap perbuatan yang dilakukannya dan memiliki keyakinan buruk terhadap sesuatu yang dialaminya. Kondisi ini akan berpengaruh terhadap produktivitas pada dirinya.

Thomason dan Thames (2000) mengatakan bahwa individu yang optimis akan senantiasa mengisi pikiran dengan hal positif dan memiliki perasaan serta tindakan yang didasarkan pada harapan-harapan positif dalam dirinya. Sedangkan yang terjadi pada fenomena karyawan bagian pemasaran diatas cenderung kurang memiliki harapan positif masa depan, hal ini dapat dilihat pada sikap karyawan yang cenderung berpikiran negatif dalam menyikapi kondisi lingkungan sekitar

dalam menjalani aktivitas kerjanya. Sehingga karyawan cenderung kurang memiliki optimisme dalam bekerja. Kondisi tersebut akan menghambat kesuksesannya dalam hal ini pencapaian target yang diperolehnya dan keberhasilan tujuan dari sebuah perusahaan.

Berdasarkan pemaparan tersebut diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui sejauh mana efektifitas pelatihan efikasi diri dalam peningkatan optimisme terhadap pencapaian target karyawan bagian pemasaran di perbankan syariah BDS Yogyakarta. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini bahwa karyawan yang memiliki efikasi tinggi maka dirinya akan merasa yakin dengan kemampuan diri dalam menghadapi berbagai permasalahan sehingga mampu mencapai target yang telah diberikan.

Dalam penelitian ini, variabel efikasi diri sebagai bentuk intervensi psikologis yang didesain dalam bentuk pelatihan sebagai upaya meningkatkan optimisme terhadap pencapaian target karyawan bagian pemasaran. Adapun isi materi yang digunakan dalam pelatihan Efikasi Diri ini mengacu pada dimensi efikasi diri yang diungkapkan oleh Bandura (1997) meliputi : Dimensi tingkat kesulitan tugas (*level*), dimensi kekuatan (*strength*), dan dimensi Generalisasi (*generality*).

Efikasi diri dapat memunculkan rasa optimis pada karyawan yang bekerja dengan penuh tanggungjawab terhadap tugas-tugas yang dijalankannya. Karyawan akan selalu yakin bahwa kinerja yang dilakukannya akan membuahkan hasil positif. Efikasi diri yang dimiliki oleh para karyawan bagian pemasaran dapat membuatnya berfikir terbuka bahwa hasil kerja yang diperolehnya nanti

pastilah sesuai dengan usaha dan kerja keras yang dilakukannya saat ini. Dengan demikian karyawan bagian pemasaran akan senantiasa merasa yakin dengan kemampuan dan usaha-usaha yang dilakukannya sehingga mampu mendapatkan hasil sesuai target yang diharapkan.

B. Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan optimisme pencapaian target pada karyawan bagian pemasaran di perbankan syariah BDS Yogyakarta melalui pemberian pelatihan efikasi diri.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memperkaya pengetahuan dan memberikan sumbangan informasi pada khazanah keilmuan psikologi khususnya Psikologi Industri dan organisasi terkait optimisme pencapaian target karyawan bagian pemasaran melalui pelatihan efikasi diri.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi karyawan bagian pemasaran dengan adanya pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan optimisme pencapaian target kerjanya sesuai yang diberikan oleh perusahaan
- b. Bagi manajemen perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan alternatif mengatasi permasalahan yang dialami

karyawan berupa meningkatkan optimisme pencapaian target dengan menggunakan metode pelatihan efikasi diri.

D. Keaslian Penelitian

Sepengetahuan peneliti, penelitian tentang pelatihan efikasi diri untuk meningkatkan optimisme pencapaian target pada karyawan bagian pemasaran belum pernah dilakukan. Adapun penelitian sejenis terkait variabel optimisme yang pernah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya antara lain :

1. Saleem, Saba, dan Adnan (2012) dengan judul *Self-Efficacy And Optimism As Predictors Of Organizational Commitment Among Bank Employess*. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan membagikan kuesioner. Jumlah subjek dalam penelitian ini 150 karyawan perbankan. Hasil dari penelitian tersebut mengungkapkan adanya korelasi positif *self efficacy*, *optimism* dan *organizational commitment*, meskipun antara *optimism* dan *organizational commitment* tidak berkorelasi.
2. Ningrum (2011) dengan judul Hubungan Antara Optimisme Dan Coping Stress Pada Mahasiswa UEU Yang Sedang Menyusun Skripsi. Metode penelitian bersifat kuantitatif non eksperimental. Subjek penelitian terdiri dari 80 mahasiswa/i UEU. Hasil dari penelitian ini ada hubungan positif tinggi dan signifikan antara optimisme dan coping stress pada mahasiswa UEU yang sedang menyusun skripsi.
3. Nurindah (2011) dengan judul Pengaruh Pelatihan Berpikir Positif Untuk Meningkatkan Optimisme Pada Remaja Yang Tinggal Di Pantu Sosial.

Metode penelitian yang digunakan adalah eksperimen. Jumlah subjek dalam penelitian tersebut 50 remaja penghuni panti sosial. Hasil dari penelitian tersebut mengungkapkan bahwa pelatihan berpikir positif dapat meningkatkan optimisme pada remaja yang tinggal di panti sosial.

4. Pallawa (2008) dengan judul *Keterlibatan Kerja Ditinjau Dari Ambiguitas Peran Kerja Dan Optimisme Menjadi PNS Pada Pegawai Honorer Dinas Tanaman Pangan Kab. Bone*. Subjek penelitian ini berjumlah 48 pegawai honorer dinas tanaman pangan kabupaten Bone. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa ada hubungan negatif antara ambiguitas peran kerja dengan keterlibatan kerja. selain itu ada hubungan positif yang sangat signifikan antara variabel optimisme menjadi PNS dengan variabel keterlibatan kerja.
5. Bosman, Buitendach, dan Rothman (2005) dengan judul *Work Locus Of Control And Dispositional Optimism As Antecedents To Job Insecurity*. Metode penelitian yang digunakan dengan kuesioner terhadap 605 subjek karyawan yang bekerja di dua lembaga keuangan. hasil dari penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan antara locus of control dengan ketidakamanan kerja. dimana variabel optimisme yang menurun berkaitan langsung dengan naiknya tingkat ketidakamanan kerja.
6. Rottinghaus, Day, dan Borgen (2004) dengan judul *The Career The Future Inventory: A Measure of Career-Related Adaptability and Optimism*. jumlah subjek dalam penelitian tersebut 690 subjek. Hasil dari penelitian tersebut mengungkapkan hubungan konstruk alat ukur CFI dengan variabel-variabel

lain seperti sikap optimis, faktor kepribadian, pemecahan masalah, keyakinan diri, dan ketertarikan diri.

7. Thomason dan Thames (2000) dengan judul *Building Family Strengths Optimis*. Penelitian ini berisi tentang bagaimana membangun rasa optimis dimulai dari keluarga. Hasil dari penelitian tersebut pentingnya memiliki dan menjaga pandangan positif dan senantiasa optimisme ketika individu sedang dihadapkan pada dua pilihan hidup yang berbeda.
8. Schulman (1999) dengan judul *Applying Learned Optimism To Increase Sales Productivity*. Penelitian ini merujuk pada teori optimisme yang dikembangkan oleh Seligman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa optimisme mampu meningkatkan kesehatan fisik, motivasi, keberhasilan, dan prestasi unggul di berbagai domain termasuk produktivitas penjualan.
9. Friedman, Kane, dan Cornfield (1998) dengan judul *Social Support And Career Optimism: Examining The Effectiveness Of Network Groups Among Black Managers*. Metode penelitian menggunakan survey dengan subjek penelitian adalah para anggota *National Black MBA Association*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan sosial dalam kelompok kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap optimisme pencapaian karir seorang karyawan melalui peningkatan mentoring.

Sedangkan penelitian sejenis terkait variabel optimisme yang pernah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya antara lain :

1. Valentino (2013) dengan judul *Efikasi Diri Untuk Meningkatkan Optimisme Terhadap Pencapaian Karir Karyawan PKWT Perusahaan X*. Metode

penelitian yang digunakan adalah eksperimen dengan jumlah subjek 50 orang. Sedangkan hasil dari penelitian tersebut mengungkapkan ada pengaruh yang signifikan peningkatan optimisme terhadap pencapaian karir dengan diberikan pelatihan efikasi diri.

2. Abras (2012) dengan judul Pengaruh Pelatihan Efikasi Diri Pada Sales Marketing Terhadap Penurunan Stress Kerja Karyawan CV. AI Semarang. Metode yang digunakan adalah penelitian eksperimen. Jumlah subjek dalam penelitian tersebut 25 karyawan bagian sales marketing. Hasil dari penelitian tersebut adalah pelatihan efikasi diri dapat menurunkan stres kerja karyawan sales marketing CV. AI Semarang
3. Julike dan Endang (2012) dengan Judul Hubungan Antara Efikasi Diri Dengan Perilaku Mencari Pengobatan Pada Penderita Kanker Payudara di RSUD Ibnu Sina Gresik. Subjek penelitian adalah 91 pasien penderita kanker payudara stadium I-III di RSUD Ibnu Sina Gresik. Alat pengumpulan data dengan kuesioner. Hasil penelitian tidak ada hubungan antara efikasi diri dengan perilaku mencari pengobatan pada penderita kanker payudara di RSUD Ibnu Sina Gresik.
4. Lunenburg (2011) dengan judul *Self-Efficacy In The Workplace: Implications For Motivation And Performance*. Penelitian ini berisi tentang bagaimana efikasi diri mempengaruhi karyawan dalam menyelesaikan tugas dan tujuan yang telah mereka tetapkan sendiri. Teori yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada tokoh Bandura. Hasil dari penelitian ini bahwa efikasi diri mempengaruhi tingkat usaha dan ketekunan karyawan ketika

belajar mengatasi tugas-tugas sulit. Ada empat sumber efikasi diri yakni kinerja masa lalu, persuasi verbal, pengalaman perwakilan, dan isyarat emosional

5. Mathisen dan Bronnick (2009) dengan judul *Creative Self Efficacy: An Intervention Study*. Metode penelitian yang digunakan adalah eksperimen. Subjek penelitian adalah para mahasiswa dan karyawan yang mengikuti kursus kreativitas yang dibagi menjadi 2 kelompok yakni kelompok kontrol dan kelompok eksperimen. Hasil penelitian ada peningkatan efikasi diri kreatif secara signifikan pada kelompok eksperimen daripada kelompok kontrol.

Berdasarkan beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh para peneliti diatas, maka dapat disimpulkan keaslian penelitian ini sebagai berikut :

1. Keaslian Topik Penelitian

Valentino (2013) mengangkat topik penelitian mengenai efikasi diri dan optimisme pencapaian karir, Abras (2012) tentang efikasi diri dan stress kerja, Saleem, Saba, dan Adnan (2012) efikasi diri, optimisme dan komitmen organisasi, Julike dan Endang (2012) tentang efikasi diri dan perilaku mencari pengobatan. Kemudian Lunenburg (2011) mengangkat topik tentang efikasi diri, motivasi dan performa kerja, Ningrum (2011) tentang optimisme dan coping stress, Nurindah (2011) tentang berfikir positif dan optimisme, Mathisen dan Bronnick (2009) tentang efikasi diri kreatif. Selain itu Bosman, Buitendach dan Rothman (2005) mengangkat tema tentang *locus of control*, optimisme dan ketidak amanan kerja, Rottinghaus, Day dan Borgen (2004)

tentang alat ukur CFI dan optimisme, Thomason dan Thames (2000) tentang optimisme dan produktivitas tenaga penjualan, Friedman, Kane dan Cornfield (1998) tentang dukungan sosial dan optimisme karir, dan Banduran (1993) tentang pengaruh efikasi diri dalam pengembangan dan fungsi kognitif.

Berdasarkan topik-topik penelitian tersebut diatas, penelitian ini mengangkat topik tentang pengaruh pelatihan Efikasi diri terhadap peningkatan optimisme pencapaian target karyawan bagian pemasaran. Dalam hal ini Efikasi diri sebagai bentuk intervensi untuk meningkatkan variabel tergantung berupa optimisme terhadap pencapaian target menggunakan desain metode penelitian eksperimen.

2. Keaslian Teori Penelitian

Valentino (2013) menggunakan teori efikasi diri Bandura (1982) dan optimisme pencapaian karir Rottinghaus, Day dan Borgen (2005), Saleem, Saba, dan Adnan (2012) menggunakan teori efikasi diri Schwarzer dan Jerusalem (1995) dan teori optimisme Luthan dkk (2006), Julike dan Endang (2012) menggunakan teori efikasi diri Palsdottir dan Agusta (2008). Sedangkan Lunenburg (2011) menggunakan teori efikasi diri Bandura (1982), Nurindah (2011) menggunakan teori optimisme McGinnis (1995), Bosman, Buitendach dan Rothman dengan teori optimisme Scheier dan Carver (1985). Kemudian Rottinghaus, Day dan Borgen (2004) menggunakan teori optimisme Scheier dan Carver (1985), Schulman (1999) menggunakan teori Dr. Martin Seligman.

Berdasarkan beberapa penelitian diatas, penelitian ini menggunakan teori Selignman (1995) dalam menjelaskan variabel optimisme. Sedangkan variabel efikasi diri merujuk pada teori yang dikemukakan oleh Bandura (1997)

3. Keaslian Alat Ukur Penelitian

Dalam menyusun alat ukur Valentino (2013) merujuk pada teori efikasi diri Bandura (1982) dan optimisme pencapaian karir Rottinghaus, Day dan Borgen (2005), Saleem, Saba, dan Adnan (2012) menggunakan teori efikasi diri schwarzer dan jerusalem (1995) dan teori optimisme Luthan dkk (2006). Sedangkan Julike dan Endang (2012) menggunakan teori Palsdottir dan Agusta (2008) untuk menyusun alat ukur variabel efikasi diri, Lunenburg (2011) menggunakan teori efikasi diri Bandura (1982), Nurindah (2011) menggunakan teori optimisme McGinnis (1995),. Selain itu Bosman, Buitendach dan Rothman merujuk pada teori optimisme Scheier dan Carver (1985), Rottinghaus, Day dan Borgen (2004) menggunakan teori optimisme Scheier dan Carver (1985), Schulman (1999) menggunakan teori Dr. Martin Selignman.

Berdasarkan beberapa penelitian diatas, dalam penelitian ini peneliti menyusun alat ukur untuk variabel Optimisme terhadap pencapaian target dengan merujuk kepada teori yang dikemukakan oleh Selignman (1995) .

4. Keaslian Subjek Penelitian

Valentino (2013) menggunakan subjek 50 karyawan PKWT di perusahaan X, Abras (2012) menggunakan subjek 25 karyawan CV. AI

Semarang bagian sales marketing, Julike dan Endang (2012) menggunakan 91 pasien kanker, dan Saleem, Saba dan Adnan (2012) mengambil subjek 150 karyawan perbankan. Kemudian Ningrum (2011) mengambil subjek 80 mahasiswa UEU, Nurindah (2011) mengambil subjek 50 remaja yang tinggal di panti sosial, Pallawa (2008) mengambil subjek 48 karyawan honorer dinas tanaman dan pangan kabupaten Bone, Bosman, Buitendach dan Rothman (2005) mengambil subjek 605 karyawan di dua lembaga keuangan, dan Friedman, Kane, dan Cornfield mengambil subjek para anggota *National Black MBA Association*.

Berdasarkan beberapa penelitian diatas, dalam penelitian ini mengambil subjek karyawan bagian pemasaran di perbankan syariah BDS Yogyakarta. Adapun jumlah subyek yang ambil dalam penelitian ini berjumlah 10 karyawan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan rangkaian penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa ada pengaruh yang signifikan peningkatan optimisme pencapaian target karyawan bagian pemasaran di perbankan syariah BDS Yogyakarta setelah mengikuti pelatihan efikasi diri. Peningkatan tersebut terjadi baik pada optimisme secara keseluruhan maupun pada masing-masing dimensi optimisme pencapaian target yang meliputi dimensi *permanet*, dimensi *pervasiveness*, dan dimensi *personalization*. Sehingga pelatihan efikasi diri dapat dijadikan sebagai bahan rujukan sebuah bentuk intervensi dalam rangka meningkatkan optimisme pencapaian target pada karyawan bagian pemasaran.

B. Saran

Setelah melakukan berbagai rangkaian penelitian ini, peneliti mencoba memberikan rekomendasi dan saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak perusahaan dapat mengimplementasikan hasil penelitian terkait konsep pengaruh efikasi diri untuk meningkatkan optimisme pencapaian target. karena melalui pelatihan ini para karyawan dapat belajar mengenai bagaimana mengenali potensi diri, melakukan *modelling* secara tepat, berfikir positif, membangun *self image*, dan bagaimana berkomunikasi efektif yang mana semua aspek tersebut dapat menjadikan karyawan bagian pemasaran

merasa lebih yakin dengan kemampuan yang dimilikinya untuk mencapai kesuksesan kerjanya. Selain itu program pelatihan pengembangan sumber daya manusia secara psikologis dapat dijadikan program rutin untuk dilaksanakan pada waktu yang akan datang.

2. Bagi subyek penelitian sebaiknya setelah mengetahui akan pentingnya memiliki efikasi diri, maka diharapkan dapat meningkatkan optimisme pencapaian target sesuai dengan harapan perusahaan, misalnya dengan senantiasa berfikir dan bertindak positif, menjaga citra diri positif, saling mendukung antar rekan, secara rutin melakukan evaluasi kinerja pribadi, dan terus mengembangkan diri secara positif.
3. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya dapat menindaklanjuti penelitian ini dengan memperhatikan keterbatasan-keterbatasan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya dan berusaha memperoleh hasil yang lebih baik dan dapat dipertanggungjawabkan serta bermanfaat bagi semua pihak terkait. Selain itu diharapkan dapat mencari, menemukan dan mencoba variabel lain yang juga mempengaruhi optimisme pencapaian target seperti pelatihan berfikir positif, *locus of control*, efikasi diri kreatif, *quality of life*, *human capital*, motivasi kerja, komunikasi interpersonal, dukungan keluarga dan sosial, dan sebagainya yang dapat digunakan pula sebagai bentuk intervensi psikologis

DAFTAR PUSTAKA

- Abras, O. R. (2012). *Pengaruh Pelatihan Efikasi Diri Pada Sales Marketing Terhadap Penurunan Stres Kerja Karyawan CV. AI Semarang*. (Tesis Magister Profesi Psikologi, Universitas Islam Indonesia).
- Avey, J. B., Luthans. F., & Jensen.S.M. (2009). Psychological Capital: A Positive Resource For Combating Employee Stress And Turnover. *Journal Of Human Resource Management*, 48 (5), 677-693.
- Avey, J. B., Reichard.R.J., Luthans.F., & Mhatre.K.H. (2011). Meta-Analysis Of The Impact Of Positive Psychological Capital On Employee Attitudes, Behaviors, And Performance. *Journal Of Human Resource Development Quarterly*, 22 (2), 127-152.
- Azwar, S. (1999). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bakti, S., & Harun. H. (2011). Effect Of Market Orientation And Customer Value On Marketing Performance Of Lion Airlines Corporation. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 3 (1), 1-15.
- Bandura, A. (1993). Perceived Self-Efficacy in Cognitive Development and Functioning. *Journal of Educational Psychologist*, 28(2), 117-148.
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: W.H Freeman Company.
- Baron, R.A., & Byrne, D. (1991). *Social Psychology Understanding Human Interaction*. Boston: Allyn & Bacon.
- Bosman, J., Buitendach. J. H., & Rothman. S. (2005). Work Locus Of Control And Dispositional Optimism As Antecedents To Job Insecurity. *Journal Of Industrial Psychology*, 31 (4), 17-23.
- Carifio, J., & Rhodes, L. (2002). Construct Validities And The Empirical Relationships Between Optimism, Hope, Self-Efficacy, And Locus Of Control. *Journal Of Work*, 19, 125-136.
- Cetin, F. (2011). The Effects Of The Organizational Psychological Capital On The Attitudes Of Commitment And Satisfaction: A Public Sample In Turkey. *European Journal Of Social Sciences*, 21 (3), 373-380.
- Chusniyah, T., & Pitaloka.A. (2012). Analisis Wacana Pada Media Internet Terhadap Optimisme Dan Harapan Tentang Masa Depan Indonesia. *Jurnal Sains Psikologi*, 2 (2), 67-81.

- Cummings, T. G., & Worley, C. G. (2005). *Organization Development and Change* (8th ed). Ohio: South-Western Thomson.
- Drever, J. (1988). *Kamus psikologi Edisi Terjemahan*. Jakarta: Bina Aksara.
- Friedman, R., Kane, M., & Cornfield, D. B. (1998). Social Support And Career Optimism: Examining The Effectiveness Of Network Groups Among Black Managers. *Journal Of Human Relations*, 51 (9), 1157-1177.
- Ghazali, A. (1997). *Mutiara Ihya Ulumuddin* (1st ed). Bandung: Mizan.
- Haselden, P., Sanders, M., & Sturkie, L. (2012). Action Research: Effect Of Self Efficacy Training On Low Achieving Freshmen. *Canadian Of Journal Action Research*, 13 (1), 3-35.
- Hornby, A. S. (1995). *Oxford Advanced Learner's Dictionary Of Current English*. Oxford: Oxford University Press.
- Julike P. F. (2012). Hubungan Antara Efikasi Diri Dengan Perilaku Mencari Pengobatan Pada Penderita Kanker Payudara di RSUD Ibnu Sina Gresik. *Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental*, 1 (2), 138-144.
- Kaswan. (2013). *Pelatihan dan Pengembangan Untuk Meningkatkan Kinerja SDM*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Kotler, P., & Keller, L. (2007). *Marketing Management 1* (12th ed). New Jersey. PT Indeks.
- Kusumaputri, E. S., & Suseno, M. N (2013). *Pedoman Praktikum Psikologi Eksperimen*. Yogyakarta: Laboratorium Psikologi FISHUM UIN Sunan Kalijaga.
- Liang, C., & Dunn, P. (2010). Entrepreneurial Characteristics, Optimism, Pessimism, and Realism – Correlation or Collison?. *Journal of Bussiness and Entrepreneurship*, 22 (1), 1-22.
- Lunenburg, F. C. (2011). Self-Efficacy In The Workplace: Implications For Motivation And Performance. *Journal Of Management, Business, And Administration*, 14 (1), 1-6.
- Marliani, R. (2013). *Psikologi Eksperimen*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Martati, R. (2015, April). Kredit Perbankan Diperkirakan Hanya Tumbuh 13%. *Majalah Infobank*. Jakarta: PT Infoarta Pratama.

- Mathis, R. L., & Jackson. J. H. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mathisen, G. E., & Bronnick. K. S. (2009). Creative Self Efficacy: An Intervention Study. *International Journal Of Educational Research*, 48, 21-29.
- Mortazavi, S., Yazdi. S. V. S., & Amini. A. (2012). The Role Of The Psychological Capital On Quality Of Work Life And Organization Performance. *Interdisciplinary journal of contemporary resaearch in bussines*, 4 (2). 206-217.
- Mulatsih, R. (2011). Study Of Performance Of Sales Persons, Kasus Empiris Pada PT Sinar Niaga Sejahtera Area Distribusi Jawa Tengah 1. *Jurnal Ekonomi*, 6 (1), 19-39.
- Ningrum, D. W. (2011). Hubungan Antara Optimisme Dan Coping Stress Pada Mahasiswa UEU Yang Sedang Menyusun Skripsi. *Jurnal Psikologi*, 9 (1). 41-47.
- Nugroho, A. (2014). Pembiayaan Cenderung Memerah. *Majalah Infobank*. Jakarta: PT Infoarta Pratama.
- Nurindah, M. (2011). *Pengaruh Pelatihan Berpikir Positif Untuk Meningkatkan Optimisme Pada Remaja Yang Tinggal Di Panti Sosia*. (Tesis Magister Profesi Psikologi Universitas Islam Indonesia).
- Palawa, I. M. (2008). *Keterlibatan Kerja Ditinjau Dari Ambiguitas Peran Kerja Dan Optimisme Menjadi PNS Pada Pegawai Honorer Dinas Tanaman Pangan Kab. Bone*. (Tesis Magister Sains Psikologi Universitas Gadjah Mada).
- Poerwadarminta, W. J. S. (2011). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Rini, I. S. (2011). *Hubungan Antara Efikasi Diri Dengan Kualitas Hidup Pasien Penyakit Paru Obstruktif Kronis Dalam Konteks Asuhan Keperawatan di RS Paru Batu dan RSU Saifulanwar Malang Jawa Timur*. (Tesis magister Ilmu Keperawatan Universitas Indonesia).
- Risnawita S, Rini., & Ghufro. M. N. (2011). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Rottinghaus, P. J., Day. S. X., & Borgen. F. H. (2005). The Future Inventory: A Measure of Career-Related Adaptability and Optimism. *Journal of Career Assessment*, 13 (3), 3-24.

- Safaria, T. (2007). *Optimistic Quotion: Menanam dan Menumbuhkan Sikap Optimis Pada Anak*. Yogyakarta: Pyramid Publisher.
- Saleem, A., Saba. G., & Adnan. A. (2012). Self-Efficacy And Optimism As Predictors Of Organizational Commitment Among Bank Employess. *International Journal Of Research Studies In Psychology*, ISSN: 2243-7781, 1-10
- Sceier, M. F., & Carver. C. S. (1985). Optimism, Coping, and Health: Assesment and Implications of Generalized Outcome Expectancies. *Journal of Health Psychology*, 4 (3), 219-247
- Schulman, P. (1999). Applying Learned Optimism To Increase Sales Productivity. *Journal Of Personal Selling And Sales Management*, 19 (1), 31-37.
- Seligman, M. E. P. (1995). *The Optimistic Child*. New York: Houghton Mifflin Company.
- Seligman, M. E. P. (2002). *Menginstal Optimisme. Bagaimana Cara Mengubah Pemikiran Dan Kehidupan Anda..* Bandung: PT Karya Kita.
- Sugiyanto. (2007). Pengaruh Human Capital, Motivasi, Dan Dukungan Atasan Terhadap Kesuksesan Karir Karyawan: Studi Empiris di PT Asian Cotton Bandung. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Bisnis dan Sektor Publik (JAMBSP)*, 3 (3), 333-348.
- Sujatmiko, T. (2015). *Ribhan Raih Doktoral UGM, Pemasaran Dan Moral Pengaruhi Kinerja Penjualan*. Diakses pada 6 April 2015, dari <http://krjogja.com/read/251452/pemasaran-dan-moral-pengaruhi-kinerja-penjualan.kr>.
- Suseno, M. N. (2012). *Pengaruh Pelatihan Komunikasi Interpersonal Terhadap Efikasi Diri Sebagai Pelatih Pada Mahasiswa*. Jakarta: Kemenag. Dirjen. Pendidikan Islam Direktorat Pendidikan Tinggi Islam.
- Suseno, M. N. (2012). *STATISTIKA Teori dan Aplikasi Untuk Penelitian Ilmu Sosial dan Humaniora*. Yogyakarta: Ash-Shaff.
- Thomason, D. J., & Thames. B. J. (2000). Building Family Strengths Optimism. *Journal Of Family relationships*, 528, 1-3.
- Tjiptono, F., Chandra. G., & Adriana. D. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

- Usman, M. (2014). Oase Ditengah Krisis. *Majalah Infobank*. Jakarta: PT Infoarta Pratama.
- Valentino, R. (2013). *Efikasi Diri Untuk Meningkatkan Optimisme Terhadap Pencapaian Karir Karyawan PKWT Perusahaan X*. (Tesis Magister Profesi Psikologi Universitas Islam Indonesia).
- Winaryo SM, R. (2004). *Self Empowerment: Persepsi, Paradigma, dan Motivasi Salesman*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Wright, T. A. (2003). The Positive Organizational Behavior: Incubator An Idea Whose Time Has Truly Come. *Journal Of Organizational Behavior*, 24, 437-442.



LAMPI RAN - LAMPI RAN

TABULASI DATA TRYOUT SKALA OPTIMISMETERHADAP PENCAPAIAN TARGET

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17
Subyek 1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3
Subyek 2	3	1	3	4	2	1	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	2
Subyek 3	3	0	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
Subyek 4	3	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
Subyek 5	4	1	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	1	1	1	3
Subyek 6	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2
Subyek7	3	3	3	3	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Subyek 8	3	0	3	3	2	3	1	3	4	4	3	3	2	4	3	4	0
Subyek 9	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
Subyek 10	3	2	2	3	2	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	2	2

	A18	A19	A20	A21	A22	A23	A24	A25	A26	A27	A28	A29	A30	A31	A32	A33	A34
Subyek 1	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3
Subyek 2	1	2	4	2	1	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3
Subyek 3	2	2	4	4	1	2	4	4	3	4	4	4	3	3	4	2	4
Subyek 4	2	1	3	2	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	1	3
Subyek 5	3	3	3	1	1	1	2	3	3	3	3	2	2	1	1	3	3
Subyek 6	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
Subyek7	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Subyek 8	2	3	4	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
Subyek 9	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	1	2	2	2	2	3
Subyek 10	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2

	A35	A36	A37	A38	A39	A40	A41	A42	A43	A44	A45	A46	A47	A48
Subyek 1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
Subyek 2	1	2	2	3	2	1	4	3	3	3	4	3	2	4
Subyek 3	2	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
Subyek 4	3	3	2	3	3	3	4	4	2	3	3	3	2	3
Subyek 5	3	3	2	1	2	2	3	2	1	3	2	2	1	1
Subyek 6	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Subyek7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
Subyek 8	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2
Subyek 9	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Subyek 10	2	2	3	3	4	3	2	3	2	2	3	3	3	4

TABULASI DATA *PRETEST* SKALA OPTIMISME PENCAPAIAN TARGET

	A3	A4	A5	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16
Subyek 1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2
Subyek 2	3	4	2	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3
Subyek 3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Subyek 4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Subyek 5	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	1	1	1
Subyek 6	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
Subyek7	3	3	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Subyek 8	3	3	2	1	3	4	4	3	3	2	4	3	4
Subyek 9	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Subyek 10	2	3	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	2

	A20	A21	A23	A24	A25	A26	A27	A28	A29	A30	A31	A32
Subyek 1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
Subyek 2	4	2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3
Subyek 3	4	4	2	4	4	3	4	4	4	3	3	4
Subyek 4	3	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3
Subyek 5	3	1	1	2	3	3	3	3	2	2	1	1
Subyek 6	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Subyek7	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Subyek 8	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3
Subyek 9	3	2	3	3	3	3	3	3	1	2	2	2
Subyek 10	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3

	A34	A38	A39	A40	A41	A42	A43	A44	A45	A46	A47	A48	total
Subyek 1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	109
Subyek 2	3	3	2	1	4	3	3	3	4	3	2	4	116
Subyek 3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	138
Subyek 4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	2	3	110
Subyek 5	3	1	2	2	3	2	1	3	2	2	1	1	78
Subyek 6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	108
Subyek7	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	73
Subyek 8	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	101
Subyek 9	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	103
Subyek 10	2	3	4	3	2	3	2	2	3	3	3	4	101

**TABULASI DATA *PRETEST* DIMENSI *PERMANENT* SKALA OPTIMISME PENCAPAIAN
TARGET**

	A3	A4	A5	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	total
Subyek 1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	38
Subyek 2	3	4	2	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	44
Subyek 3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
Subyek 4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	40
Subyek 5	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	1	1	1	30
Subyek 6	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	37
Subyek7	3	3	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	26
Subyek 8	3	3	2	1	3	4	4	3	3	2	4	3	4	39
Subyek 9	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
Subyek 10	2	3	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	2	36

**TABULASI DATA *PRETEST* DIMENSI *PERVASIVENESS* SKALA OPTIMISME PENCAPAIAN
TARGET**

	A20	A21	A23	A24	A25	A26	A27	A28	A29	A30	A31	A32	total
Subyek 1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	34
Subyek 2	4	2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	37
Subyek 3	4	4	2	4	4	3	4	4	4	3	3	4	43
Subyek 4	3	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	34
Subyek 5	3	1	1	2	3	3	3	3	2	2	1	1	25
Subyek 6	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
Subyek7	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
Subyek 8	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	34
Subyek 9	3	2	3	3	3	3	3	3	1	2	2	2	30
Subyek 10	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	31

**TABULASI DATA *PRETEST* DIMENSI *PERSONALIZATION* SKALA OPTIMISME
PENCAPAIAN TARGET**

	A34	A38	A39	A40	A41	A42	A43	A44	A45	A46	A47	A48	total
Subyek 1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	37
Subyek 2	3	3	2	1	4	3	3	3	4	3	2	4	35
Subyek 3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	46
Subyek 4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	2	3	36
Subyek 5	3	1	2	2	3	2	1	3	2	2	1	1	23
Subyek 6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Subyek7	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	23
Subyek 8	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	28
Subyek 9	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
Subyek 10	2	3	4	3	2	3	2	2	3	3	3	4	34

TABULASI DATA *POSTEST* SKALA OPTIMISME PENCAPAIAN TARGET

	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12	B13
Subyek 1	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2
Subyek 2	3	4	2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
Subyek 3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Subyek 4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3
Subyek 5	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Subyek 6	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Subyek7	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Subyek 8	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3
Subyek 9	4	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3
Subyek 10	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3

	B14	B15	B16	B17	B18	B19	B20	B21	B22	B23	B24	B25
Subyek 1	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
Subyek 2	3	2	4	3	2	4	3	3	2	4	3	3
Subyek 3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
Subyek 4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2
Subyek 5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2
Subyek 6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
Subyek7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
Subyek 8	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
Subyek 9	4	2	4	2	4	3	3	3	3	4	4	3
Subyek 10	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3

[illegible]

**TABULASI DATA *POSTEST* DIMENSI *PERMANENT* SKALA OPTIMISME
PENCAPAIAN TARGET**

	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12	B13	TOTAL
Subyek 1	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	39
Subyek 2	3	4	2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	43
Subyek 3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
Subyek 4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	47
Subyek 5	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41
Subyek 6	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
Subyek7	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
Subyek 8	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	46
Subyek 9	4	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	44
Subyek 10	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	40

PENCAPAIAN TARGET

[illegible]

OUTPUT SPSS HASIL SELEKSI AITEM DATA TRYOUT SKALA OPTIMISME PENCAPAIAN TARGET

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	10	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,939	48

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Aitem 1	124,70	309,567	-,201	,941
Aitem 2	126,20	321,067	-,354	,948
Aitem 3	124,90	299,211	,450	,938
Aitem 4	124,60	297,378	,550	,937
Aitem 5	125,80	296,622	,502	,938
Aitem 6	125,70	298,678	,274	,939
Aitem 7	125,30	291,122	,519	,937
Aitem 8	125,20	288,622	,771	,936
Aitem 9	124,70	292,678	,633	,937
Aitem 10	124,60	293,378	,559	,937
Aitem 11	124,80	290,622	,818	,936
Aitem 12	124,80	291,511	,770	,936
Aitem 13	125,00	285,778	,820	,935
Aitem 14	125,00	285,778	,595	,937
Aitem 15	125,10	283,433	,855	,935
Aitem 16	125,20	286,400	,606	,937
Aitem 17	125,90	302,100	,115	,941
Aitem 18	125,70	310,456	-,183	,942

Aitem 19	125,70	313,567	-,321	,942
Aitem 20	124,60	299,600	,415	,938
Aitem 21	125,70	287,122	,712	,936
Aitem 22	126,10	309,656	-,148	,941
Aitem 23	125,70	294,233	,440	,938
Aitem 24	125,10	286,989	,904	,935
Aitem 25	124,90	290,989	,674	,936
Aitem 26	125,20	300,400	,366	,938
Aitem 27	124,80	291,733	,759	,936
Aitem 28	125,00	292,222	,733	,936
Aitem 29	125,20	289,733	,584	,937
Aitem 30	125,30	295,122	,641	,937
Aitem 31	125,40	291,156	,513	,937
Aitem 32	125,20	284,178	,789	,935
Aitem 33	125,80	314,178	-,384	,942
Aitem 34	125,00	292,222	,733	,936
Aitem 35	125,70	311,567	-,233	,942
Aitem 36	125,60	303,600	,174	,939
Aitem 37	125,60	304,267	,135	,939
Aitem 38	125,30	289,344	,712	,936
Aitem 39	125,20	289,956	,575	,937
Aitem 40	125,30	290,011	,559	,937
Aitem 41	124,80	289,956	,647	,936
Aitem 42	124,90	286,989	,856	,935
Aitem 43	125,50	289,833	,691	,936
Aitem 44	125,00	292,222	,733	,936
Aitem 45	125,10	278,989	,877	,934
Aitem 46	125,10	286,989	,904	,935
Aitem 47	125,40	284,933	,736	,936
Aitem 48	124,90	279,878	,731	,935

OUTPUT SPSS HASIL UJI RELIABILITAS SKALA OPTIMSIME PENCAPAIAN TARGET

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	10	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,969	37

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Aitem 3	100,70	328,900	,455	,969
Aitem 4	100,40	325,378	,648	,969
Aitem 5	101,60	327,822	,426	,970
Aitem 7	101,10	322,767	,443	,970
Aitem 8	101,00	317,556	,785	,968
Aitem 9	100,50	320,722	,697	,969
Aitem 10	100,40	321,378	,623	,969
Aitem 11	100,60	321,600	,736	,968
Aitem 12	100,60	320,044	,814	,968
Aitem 13	100,80	313,956	,857	,968
Aitem 14	100,80	311,067	,708	,969
Aitem 15	100,90	311,656	,884	,968
Aitem 16	101,00	313,111	,682	,969
Aitem 20	100,40	327,378	,531	,969
Aitem 21	101,50	315,611	,737	,968
Aitem 23	101,50	325,167	,391	,970
Aitem 24	100,90	316,544	,887	,968
Aitem 25	100,70	319,567	,709	,968
Aitem 26	101,00	331,111	,316	,970
Aitem 27	100,60	321,378	,747	,968
Aitem 28	100,80	322,178	,707	,969
Aitem 29	101,00	317,111	,652	,969
Aitem 30	101,10	323,878	,686	,969

Aitem 31	101,20	317,067	,631	,969
Aitem 32	101,00	311,556	,849	,968
Aitem 34	100,80	322,178	,707	,969
Aitem 38	101,10	318,544	,716	,968
Aitem 39	101,00	320,000	,551	,969
Aitem 40	101,10	322,322	,458	,970
Aitem 41	100,60	318,267	,687	,969
Aitem 42	100,70	315,789	,872	,968
Aitem 43	101,30	319,344	,683	,969
Aitem 44	100,80	322,178	,707	,969
Aitem 45	100,90	307,433	,888	,967
Aitem 46	100,90	316,544	,887	,968
Aitem 47	101,20	315,289	,692	,969
Aitem 48	100,70	308,233	,744	,968

OUTPUT SPSS HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF SKALA OPTIMISME TERHADAP PENCAPAIAN TARGET

Hasil Output Statistik Deskriptif Skor Total Optimisme Pencapaian Target

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
pretest	10	73	138	103,70	18,355
posttest	10	105	141	117,90	10,867
Valid N (listwise)	10				

Hasil Output Statistik Deskriptif Skor Dimensi *Permanent* Skala Optimisme Pencapaian Target

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
pretest	10	26	49	37,70	6,447
posttest	10	38	50	42,70	4,001
Valid N (listwise)	10				

Hasil Output Statistik Deskriptif Skor Dimensi *Pervasiveness* Skala Optimisme Pencapaian Target

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
pretest	10	24	43	32,70	5,579
posttest	10	35	45	37,40	3,062
Valid N (listwise)	10				

Hasil Output Statistik Deskriptif Skor Dimensi *Personalization* Skala Optimisme Pencapaian Target

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
pretest	10	23	46	33,30	6,961
posttest	10	32	46	37,80	4,211
Valid N (listwise)	10				

**OUTPUT HASIL UJI STATISTIK NON PARAMETRIK *WILCOXON* SKALA
OPTIMISME PENCAPAIAN TARGET**

Ranks		N	Mean Rank	Sum of Ranks
posttest - pretest	Negative Ranks	0 ^a	,00	,00
	Positive Ranks	9 ^b	5,00	45,00
	Ties	1 ^c		
	Total	10		

a. posttest < pretest

b. posttest > pretest

c. posttest = pretest

Test Statistics ^b	
	posttest - pretest
Z	-2,668 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,008

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

**OUTPUT SPSS HASIL UJI STATISTIK NON PARAMETRIK *WILCOXON* DIMENSI
PERMANENT SKALA OPTIMISME PENCAPAIAN TARGET**

Ranks		N	Mean Rank	Sum of Ranks
posttest - pretest	Negative Ranks	1 ^a	2,00	2,00
	Positive Ranks	9 ^b	5,89	53,00
	Ties	0 ^c		
	Total	10		

a. posttest < pretest

b. posttest > pretest

c. posttest = pretest

Test Statistics ^b	
	posttest - pretest
Z	-2,608 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,009

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

**OUTPUT HASIL UJI STATISTIK NON PARAMETRIK *WILCOXON* DIMENSI
PERVASIVENESS SKALA OPTIMISME PENCAPAIAN TARGET**

Ranks		N	Mean Rank	Sum of Ranks
posttest - pretest	Negative Ranks	1 ^a	1,50	1,50
	Positive Ranks	8 ^b	5,44	43,50
	Ties	1 ^c		
	Total	10		

a. posttest < pretest

b. posttest > pretest

c. posttest = pretest

Test Statistics ^b	
	posttest - pretest
Z	-2,492 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,013

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

**OUTPUT HASIL UJI STATISTIK NON PARAMETRIK *WILCOXON* DIMENSI
PERSONALIZATION SKALA OPTIMISME PENCAPAIAN TARGET**

Ranks		N	Mean Rank	Sum of Ranks
posttest - pretest	Negative Ranks	2 ^a	1,50	3,00
	Positive Ranks	7 ^b	6,00	42,00
	Ties	1 ^c		
	Total	10		

a. posttest < pretest

b. posttest > pretest

c. posttest = pretest

Test Statistics ^b	
	posttest - pretest
Z	-2,314 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,021

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

OUTPUT SPSS HASIL UJI STATISTIK *MANN WITNEY U* KATEGORI JENIS KELAMIN

Ranks				
Jenis Kelamin		N	Mean Rank	Sum of Ranks
optimisme target	laki-laki	8	5,50	44,00
	perempuan	2	5,50	11,00
	Total	10		

Test Statistics ^b	
	optimisme target
Mann-Whitney U	8,000
Wilcoxon W	11,000
Z	,000
Asymp. Sig. (2-tailed)	1,000
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	1,000 ^a

a. Not corrected for ties.

b. Grouping Variable: Jenis Kelamin

OUTPUT SPSS HASIL UJI STATISTIK MANN WITNEY U KATEGORI USIA

Ranks

	Usia	N	Mean Rank	Sum of Ranks
optimisme target	26-30 tahun	5	5,20	26,00
	31-35 tahun	5	5,80	29,00
	Total	10		

Test Statistics^b

	optimisme target
Mann-Whitney U	11,000
Wilcoxon W	26,000
Z	-,313
Asymp. Sig. (2-tailed)	,754
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	,841 ^a

a. Not corrected for ties.

b. Grouping Variable: Usia

OUTPUT SPSS HASIL UJI STATISTIK *KRUSKAL WALLISU* KATEGORI MASA KERJA

Ranks

masa bekerja	N	Mean Rank
optimisme target 0-1 tahun	2	7,75
2-3 tahun	1	4,00
4-5 tahun	4	5,13
6-7 tahun	3	5,00
Total	10	

Test Statistics^{a,b}

	optimisme target
Chi-square	1,502
df	3
Asymp. Sig.	,682

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: masa bekerja

Bapak/Ibu/Sdr/i karyawan Bagian pemasaran Bank BDS

Kami menyadari bahwa waktu Bapak/Ibu/Sdr/i sangat berharga dan sangat terbatas. Namun demikian, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk membantu penelitian kami dengan mengisi kuesioner yang akan kami berikan. Kuesioner ini merupakan bagian dari penelitian kami dalam rangka penyusunan tugas akhir pada S-1 Program studi Psikologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Kami berharap, bapak/ Ibu/ Sdr/i mengisi kuesioner ini menurut keadaan yang sebenarnya. Semua jawaban adalah benar. Apapun isian Bapak/Ibu/Sdr/i **Tidak Akan Mempengaruhi Evaluasi Ataupun Penilaian Kerja** anda. Oleh sebab itu tidak perlu khawatir, kerjakanlah dengan spontan dan jujur. Identitas dan data-data yang anda berikan hanya akan dipakai untuk keperluan penelitian dan kami **Sangat Menjamin Kerahasiaannya**.

Akhirnya kami mengucapkan terimakasih atas kesediaan dan ketulusan Bapak/Ibu/Sdr/i dalam memberikan informasi. Semoga kesuksesan selalu mengiringi setiap langkah anda.

Yogyakarta, Mei 2015

Hormat Kami,
Peneliti

SINA MAULUDI

IDENTITAS

Nama Lengkap :
Jenis Kelamin : Laki-laki/ Perempuan *)*coret yang tidak perlu*
Umur : a). 20-25th b).26-30th c). 31-35th, d). ≥36th
Masa Bekerja : a). ≤1th b). 2-3th c). 4-5th d). 6-7th e). ≥8th
Pendidikan Terakhir : a). SLTA, b). D3, c). S1, d). S2, e).....
Status Perkawinan : Menikah/ Belum Menikah *)*coret yang tidak perlu*

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

- Lengkapilah kolom identitas yang telah disediakan
- Pahami maksud setiap pernyataan kemudian jawablah dengan memberikan tanda silang (X) pada kolom yang telah disediakan
- Isilah setiap butir pernyataan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya pada saat ini
- Sebelum dikembalikan, pastikan semua poin sudah terisi

DESKRIPSI

SS : Sangat Sesuai (*pernyataan sangat sesuai dengan diri anda*)
S : Sesuai (*pernyataan sesuai dengan diri anda*)
N : Netral (*pernyataan antara sesuai dan tidak sesuai*)
TS : Tidak Sesuai (*pernyataan tidak sesuai dengan diri anda*)
STS: Sangat Tidak Sesuai (*pernyataan sangat tidak sesuai dengan diri anda*)

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya senantiasa merasa nyaman dalam menjalankan aktivitas pemasaran					
2	Apabila target pemasaran saat ini tidak tercapai, tidak akan berpengaruh terhadap pencapaian target saya dimasa mendatang					
3	Saya percaya bahwa ketika muncul kondisi tidak menyenangkan dalam aktivitas pemasaran hanyalah bersifat sementara					
4	Saya merasa selalu ada peluang untuk dapat mencapai target pemasaran					
5	Terkadang saya merasa jenuh dalam menjalankan aktivitas pemasaran					
6	Kegagalan saya meraih target pemasaran ada hubungannya dengan kegagalan saya meraih target pemasaran dimasa lalu					
7	Menjalankan aktivitas pemasaran adalah hal yang kurang menyenangkan bagi saya					
8	Saya merasa bahwa target pemasaran sangat sulit untuk dapat dicapai					
9	Setelah mengalami kegagalan saya yakin kesuksesan akan segera datang					
10	Kegagalan bukanlah akhir dari perjalanan saya menuju kesuksesan					
11	Saya yakin dapat mencapai target pemasaran					
12	Saya segera bangkit ketika mengalami kegagalan					
13	Ketika mengalami kegagalan saya menjadi pesimis dalam meraih kesuksesan					
14	Kegagalan akan menghentikan langkah saya dalam meraih kesuksesan					
15	Saya berfikir bahwa target pemasaran saya tidak akan tercapai					
16	Tidak mudah bagi saya untuk segera bangkit dari sebuah kegagalan					

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
17	Saya berfikir masalah yang saya hadapi dalam aktivitas pemasaran sangat ringan					
18	Saya jarang merasakan ada masalah dalam menjalankan aktivitas pemasaran					
19	Setiap bulan pencapaian target yang saya peroleh semakin meningkat					
20	Saya percaya bahwa masa depan saya dalam bekerja semakin baik					
21	Permasalahan dalam aktivitas pemasaran saya terlalu besar					
22	Masalah selalu muncul kapanpun dan dimanapun saat saya melakukan pemasaran					
23	pencapaian target pemasaran saya semakin menurun tiap bulan					
24	Saya tidak memiliki harapan yang baik terhadap masa depan pekerjaan					
25	Saya tidak mudah menyerah terhadap setiap permasalahan yang muncul					
26	Saya selalu menemukan jalan keluar dari setiap permasalahan					
27	Permasalahan kerja yang muncul membuat diri saya semakin kuat					
28	Saya senantiasa belajar dari kegagalan yang pernah saya alami dimasa lalu					
29	Saya mudah menyerah terhadap setiap masalah yang menimpa saya					
30	Saya kesulitan mencari solusi ketika masalah muncul					
31	Kegagalan membuat langkah saya semakin terhambat					
32	Permasalahan kerja yang saya alami dimasa lalu membuat hidup saya semakin terpuruk					
33	Masalah yang muncul dalam aktivitas kerja bukan semata-mata karena kesalahan saya saja					
34	Ketika target pemasaran tidak tercapai, saya segera menganalisisnya terlebih dahulu sebelum mengambil keputusan					

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
35	Orang lain dan lingkungan juga merupakan salah satu faktor penyebab jika target pemasaran saya tidak tercapai					
36	Saya tidak langsung menyalahkan diri sendiri ketika target pemasaran tidak tercapai					
37	Saya berfikir bahwa saat bekerja selalu ada masalah yang muncul pada diri saya					
38	Saya tidak tahu apa saja yang menyebabkan target pemasaran tidak tercapai					
39	Orang lain selalu acuh tak acuh dengan kendala kerja yang saya alami					
40	Saya akan langsung menyalahkan diri sendiri secara spontan ketika target pemasaran tidak tercapai					
41	Saya memandang masa depan saya dengan cara berfikir positif					
42	Saya yakin bahwa saya akan sukses di kemudian hari					
43	Saya bisa menyelesaikan semua tantangan dalam aktivitas kerja					
44	Saya melakukan berbagai hal yang positif untuk meningkatkan pencapaian target pemasaran					
45	Saya merasa pesimis terhadap masa depan pekerjaan yang saya lakukan					
46	Saya ragu-ragu dalam meraih kesuksesan dimasa yang akan datang					
47	Saya merasa kesulitan dalam menghadapi tantangan kerja					
48	Terkadang saya melakukan hal negatif untuk bisa mencapai target pemasaran					

TERIMAKASIH

SEMOGA KESUKSESAN SENANTIASA MENYERTAI

DI SETIAP PEKERJAAN ANDA....!!!

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Kami mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi Kuesioner ini yang merupakan bagian dari penelitian kami dalam rangka penyusunan tugas akhir pada S-1 Program studi Psikologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Kami berharap, bapak/ Ibu/ Sdr/i mengisi kuesioner ini menurut keadaan yang sebenarnya. Semua jawaban adalah benar. Apapun isian Bapak/Ibu/Sdr/i **Tidak Akan Mempengaruhi Evaluasi Ataupun Penilaian Kerja** anda. Oleh sebab itu tidak perlu khawatir, kerjakanlah dengan spontan dan jujur. Identitas dan data-data yang anda berikan hanya akan dipakai untuk keperluan penelitian dan kami **Sangat Menjamin Kerahasiaannya**.

Akhirnya kami mengucapkan terimakasih atas kesediaan dan ketulusan Bapak/Ibu/Sdr/i dalam memberikan informasi. Semoga kesuksesan selalu mengiringi setiap langkah anda.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Peneliti:

Sina Mauludi

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

- Lengkapilah kolom identitas yang telah disediakan
- Deskripsi pilihan jawaban :
 - SS : Sangat Sesuai (jika *pernyataan sangat sesuai dengan diri anda*)
 - S : Sesuai (*Jikapernyataan sesuai dengan diri anda*)
 - N : Netral (jika *pernyataan antara sesuai dan tidak sesuai*)
 - TS : Tidak Sesuai (jika *pernyataan tidak sesuai dengan diri anda*)
 - STS : Sangat Tidak Sesuai (jika *pernyataan sangat tidak sesuai dengan diri anda*)

IDENTITAS

Nama (*boleh inisial*) :
Jenis Kelamin : Laki-laki/ Perempuan *)*coret yang tidak perlu*
Umur : a). 20-25th b).26-30th c). 31-35th, d). ≥36th
Lama Bekerja : a). ≤1th b). 2-3th c). 4-5th d). 6-7th e). ≥8th

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya percaya bahwa ketika muncul kondisi tidak menyenangkan dalam aktivitas pemasaran hanyalah bersifat sementara					
2	Saya merasa selalu ada peluang untuk dapat mencapai target pemasaran					
3	Terkadang saya merasa jenuh dalam menjalankan aktivitas pemasaran					
4	Menjalankan aktivitas pemasaran adalah hal yang kurang menyenangkan bagi saya					
5	Saya merasa bahwa target pemasaran sangat sulit untuk dapat dicapai					
6	Setelah mengalami kegagalan saya yakin kesuksesan akan segera datang					
7	Kegagalan bukanlah akhir dari perjalanan saya menuju kesuksesan					
8	Saya yakin dapat mencapai target pemasaran					
9	Saya segera bangkit ketika mengalami kegagalan					
10	Ketika mengalami kegagalan saya menjadi pesimis dalam meraih kesuksesan					
11	Kegagalan akan menghentikan langkah saya dalam meraih kesuksesan					
12	Saya berfikir bahwa target pemasaran saya tidak akan tercapai					
13	Tidak mudah bagi saya untuk segera bangkit dari sebuah kegagalan					
14	Saya percaya bahwa masa depan saya dalam bekerja semakin baik					
15	Permasalahan dalam aktivitas pemasaran saya terlalu besar					
16	Saya tidak memiliki harapan yang baik terhadap masa depan pekerjaan					
17	Saya tidak mudah menyerah terhadap setiap permasalahan yang muncul					
18	Saya selalu menemukan jalan keluar dari setiap permasalahan					
19	Permasalahan kerja yang muncul membuat diri saya semakin kuat					
20	Saya senantiasa belajar dari kegagalan yang pernah saya alami dimasa lalu					
21	Saya mudah menyerah terhadap setiap masalah yang menimpa saya					
22	Saya kesulitan mencari solusi ketika masalah muncul					
23	Kegagalan membuat langkah saya semakin terhambat					
24	Permasalahan kerja yang saya alami dimasa lalu membuat hidup saya semakin terpuruk					
25	Masalah yang muncul dalam aktivitas kerja bukan semata-mata karena kesalahan saya saja					
26	Ketika target pemasaran tidak tercapai, saya segera menganalisisnya terlebih dahulu sebelum mengambil keputusan					
27	Saya tidak tahu apa saja yang menyebabkan target pemasaran tidak tercapai					
28	Orang lain selalu acuh tak acuh dengan kendala kerja yang saya alami					
29	Saya akan langsung menyalahkan diri sendiri secara spontan ketika target pemasaran tidak tercapai					
30	Saya memandang masa depan saya dengan cara berfikir positif					
31	Saya yakin bahwa saya akan sukses di kemudian hari					
32	Saya bisa menyelesaikan semua tantangan dalam aktivitas kerja					
33	Saya melakukan berbagai hal yang positif untuk meningkatkan pencapaian target pemasaran					
34	Saya merasa pesimis terhadap masa depan pekerjaan yang saya lakukan					
35	Saya ragu-ragu dalam meraih kesuksesan dimasa yang akan datang					
36	Saya merasa kesulitan dalam menghadapi tantangan kerja					
37	Terkadang saya melakukan hal negatif untuk bisa mencapai target pemasaran					

MODUL

PELATIHAN EFIKASI DIRI

Disusun Oleh :

SINA MAULUDI



PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2015



A. PENGANTAR

Perkembangan dunia bisnis dalam era ekonomi global saat ini mengalami fase persaingan pasar yang ketat baik dalam hal produk dan jasa maupun pelayanan terhadap konsumen (*costumer service*). Hal ini menuntut perusahaan untuk selalu menjadi yang terbaik dan terdepan dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen. Dalam hal ini karyawan bagian pemasaran adalah aset sumber daya manusia perusahaan yang sangat vital perannya dalam mencapai kondisi tersebut.

Karyawan bagian pemasaran merupakan agen perusahaan yang memiliki fungsi organisasi dan serangkaian proses mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai produk atau jasa perusahaan kepada pelanggan serta mengelola relasi sedemikian rupa sehingga memberikan manfaat bagi perusahaan dan para *stakeholder* nya (Tjiptono, Chandra dan Adriana, 2008). Kotler dan Keller (2007) mengungkapkan bahwa Pemasaran yang baik dan tepat menjadi unsur yang vital bagi keberhasilan bisnis suatu perusahaan.

Keberhasilan kerja karyawan bagian pemasaran ditentukan oleh seberapa besar pencapaian target yang diperolehnya dalam kurun waktu tertentu. Sehingga karyawan bagian pemasaran dituntut mampu melakukan pemasaran yang maksimal sesuai target yang diberikan oleh pihak perusahaan. Dalam hal ini faktor psikologis sangat berpengaruh terhadap performansi kinerja karyawan bagian pemasaran. Rasa optimis dan keyakinan diri merupakan salah satu faktor penting yang harus dimiliki dalam upayanya meraih target yang maksimal.

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengembangkan rasa optimis terhadap pencapaian target karyawan bagian pemasaran adalah dengan meningkatkan efikasi diri dalam bekerja. Abras (2012) menyatakan bahwa efikasi diri adalah keyakinan atau kepercayaan terhadap kemampuan yang dimiliki individu dalam melaksanakan dan menyelesaikan tugas-tugas yang dihadapi. Sehingga karyawan mampu mengatasi setiap rintangan, ancaman dan meraih tujuan yang diharapkan.

Untuk membantu karyawan meningkatkan efikasi diri, peneliti mencoba menyusun sebuah modul pelatihan tentang konsep efikasi diri. Materi pelatihan disusun peneliti dengan mengacu pada konsep efikasi diri yang dikemukakan oleh Bandura (1997). Adapun dimensi yang dijadikan acuan meliputi dimensi *level*, *strength*, dan *generality*.



B. TUJUAN KEGIATAN

1. Meningkatkan kemampuan efikasi diri pada karyawan bagian pemasaran
2. Sebagai media bagi peserta untuk dapat mengembangkan pengetahuan dan kemampuan terkait efikasi diri sehingga bisa diterapkan dalam menjalankan aktivitas kerjanya
3. Memberikan nilai tambah bagi setiap peserta berupa *skill* meningkatkan efikasi diri mereka di tempat kerja

C. MATERI PELATIHAN

1. Penguasaan keberhasilan pengalaman pribadi (*enactive mastery experience*)
2. Eksplorasi pengalaman keberhasilan dari orang lain (*vicarious experience*)
3. Persuasi verbal (*verbal persuasion*) dari lingkungan sekitar
4. Pembentukan Citra diri (*self image*) yang positif

D. PESERTA PELATIHAN

Peserta pelatihan ini adalah karyawan bagian pemasaran di perbankan BDS (Barokah Dana Sejahtera) di Yogyakarta yang didalam penelitian skor hasil *pretest* optimisme pencapaian targetnya masuk kedalam kategori menengah kebawah

E. ALOKASI WAKTU PELATIHAN

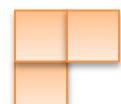
Pelatihan ini dilakukan selama 1 hari dengan alokasi waktu 4 jam

F. DESAIN PELATIHAN

Secara umum desain pelatihan menggunakan sistem *indor training*. Sedangkan metode yang digunakan meliputi, *experience learning*, tanya jawab, diskusi, dan pengisian lembar kerja

G. KUALIFIKASI TRAINER

- a. Memiliki pengalaman dan kompetensi sebagai trainer di bidang pemasaran dan pengembangan sumber daya manusia



- b. Mampu memahami dan menyampaikan materi sesuai dengan modul yang telah disusun oleh peneliti
- c. Memiliki kemampuan komunikasi verbal dan non verbal,
- d. Memiliki kompetensi dalam hal persuasif, diskusi dan sharing

H. RUNDOWN ACARA PELATIHAN EFIKASI DIRI

Adapun rencana jadwal pelatihan efikasi diri sebagai berikut:

Waktu	Sesi	Sesi	Materi
08.00-08.30	Sesi 1	Pembukaan	<ul style="list-style-type: none"> • Pembukaan • Pembacaan ayat suci alquran • Sambutan direktur BDS • Perkenalan diri • <i>ice breaking</i> gerak tubuh
08.30-10.00	Sesi 2	<i>enactive mastery experience</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Definisi konsep efikasi diri • Menggali potensi prestasi diri • Kebutuhan berprestasi sebagai motivasi
10.00-10.30	Sesi 3	<i>Coffe break</i>	
10.30-12.00	Sesi 4	<i>vicarious experience</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Modelling</i> terhadap kesuksesan orang lain
12.00-13.00	Sesi 5	<i>Ishoma</i>	
13.00-14.30	Sesi 6	<i>verbal persuasion</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dukungan lingkungan • Komunikasi persuasif
14.30-15.00	Sesi 7	<i>Coffe break</i>	
15.00-16.30	Sesi 8	Pembentukan <i>Self Image</i> positif	<ul style="list-style-type: none"> • Pembentukan citra diri • Pembentukan persepsi positif
16.30-17.00	Sesi 9	Penutup	<ul style="list-style-type: none"> • Refleksi dan penguatan diri • Evaluasi pelaksanaan pelatihan • <i>Posttest</i>



SESI PEMBUKAAN

PETUNJUK UMUM

A. Kompetensi Dasar

1. Peserta memperoleh penjelasan mengenai rangkaian pelatihan
2. Tercipta suasana kondusif sebelum dimulai pelatihan
3. Mengenal lebih dekat antar peserta dan dengan trainer

B. Alokasi Waktu

30 menit

C. Materi

1. Pembukaan
2. Perkenalan diri trainer, fasilitator dan masing-masing peserta
3. *Ice breaking* gerak tubuh

D. Referensi

Soenarno. A. (2007). *Perception Games, Untuk Pelatihan Manajemen*. Yogyakarta: CV Andi Offset

E. Strategi Pembelajaran

Experience learning, Tanya jawab, Diskusi, *Game* Semut Vs Gajah

F. Perlengkapan

Susunan Acara, Laptop dan LCD proyektor, *Nametag* peserta, Slide rangkaian acara, *curriculum vitae* fasilitator dan trainer

G. Prosedur

No	Uraian Prosedur	Waktu	Perlengkapan	Pelaksana
1.	Para peserta memasuki ruang pelatihan pukul 08.00 WIB dengan sebelumnya telah melakukan absensi dan menerima modul pelatihan terlebih dahulu di meja presensi depan pintu masuk. Kemudian peserta duduk ditempat masing-masing mengelilingi meja di dalam ruang pelatihan yang telah dipersiapkan. Pembawa acara membuka acara pelatihan dengan mengucapkan salam “Assalamualaikum Wr Wb”. Pembawa acara	4 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Susunan acara • Lembar presensi 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembawa acara • Peserta • Petugas presensi



	kemudian mengajak semua peserta berdoa bersama dengan menundukkan kepala masing-masing untuk kelancaran jalannya acara pelatihan. Kemudian dilanjutkan dengan pembacaan ayat suci alqur'an dan sambutan dari direktur utama perbankan syariah BDS Yogyakarta.			
2.	Setelah itu pembawa acara menjelaskan secara singkat maksud diadakannya pelatihan yakni salah satunya dalam rangka penelitian skripsi. Kemudian pembawa acara menyampaikan secara singkat mengenai tema pelatihan yakni tentang membangun efikasi diri serta menjelaskan rangkaian pelatihan yang akan dilakukan melalui tampilan dalam slide power point meliputi sesi 1 pembukaan, sesi 2 materi tentang penguasaan keberhasilan pengalaman pribadi (<i>enactive mastery experience</i>), sesi 3 <i>coffe break</i> , sesi 4 materi tentang eksplorasi pengalaman keberhasilan dari orang lain (<i>vicarious experience</i>), sesi 5 isihoma, sesi 6 materi tentang persuasi verbal (<i>verbal persuasion</i>) dari lingkungan sekitar, sesi 7 <i>coffe break</i> , sesi 8 materi tentang pembentukan Citra diri (<i>self image</i>) yang positif, dan sesi 9 adalah penutup. Peserta memperhatikan penjelasan rangkaian acara yang diberikan oleh pembawa acara	5 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Laptop • Slide rangkaian acara • LCD Proyektor 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembawa acara • peserta
3.	Pembawa acara meminta kepada para peserta untuk memperkenalkan diri satu persatu dimulai dari peserta yang berada disebelah kanan paling dekat dengan pembawa acara. Perkenalan peserta meliputi nama lengkap, divisi pekerjaan, alamat dan lama bekerja di bagian pemasaran perbankan. Setelah masing-masing peserta memperkenalkan diri	7 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Nametag 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembawa acara • Fasilitator • peserta



	pembawa acara meminta kepada fasilitator untuk membagikan <i>nametag</i> kepada tiap peserta dan peserta diminta menuliskan nama panggilan masing-masing di <i>nametag</i> tersebut. kemudian peserta memasang <i>nametag</i> tersebut didada sebelah kanan masing-masing.			
4.	Setelah selesai perkenalan diri peserta, pembawa acara mencairkan suasana dengan mengajak peserta bermain <i>game</i> semut Vs Gajah. Peserta diminta berdiri dari tempat duduknya. Peserta diminta memperhatikan dengan baik dan seksama aturan main dalam <i>game</i> tersebut, dimana jika pembawa acara menyebutkan kata “semut” maka peserta harus mengatakan “kecil” sambil membuat lingkaran besar dengan kedua tangan peserta. Namun jika pembawa acara mengatakan kata “gajah” maka peserta harus mengatakan “besar” sambil membentuk lingkaran kecil menggunakan kedua telunjuk tangan. Pembawa acara mengacak kedua kata tersebut dan menyebutkannya semakin lama semakin cepat sehingga peserta semakin kebingungan dan suasana agak sedikit ramai. Hal ini menjadikan suasana semakin cair, santai dan tidak tegang. Pembawa acara kemudian meminta beberapa peserta menceritakan perasaan yang dirasakan selama bermain <i>game</i> tadi	8 menit	<ul style="list-style-type: none"> • <i>game</i> semut Vs gajah 	<ul style="list-style-type: none"> • pembawa acara • peserta
4.	Pembawa acara memperkenalkan <i>curriculum vitae</i> trainer yang akan menyampaikan materi pelatihan meliputi nama lengkap, <i>background</i> pendidikan, dan pengalaman trainer. Pembawa acara juga menyampaikan apabila ada yang masih ingin ditanyakan mengenai data diri trainer dapat	6 menit	<ul style="list-style-type: none"> • data diri fasilitator • data diri trainer 	<ul style="list-style-type: none"> • pembawa acara • fasilitator • trainer



	ditanyakan langsung nantinya kepada trainer ketika memasuki sesi 2. Ketika memperkenalkan fasilitator maupun trainer pembawa acara sambil menunjuk fasilitator dan trainer yang sedang duduk di tempat tunggu yang sudah dipersiapkan. Pembawa acara kemudian mempersilahkan trainer mengambil alih forum pelatihan untuk menyampaikan materi di sesi ke 2 sampai dengan sesi ke 5.			
--	---	--	--	--

PEMBUKAAN

1. Pembawa acara membuka acara dengan mengajak seluruh peserta berda dengan membaca surat alfatihah secara bersama agar pelatihan berjalan dengan lancar
2. Pembawa acara menjelaskan gambaran umum rangkaian kegiatan pelatihan yang akan dilakukan
3. Pembawa acara mengajak peserta bermain *game* semut Vs gajah untuk mencairkan suasana
4. Pembawa acara memperkenalkan *curriculum vitae* trainer dan fasilitator
5. Pembawa acara menyerahkan forum pelatihan kepada trainer dan trainer mengambil alih forum

PERKENALAN DIRI

1. Setiap peserta memperkenalkan diri masing-masing meliputi nama lengkap, nama divisi, alamat dan lama bekerja di bagian pemasaran
2. Para peserta diberikan name tag dan diminta menuliskan nama panggilan serta menempelkan di dada masing-masing selama acara berlangsung

ICE BREAKING SEMUT Vs GAJAH

Tujuan dari *ice breaking* Semut Vs Gajah ini adalah untuk pemanasan, mencairkan kebekuan suasana, melatih fokus, *attention* dan *interest* peserta. Adapun prosedurnya sebagai berikut:

1. Semua peserta berdiri dari tempat duduknya



2. Pembawa acara menjelaskan aturan main. Jika ia menyebutkan kata “semut” maka peserta harus mengatakan “kecil” sambil membuat lingkaran besar dengan kedua tangan peserta. Namun jika ia mengatakan kata “gajah” maka peserta harus mengatakan “besar” sambil membentuk lingkaran kecil menggunakan kedua telunjuk tangan.
3. Pembawa acara memilih kata “semut” atau “gajah” secara acak dan peserta melakukan sesuai instruksi di awal.
4. Semakin lama pembawa acara menyebut kedua kata tersebut semakin cepat dan semakin acak hingga peserta semakin heboh dan terlihat semangat.
5. Kondisi tersebut akan membuat suasana terkesan lebih akrab, santai dan cair
6. Setelah selesai pembawa acara meminta beberapa peserta menyampaikan pelajaran apa saja yang bisa diambil dari permainan tersebut.



SESI MATERI I

ENACTIVE MASTERY EXPERIENCE

PETUNJUK UMUM

A. Kompetensi Dasar

1. Peserta memahami definisi konsep efikasi diri
2. Peserta mampu memahami dan menggali potensi prestasi/ keberhasilan kerja/ kelebihan diri yang dimilikinya
3. Peserta mampu menemukan dan memanfaatkan potensi prestasi yang dimilikinya dalam mengatasi masalah dan hambatan aktivitas kerjanya
4. Peserta termotivasi untuk senantiasa berprestasi

B. Alokasi Waktu

90 menit

C. Materi

1. *Ice breaking* gerak tubuh Konsep efikasi diri
2. Mengenal potensi prestasi diri
3. Kebutuhan berprestasi sebagai motivasi

D. Referensi

1. Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: W.H Freeman Company
2. Chen, F. (2009). *Menjadi Pribadi Unggul, Being A High Achiever*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
3. Cremer, H., Siregar, M. F. (2004). *Permainan Dan Latihan Dinamika Kelompok, Proses pengembangan Diri*. Jakarta: PT. Grasindo
4. Liliweri, A. (1997). *Komunikasi Antarpribadi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
5. Risnawita S, Rini., Ghufon. M. N. (2011). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media

E. Strategi Pembelajaran

Experience learning, Pengisian lembar kerja johari window, Diskusi

F. Perlengkapan

Laptop, LCD Proyektor, Materi Sesi 2, Form lembar kerja johari window, kertas kecil sejumlah peserta

G. Prosedur



No	Uraian Prosedur	Waktu	Perlengkapan	Pelaksana
1.	Trainer mengucapkan salam dan mengambil alih forum pelatihan dari pembawa acara. Trainer menyapa peserta dengan menanyakan kabar misalnya “ <i>apa kabar hari ini ?</i> ”. trainer menanggapi pernyataan pembawa acara mengenai data dirinya dengan memberi kesempatan kepada peserta jika ada yang ingin ditanyakan dengan dirinya misalnya dengan mengucapkan “ <i>apakah ada yang belum jelas dan ingin ditanyakan mengenai data diri saya ? karena kalo tidak kenal katanya tidak sayang...</i> ”. peserta yang ingin bertanya bisa langsung bertanya dengan terlebih dahulu mengacungkan jari.	5 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Slide data diri trainer • Laptop • LCD proyektor 	<ul style="list-style-type: none"> • Trainer • Peserta
2.	Trainer mengajak peserta melakukan <i>ice breaking</i> gerak tubuh untuk mengendorkan dan merilekskan syaraf serta merefresh pikiran. Peserta diminta menirukan gerakan apa saja yang dilakukan trainer mulai tepuk tangan di depan dada, diatas kepala, dibelakang, lompat, berputar, dan bergandengan tangan satu sama lain	5 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Musik instrumen 	<ul style="list-style-type: none"> • Trainer • peserta
3.	Trainer mengawali materi konsep efikasi diri dengan terlebih dahulu menekankan bahwa pentingnya karyawan terutama bagian pemasaran memiliki dan mampu mengembangkan efikasi diri yang ada pada dirinya untuk mensukseskan kinerjanya di pemasaran. Trainer kemudian menjelaskan dengan metode <i>experience learning</i> mengenai definisi efikasi diri secara teori. Kemudian trainer mencoba menjelaskan maksud teori tersebut apabila diaplikasikan kedalam praktek kerja karyawan bagian pemasaran. Setelah itu	20 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Slide materi konsep efikasi diri • Laptop • LCD proyektor 	<ul style="list-style-type: none"> • Trainer • peserta



	<p>trainer melanjutkan dengan bahasan 3 dimensi yang ada pada efikasi diri yakni meliputi dimensi <i>level</i>, <i>strength</i>, dan <i>generality</i>. pokok pembahasan dilanjutkan dengan 4 sumber yang bisa dijadikan seseorang dalam rangka meningkatkan efikasi diri yang merujuk pada teori Bandura (1997), meliputi <i>enactive mastery experience</i>, eksplorasi <i>vicarious experience</i>, <i>verbal persuasion</i> dari lingkungan sekitar, dan pembentukan <i>self image</i> yang positif. Lebih lanjut trainer menjelaskan bahwa ke empat sumber tersebut akan dibahas secara mendalam dalam materi berikutnya sampai sesi ke 5. Setelah selesai trainer memberi kesempatan kepada peserta yang ingin bertanya lebih lanjut mengenai materi konsep efikasi diri ini jika merasa kurang paham. Jika sudah tidak ada pertanyaan trainer melanjutkan ke materi berikutnya.</p>			
4.	<p>Pada materi mengenal potensi prestasi diri ini terlebih dahulu trainer mengungkapkan bahwa setiap individu pasti memiliki prestasi dan kelebihan masing-masing. Selanjutnya trainer mengajak peserta merenung mengenai masalah yang pernah dan sedang dihadapinya untuk kemudian dimaafkan. Kemudian dilanjutkan dengan materi mengenai potensi prestasi diri seperti yang tercantum di modul pelatihan. Lebih lanjut trainer menjelaskan bagaimana cara mengenali prestasi dan kelebihan diri menggunakan metode johari window. Trainer menjelaskan masing-masing maksud dari empat kuadran didalam johari window dan bagaimana cara mengisinya. Pengisian difokuskan pada 3 kuadran yakni kuadran terbuka,</p>	20 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Slide mengenal potensi prestasi diri • Laptop • LCD proyektor 	<ul style="list-style-type: none"> • Trainer • peserta



	kuadran buta dan kuadran tersembunyi.			
5.	<p>Setelah dijelaskan bagaimana cara mengisi lembar johari window peserta diminta mempraktekannya. Pertama peserta mengisi kuadran 1 secara mandiri sesuai kondisi diri yang dirasakan. Kemudian dilanjutkan kuadran 2 dan 3 sesuai dengan petunjuk trainer. Pada sesi ini setiap peserta akan diberikan kertas kecil sesuai dengan jumlah peserta dan peserta diminta menuliskan masing-masing nama peserta lain (termasuk nama sendiri) pada salah satu sisi kertas. Dibalikinya dituliskan 2 prestasi atau keberhasilan kerja atau kelebihan yang dimiliki dari nama yang bersangkutan. Semua kertas dikumpulkan, diacak dan ditata kembali secara bertumpuk dengan posisi nama masing-masing peserta menghadap kebawah. Kemudian secara bergiliran masing-masing peserta mengambil satu kertas dan membacanya. kemudian diputuskan siapa yang memiliki kertas tersebut (tanpa melihat nama dibalikinya) kemudian diletakkan kertas kertas tersebut didepan orang yang diputuskan memiliki kertas tersebut. Hal ini dilakukan sampai seluruh kertas habis. Secara bergiliran masing-masing peserta membalikkan kertas yang ada didepan masing-masing dan diminta memberikan reaksi tentang isi kertas tersebut. Jika ada peserta yang menerima bukan atas nama dirinya maka dapat ditukar ke yang bersangkutan. Masing-masing peserta mengklasifikasikan isi kertas tersebut ke bagian kuadran terbuka atau buta atau tersembunyi. Bila ada yang belum tertulis maka bisa ditambahkan sendiri. Setelah selesai trainer akan</p>	20 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Slide lembar kerja johari window • Lembar kerja johari window • Laptop • LCD proyektor • Kertas kecil sejumlah peserta 	<ul style="list-style-type: none"> • Trainer • Peserta • Fasilitator



	menanyakan beberapa poin kepada peserta yakni mengenai pelajaran apa yang bisa diambil dari <i>role play</i> tersebut ?. Setelah selesai trainer menjelaskan materi berikutnya			
6.	Trainer melanjutkan dengan materi tentang kebutuhan berprestasi sebagai sebuah motivasi. Trainer membuka materi ini dengan memberikan penekanan bahwa motivasi adalah modal utama seseorang bisa memperoleh prestasi. Kemudian melalui metode <i>experience learning</i> trainer menjelaskan keterkaitan antara prestasi dan motivasi. Materi kemudian dilanjutkan dengan faktor-faktor yang mendukung pengembangan motivasi berprestasi seseorang. Setelah selesai trainer memberi kesempatan kepada peserta yang ingin bertanya lebih lanjut mengenai materi kebutuhan berprestasi sebagai sebuah motivasi ini jika merasa kurang paham. Jika sudah tidak ada pertanyaan trainer menjelaskan bahwa sesi 2 telah selesai dan bisa dilanjutkan ke sesi 3.	20 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Slide kebutuhan berprestasi sebagai motivasi • Laptop • LCD proyektor 	<ul style="list-style-type: none"> • Trainer • peserta

ICE BREAKING GERAK TUBUH

1. trainer menjelaskan aturan main bahwa peserta diminta melakukan gerakan-gerakan seperti yang dilakukan oleh trainer
2. trainer melakukan gerakan tepuk tangan, angkat kaki, berputar, dan bergandengan tangan
3. setiap peserta mengikuti gerakan tersebut
4. selama acara tersebut sambil diputarkan musik instrumen

MATERI KONSEP EFIKASI DIRI

Efikasi diri menurut Bandura (1997) adalah bagaimana seseorang merasa, berfikir, memotivasi diri, dan berperilaku. Seluruh kondisi tersebut terbentuk melalui proses kognitif, proses motivasi, proses afektif, dan proses seleksi. Efikasi diri berkaitan



dengan keyakinan seseorang terkait kompetensi yang dimilikinya dalam hal mengorganisasikan dan menjalankan serangkaian aktivitas kerjanya sehingga mampu meraih harapan-harapan dan hasil yang diinginkannya. Dengan demikian individu akan mampu melakukan analisa sejauh mana target yang ingin ia raih serta bagaimana langkah yang harus ia lakukan guna meraih target tersebut.

Risnawita dan Ghufroon (2011) mengungkapkan bahwa efikasi diri adalah keyakinan seseorang mengenai kemampuan-kemampuannya dalam mengatasi beraneka ragam situasi yang muncul pada dirinya. efikasi diri akan mempengaruhi beberapa aspek kognisi dari perilaku seseorang.

Efikasi diri didasarkan pada faktor motivasi yang mengarahkan kinerja seseorang diatas atau bahkan melebihi kemampuannya, mempengaruhi emosi, pola pikir, dan *skill* yang dimilikinya (Bandura, 1997). Efikasi diri mampu menggerakkan dan meningkatkan kinerja seseorang dengan mendayagunakan aspek kognitif, afeksi, dan psikomotorik dalam bidang pekerjaannya.

Individu yang memiliki efikasi diri tinggi akan menetapkan target yang tinggi pula dan akan mengejar target yang lebih tinggi lagi apabila target sebelumnya sudah tercapai. Selain itu individu akan lebih giat dan lebih tekun dalam berusaha untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Bandura (1997) menjelaskan tiga dimensi efikasi diri sebagai berikut :

1. Dimensi Tingkat (*level*)

Dimensi ini berkaitan dengan derajat kesulitan tugas ketika individu merasa mampu untuk melakukannya. Dimensi ini memiliki implikasi terhadap pemilihan tingkah laku yang akan dicoba atau dihindari oleh individu dalam mengatasi sebuah permasalahan yang dihadapinya.

2. Dimensi Kekuatan (*Strength*)

Dimensi ini berkaitan dengan tingkat kekuatan dari keyakinan atau pengharapan individu terkait kemampuannya. Biasanya dimensi ini berkaitan langsung dengan dimensi level, yakni makin tinggi taraf kesulitan tugas, maka makin lemah atau makin kuat keyakinan yang dirasakan individu untuk menyelesaikannya.

3. Dimensi Generalisasi (*Generality*)

Dimensi ini berkaitan dengan luas bidang tingkah laku dimana individu merasa yakin terhadap kemampuannya. Individu dapat merasa yakin terhadap



kemampuannya terbatas pada suatu aktivitas tertentu ataukah pada serangkaian aktivitas dan situasi yang bervariasi.

Selain itu Bandura (1997) mengatakan efikasi diri dapat dipelajari melalui 4 sumber yakni:

1. Penguasaan keberhasilan pengalaman pribadi (*enactive mastery experience*)

Hal ini berkaitan dengan pengalaman-pengalaman kesuksesan yang pernah diraih oleh seseorang. Pengalaman kesuksesan tersebut dapat menjadi bahan penilaian seseorang terkait sejauh mana kemampuan efikasi diri yang dimilikinya. Selain itu kondisi tersebut dapat juga menjadi acuan individu dalam menjalankan aktivitas kerja untuk meraih keberhasilan kerja. Pengalaman keberhasilan juga dapat menjadikan individu senantiasa termotivasi dan mampu mengatasi setiap kegagalan yang menimpa dirinya.

2. Pengalaman keberhasilan dari orang lain (*vicarious experience*)

Pengalaman keberhasilan dari orang lain dapat meningkatkan efikasi diri seseorang melalui proses pengamatan dan *modelling* terhadap sosok figur tertentu yang dianggap mampu mendapatkan kesuksesannya. Proses mengamati keberhasilan orang lain akan memberikan sebuah informasi terkait langkah-langkah dan bagaimana cara yang dilakukan seseorang dalam mendapatkan kesuksesan, sehingga individu akan memproyeksikan dirinya seperti sosok figur tersebut dalam meraih kesuksesannya.

3. Persuasi verbal (*verbal persuasion*)

Adanya dukungan dari orang lain yang berbentuk saran, nasihat atau bimbingan positif mampu meningkatkan efikasi diri seseorang. Persuasi verbal bertujuan memberikan dorongan positif supaya individu lebih giat dan bekerja keras demi meraih sebuah keberhasilan melalui optimalisasi kompetensi yang dimilikinya. Dalam hal ini peran orang lain yang berada disekitar individu mampu berkontribusi meningkatkan efikasi diri individu melalui persuasi positif dalam bentuk verbal yang diberikan.

4. Keterkaitan fisik dan afeksi individu (*physiological and affective states*)

Kondisi fisik dan gejala emosi yang muncul dalam diri seseorang seringkali memberikan isyarat tertentu terkait respon individu terhadap kejadian yang terjadi disekitarnya. Kondisi tersebut mengakibatkan munculnya persepsi seseorang terhadap kemampuan dan kekuatan yang dimilikinya dalam rangka



menyelesaikan sebuah tugas. Dengan mengubah setiap persepsi dan cara pandang menjadi senantiasa positif akan membuat individu merasa telah memiliki efikasi diri yang positif.

MATERI MENGALI POTENSI PRESTASI DIRI

Setiap manusia diciptakan dengan kelebihan dan kekurangan masing-masing. Sehingga seorang individu harus mampu mengenali dirinya dengan mengetahui apa saja kelebihan dan kelemahan yang ada pada dirinya. Hal ini merupakan salah satu cara untuk membantu individu memperoleh *self knowledge* dan *self insight* yang sangat berguna bagi proses penyesuaian diri yang baik serta merupakan salah satu kriteria dari *mental health* (mental yang sehat). Dengan mengenali diri, individu dapat mengetahui dengan jelas apa saja yang dibutuhkan oleh dirinya, cita-citanya, kelebihan dan kekurangan yang dimiliki.

Dengan mengenali dirinya diharapkan individu dapat memanfaatkan kelebihan yang dimilikinya dengan semaksimal mungkin. Melalui kelebihan yang dimiliki individu mampu meraih berbagai macam prestasi atau keberhasilan-keberhasilan yang pernah dicapainya. Sekecil dan sesedikit apapun prestasi yang pernah dicapai dimasa lalu dapat dijadikan bahan evaluasi diri dalam meraih kesuksesan kerja dimasa mendatang.

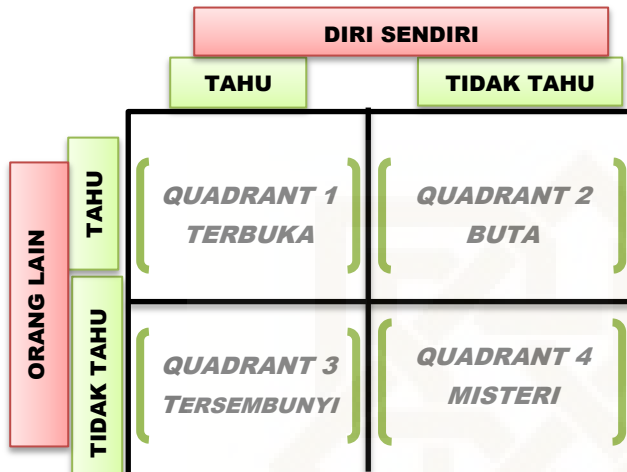
Melalui kegiatan evaluasi prestasi yang pernah dicapai dimasa lalu seseorang bisa mengukur tingkat kesulitan dan kemudahan yang dihadapi dalam rangka mendapatkan keberhasilan tersebut. Sehingga individu mampu bertindak melalui sikap positif untuk meneruskan serta melakukan inovasi saat akan meraih prestasi sejenis dikemudian hari bahkan mampu menjadikannya sebagai batu loncatan dalam meraih kesuksesan di bidang yang lain. Tidak ada efek buruk dari sebuah kegiatan evaluasi prestasi yang pernah diraih. Justru kita akan mampu mengetahui sejauh mana kita telah bekerja keras, berjuang, dan berkorban untuk mewujudkan semua impian yang sebelumnya hanya ada didalam rencana pemikiran kita.

Dengan melakukan evaluasi prestasi secara rutin kita akan lebih mudah mengenali karakter pribadi kita sehingga kita lebih mudah menemukan potensi, bakat, minat serta kekuatan dan kelemahan pribadi dalam rangka meraih kesuksesan kerja. kelebihan yang kita miliki harus kita manfaatkan semaksimal mungkin, sedangkan



kelemahan yang ada pada diri kita harus diterima dan disiasati supaya tidak membuat diri kita semakin jatuh dan gagal.

Teknik mengenali potensi prestasi diri dapat dilakukan dengan konsep *Joe Harry Window* (jendela johari). Jendela johari digambarkan sebagai sebuah bujur sangkar yang dibagi menjadi empat kuadran meliputi kuadran terbuka, kuadran buta, kuadran tersembunyi, dan kuadran misteri. Berikut ini gambar jendela johari:



Penjelasan:

- **Quadran 1:** merupakan prestasi atau keberhasilan kerja yang diketahui oleh umum, sama-sama diketahui oleh diri sendiri dan juga oleh orang lain dengan siapa ia berinteraksi. Misalnya saya mengetahui dan sadar bahwa saya paling jago dalam mendapatkan nasabah baru, dan orang lain pun mengetahui serta menyadari hal tersebut.
- **Quadran 2:** merupakan prestasi atau keberhasilan kerja individu yang hanya diketahui oleh orang lain tetapi individu tersebut tidak mengetahui dan tidak menyadarinya. Misalnya: saya tidak tahu dan tidak menyadari bahwa penilaian kerja atasan terhadap saya selalu positif, tetapi orang lain justru menyadari dan mengetahui hal tersebut.
- **Quadran 3:** merupakan prestasi atau keberhasilan kerja yang hanya diketahui dan disadari oleh individu sendiri, sedangkan orang lain tidak mengetahuinya. Misalnya saya pernah lulus kuliah dengan predikat lulusan tercepat dan terbaik. Tetapi orang lain tidak mengetahui hal tersebut.
- **Quadran 4:** merupakan prestasi atau keberhasilan kerja yang sama-sama tidak disadari baik oleh diri sendiri maupun orang lain. Quadran ini diduga adalah daerah yang paling besar dan tidak terukur.



Penjelasan prinsip jendela johari bertujuan untuk memperluas kuadran 1 dengan cara memperkecil kuadran 2 dan kuadran 3. Sehingga melalui pelatihan ini dengan menggunakan evaluasi, komunikasi, dan hubungan interpersonal individu diharapkan terjadi perubahan seperti yang tergambar dalam tabel dibawah ini:

1	2
3	4

Untuk memperluas kuadran 1 diperlukan kesediaan dan kesadaran untuk membuka diri memberikan masukan, tanggapan dan umpan balik kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa individu selaku pribadi perlu meningkatkan kesediaan, kesadaran dan keberanian untuk mengungkapkan secara sukarela dan sadar segala sesuatu mengenai prestasi dan keberhasilan kerja dirinya yang orang lain tidak mengetahui. Hal ini akan mampu memperkecil kuadran 2. Selain itu individu juga harus bersedia dan menerima segala tanggapan, kesan, pendapat saran dan umpan balik yang bermanfaat dari orang lain. Sehingga kuadran 3 akan memperkecil. Secara tidak langsung dengan meluasnya kuadran 1 maka kuadran 4 juga akan turut menyempit.

LEMBAR KERJA JOHARI WINDOW

Tujuan : agar individu mampu mengenali 3 sumber potensi prestasi diri / keberhasilan kerja yang pernah diraih / kelebihan yang dimiliki yang dilukiskan melalui johari window, yakni bagian terbuka, buta dan tersembunyi.

Prosedur:

1. Peserta menuliskan beberapa prestasi atau keberhasilan kerja yang pernah diraihnya atau kelebihan yang dimilikinya di bagian kuadran terbuka, dimana semua kondisi/ hal tersebut diketahui dan disadari oleh diri sendiri maupun peserta lain
2. Masing-masing peserta diberi beberapa kertas kecil (sesuai jumlah peserta). Peserta menuliskan masing-masing nama-nama peserta lain (termasuk nama sendiri) pada salah satu sisi kertas. Dibalikinya tuliskan dua prestasi atau keberhasilan kerja atau kelebihan yang dimiliki dari orang yang bersangkutan.
3. Pada kertas milik sendiri tuliskanlah dua prestasi atau keberhasilan kerja atau kelebihan yang dimiliki dimana menurut diri sendiri orang lain tidak



mengetahuinya (daerah tersembunyi anda) dan yang ingin anda buka terhadap orang lain.

4. Kumpulan semua kertas, acak dan tata kembali secara bertumpuk dengan posisi nama masing-masing peserta menghadap kebawah. Kemudian secara bergiliran masing-masing peserta mengambil satu kertas dan membacanya.
5. Melalui musyawarah diputuskan siapa yang memiliki kertas tersebut (tanpa melihat nama dibaliknya) kemudian letakkan kertas tersebut didepan orang yang diputuskan memiliki kertas tersebut. Hal ini dilakukan sampai seluruh kertas habis.
6. Secara bergiliran masing-masing peserta membalikkan kertas yang ada didepan masing-masing dan diminta memberikan reaksi tentang isi kertas tersebut. Jika ada peserta yang menerima bukan atas nama dirinya maka dapat ditukar ke yang bersangkutan.
7. Masing-masing peserta mengklasifikasikan isi kertas tersebut ke bagian kuadran terbuka atau buta atau tersembunyi. Bila ada yang belum tertulis maka bisa ditambahkan sendiri.

Diskusi :

1. mengapa kertas-kertas tersebut dapat diberikan secara tepat atau tidak tepat kepada yang bersangkutan namanya?
2. Apakah deskripsi prestasi atau keberhasilan kerja atau kelebihan yang dimiliki cocok dengan orang yang bersangkutan?
3. Pelajaran apa yang dapat diambil dari kegiatan ini?



Form lembar kerja johari window

NAMA :	
TANGGAL :	
BAGIAN TERBUKA	BAGIAN BUTA
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
6.	6.
7.	7.
8.	8.
BAGIAN TERSEMBUNYI	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	

MATERI KEBUTUHAN BERPRESTASI SEBAGAI MOTIVASI

Motivasi adalah modal dasar dan utama seseorang dalam meraih prestasi yang diinginkan. Seorang yang tergolong *high achiever* akan senantiasa mengerjakan setiap pekerjaannya sebaik mungkin dimanapun dan dalam kondisi apapun. Motivasi atau dorongan berprestasi (*need for achievement*) bisa berasal dari luar maupun dari dalam. Motivasi yang berasal dari luar seperti adanya dukungan dan penghargaan orang lain, hubungan interpersonal, atasan, gaji, intensif yang diterima serta lingkungan kerja.

Sedangkan motivasi berprestasi yang berasal dari dalam diri sendiri muncul sebagai sebuah kebutuhan dalam dirinya untuk melakukan pekerjaannya secara totalitas tanpa dipengaruhi oleh faktor eksternal. Nilai yang dipegang dalam prinsip kerjanya sangat kuat, ia tahu tujuan alasan atas apa yang dilakukannya. Sehingga setiap hambatan



apapun yang datang ia tetap mampu untuk terus memperjuangkan apa yang menjadi tujuan dan impiannya.

Seseorang yang memiliki motivasi berprestasi dalam bekerja cenderung didorong oleh kehendak dalam diri tanpa mengharapkan penghargaan atau dorongan dari orang lain. Mereka melakukan setiap aktivitas kerjanya hanya berdasarkan pada minat dan kesenangan dalam bekerja.

Adapun faktor-faktor yang mendukung pengembangan motivasi berprestasi dari dalam diri individu menurut Chen (2009) meliputi:

1. Tantangan; seseorang mendapatkan dorongan motivasi terbesar ketika mereka bekerja untuk mengejar suatu tujuan. Sehingga proses pencapaiannya akan memerlukan kerja keras dan aktivitas secara terus menerus.
2. Rasa keingintahuan; faktor ini muncul pada diri seseorang ketika muncul sesuatu yang dapat ditangkap oleh panca indranya dan menarik perhatiannya. Selain itu karena adanya tingkat pengetahuan yang dimiliki seseorang ketika melakukan aktivitas tertentu, dimana kapasitasnya akan semakin bertambah jika ia melakukan sikap rasa ingin tahu tersebut secara terus menerus.
3. Kontrol; setiap orang memiliki kecenderungan dasar untuk mengontrol apa yang akan dan seharusnya terjadi pada diri mereka
4. Visualisasi; menggunakan imajinasi untuk menggambarkan sesuatu dan situasi yang pada saat ini belum terjadi, sehingga membangkitkan dorongan untuk bertindak.
5. Kompetisi; individu akan cenderung memiliki perasaan puas ketika ia menyadari bahwa keadaan mereka lebih baik daripada orang lain.
6. Kerjasama; individu akan merasa puas ketika bisa menolong orang lain dalam menggapai tujuan-tujuan mereka secara bersama-sama.
7. Pengakuan; perasaan puas ketika orang lain mengetahui dan memberikan penghargaan atas apa yang telah ia lakukan atau capai.



SESI MATERI II

EKSPLORASI *VICARIOUS EXPERIENCE*

PETUNJUK UMUM

A. Kompetensi Dasar

1. Peserta mendapatkan informasi bagaimana cara orang lain mendapatkan kesuksesannya
2. Peserta dapat belajar dari kesuksesan orang lain
3. Peserta melakukan *modelling* dalam meraih kesuksesan

B. Alokasi Waktu

90 menit

C. Materi

1. *Modelling* terhadap kesuksesan orang lain
2. *Game* tebak tokoh

D. Referensi

Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: W.H Freeman Company

E. Strategi Pembelajaran

Experience learning, permainan tebak tokoh, diskusi

F. Perlengkapan

Laptop, LCD Proyektor, 20 Kertas tokoh

G. Prosedur

No	Uraian Prosedur	Waktu	Perlengkapan	Pelaksana
1.	Trainer menjelaskan tema dari materi di sesi 3 yakni Eksplorasi pengalaman keberhasilan orang lain (<i>vicarious experience</i>) dimana peserta diarahkan mampu mengeksplorasi pengalaman keberhasilan orang lain untuk dijadikan sebagai contoh dalam mendapatkan kesuksesan dalam bekerja. Melalui metode <i>experience learning</i> trainer menjelaskan mengenai konsep <i>modelling</i> secara teoritis dengan merujuk pada konsep	30 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Slide materi <i>Modelling</i> • Laptop • LCD proyektor 	<ul style="list-style-type: none"> • Trainer • peserta



	<p><i>modelling</i> dari Albert Bandura. Trainer menjelaskan tentang definisi <i>modelling</i>, kemudian mengenai empat proses yang <i>modeling</i> yaitu <i>attention</i>, <i>retention</i>, <i>reproduction</i>, dan <i>motivasi</i>. Trainer melanjutkan dengan bahasan mengenai ciri-ciri teori pemodelan dari Bandura dan jenis-jenis pemodelan yang meliputi pemodelan langsung, tidak langsung, gabungan, sesaat, dan berkelanjutan. Kemudian trainer mencoba memberikan contoh aplikasi yang bisa dilakukan oleh peserta dalam mempelajari keberhasilan dan kesuksesan orang lain (proses <i>modelling</i>). Peserta yang ingin bertanya bisa langsung bertanya dengan terlebih dahulu mengacungkan jari. Jika sudah tidak ada peserta yang bertanya mengenai materi <i>modelling</i> maka trainer bisa melanjutkan ke bahasan berikutnya yakni permainan tebak tokoh</p>			
2.	<p>Trainer kemudian menceritakan mengenai awal mula menggeluti bidang pemasaran, kemudian apa saja tantangan, hambatan dan kegagalan yang pernah dialaminya serta bagaimana strategi dan langkah yang dilakukannya untuk mengatasi hal tersebut. trainer kemudian menceritakan pula mengenai prestasi-prestasi di bidang pemasaran yang pernah ia raih baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional.</p>	30 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Slide CV Trainer • Laptop • LCD proyektor 	<ul style="list-style-type: none"> • Trainer • peserta
3.	Trainer menjelaskan tujuan dari permainan	30	<ul style="list-style-type: none"> • kertas tokoh 	<ul style="list-style-type: none"> • Trainer



<p>tebak tokoh yakni selain untuk <i>energizer</i> juga sebagai media simulasi bagaimana seseorang melakukan proses mengenal dan identifikasi terhadap seorang tokoh. Terlebih dahulu fasilitator menaruh 20 kertas kecil bertuliskan nama tokoh di tengah meja dengan posisi tulisan menghadap kebawah. Kemudian trainer menunjuk satu peserta untuk mengambil satu kertas tanpa memperlihatkan tulisan kepada peserta lain. Peserta lain berusaha menebak secara bergantian tulisan kertas yang diambil tersebut dengan cara mengajukan pertanyaan satu persatu kepada peserta yang mengambil kertas. Masing-masing peserta hanya boleh mengajukan pertanyaan maksimal 2 pertanyaan. Peserta yang memegang kertas hanya boleh menjawab dengan kata “iya”, “tidak”, dan ‘Bisa jadi’”. Setelah tertebak atau tidak tertebak namun semua peserta sudah bertanya maka pengambilan kartu berikutnya bisa dilakukan oleh peserta selanjutnya. Begitu seterusnya sampai semua peserta sudah pernah mengambil kertas. Diakhir permainan trainer menanyakan kepada peserta mengenai pelajaran apa saja yang bisa diperoleh dari permainan tadi. Setelah selesai trainer mengatakan bahwa sesi 3 telah selesai dan bisa dilanjutkan ke sesi berikutnya. Karena sesi berikutnya adalah istirahat maka trainer menyerahkan forum kembali kepada</p>	<p>menit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Laptop • LCD proyektor 	<ul style="list-style-type: none"> • Peserta • Fasilitator or • Pembawa acara
---	--------------	---	--



	pembawa acara.			
--	----------------	--	--	--

MATERI MODELLING TERHADAP KESUKSESAN ORANG LAIN

Menurut Albert Bandura salah seorang ilmuwan di bidang psikologi sosial mengatakan bahwa *modelling* adalah proses belajar dengan mengamati tingkah laku atau perilaku dari orang lain disekitar kita. *Modeling* artinya meniru, dengan kata lain juga merupakan proses pembelajaran dengan melihat dan memperhatikan perilaku orang lain kemudian mencontohkannya. Hasil dari *modeling* atau peniruan tersebut cenderung menyerupai bahkan sama perilakunya dengan perilaku orang yang ditiru tersebut. *Modeling* ini dapat menjadi bagian yang sangat penting dan powerfull pada proses pembelajaran.

Pada *modeling* ini, kita tidak sepenuhnya meniru dan mencontoh perilaku dari orang – orang tersebut, namun kita juga memperhatikan hal – hal apa saja yang baik semestinya untuk ditiru atau dicontoh dengan cara melihat bagaimana *reinforcement* atau *punishment*nya yang akan ditiru. Dengan kata lain, semua pembelajaran tidak ada yang terjadi secara tiba – tiba atau instan.

Menurut Bandura terdapat empat proses yang terlibat di dalam pembelajaran melalui pendekatan *modeling*, yaitu perhatian (*attention*), pengendapan (*retention*), reproduksi motorik (*reproduction*), dan penguatan (*motivasi*).

1. Perhatian (*attention*), yang artinya kita memperhatikan seperti apa perilaku atau tindakan – tindakan yang dilakukan oleh prang yang akan ditiru.
2. Pengendapan (*retention*), dilakukan setelah mengamati perilaku yang akan ditiru dan menyimpan setiap informasi yang didapat dalam ingatan, kemudian mengeluarkan ingatan tersebut saat diperlukan.
3. Reproduksi motorik (*reproduction*), hal ini dapat menegaskan bahwa kemampuan motorik seseorang juga mempengaruhi untuk dapat memungkinkan seseorang meniru suatu perilaku yang dilihat baik secara keseluruhan atau hanya sebagian.
4. Penguatan (*motivation*), penguatan ini sangat penting. Karena dapat menentukan seberapa mampu kita nantinya melakukan peniruan tersebut, namun penguatannya dari segi motivasi yang dapat memacu keinginan individu tersebut untuk memenuhi tahapan belajarnya.

Faktor lain yang harus diperhatikan adalah faktor biologi. Faktor biologi juga sangat penting dalam penunjang proses pembelajaran modeling secara penuh. Karena



apabila faktor biologi kita tidak mendukung, maka proses pembelajaran yang akan dilakukan juga akan mengalami kendala.

Adapun ciri – ciri teori pemodelan yang diungkapkan oleh Bandura antara lain:

1. Unsur pembelajaran utama ialah pemerhatian dan peniruan,
2. Tingkah laku model boleh dipelajari melalui bahasa, teladan, nilai dan lain-lain,
3. Pelajar meniru suatu kemampuan dari kecakapan yang didemonstrasikan oleh instruktur sebagai model,
4. Peniru memperoleh kemampuan jika memperoleh kepuasan dan penguatan yang positif,
5. Proses pembelajaran meliputi perhatian, mengingat, peniruan, dengan tingkah laku atau timbal balik yang sesuai, diakhiri dengan penguatan yang positif

Selain itu Albert Bandura juga menjelaskan mengenai jenis – jenis Peniruan (*Modeling*) antara lain :

1. Peniruan Langsung

Ciri khas pembelajaran ini adalah adanya *modelling*, yaitu suatu fase dimana seseorang memodelkan atau mencontohkan sesuatu melalui demonstrasi bagaimana suatu ketrampilan itu dilakukan. Meniru tingkah laku yang ditunjukkan oleh model melalui proses perhatian. Contoh: Meniru gaya presentasi orang yang disukai

2. Peniruan Tak Langsung

Peniruan Tak Langsung adalah melalui imajinasi atau perhatian secara tidak langsung. Contoh: Meniru watak seseorang yang dibaca dalam buku.

3. Peniruan Gabungan

Peniruan jenis ini adalah dengan cara menggabungkan tingkah laku yang berlainan yaitu peniruan langsung dan tidak langsung. Contoh: seseorang meniru gaya bicara manajernya dari mengamati langsung dan cerita rekan kerjanya.

4. Peniruan Sesaat / seketika.

Tingkah laku yang ditiru hanya sesuai untuk situasi tertentu saja. Contoh: seorang pelajar meniru gaya berpakaian di TV, tetapi tidak boleh dipakai di sekolah.

5. Peniruan Berkelanjutan

Tingkah laku yang ditiru boleh ditonjolkan dalam situasi apapun. Contoh: seorang pelajar meniru gaya bahasa gurunya.

Konsep *Modelling* dalam pelatihan ini merupakan proses meniru keberhasilan orang lain. Individu akan melihat bagaimana seseorang dapat meraih keberhasilan,



bagaimana Cara yang ditempuhnya, bagaimana melakukannya, dan tips-tips apa saja supaya berhasil meraih sebuah tujuan. Sehingga keberhasilan orang lain tersebut memotivasi individu untuk berhasil juga. Semakin berhasil orang yang ditiru maka efikasi diri seseorang akan semakin mudah untuk meningkat juga.

Dengan cara melihat keberhasilan pengalaman orang lain, maka seseorang akan cenderung merasa mampu melakukan hal yang sama, apalagi ditunjang dengan kepercayaan diri yang tinggi terhadap kemampuan yang dimilikinya. Dengan melihat kesuksesan orang lain yang memiliki kesamaan dengan dirinya akan dapat meningkatkan harapan efikasi diri yang dimilikinya. Ia dapat menilai dirinya memiliki kemampuan seperti yang dimiliki orang yang diamati sehingga ia melakukan usaha-usaha untuk memperoleh atau meningkatkan ketrampilannya. Dengan prinsip yang sederhana, jika orang lain dapat melakukannya begitu pula dengan saya. Individu dapat melihat cara-cara dan ketrampilan orang yang diamatinya. Dengan model yang kompeten individu dapat belajar cara-cara yang efektif untuk menghadapi hambatan maupun keadaan yang kurang menyenangkan dalam menjalankan aktivitas kerja.

Biasanya pengamatan terhadap pengalaman orang lain tergantung pada beberapa hal antara lain karakteristik model, kesamaan antara individu dengan model, tingkat kesulitan tugas, keadaan situasional, dan keaneka ragaman hasil yang mampu dicapai oleh model yang diamati. Semakin banyak kemiripan karakteristik individu dengan model yang diamati maka individu akan semakin cepat dalam meniru model.

CERITA DAN SHARING PENGALAMAN KERJA TRAINER

Selama sesi ini trainer menceritakan mengenai awal mula menggeluti bidang pemasaran, kemudian apa saja tantangan, hambatan dan kegagalan yang pernah dialaminya serta bagaimana strategi dan langkah yang dilakukannya untuk mengatasi hal tersebut. Trainer kemudian menceritakan pula mengenai prestasi-prestasi di bidang pemasaran yang pernah ia raih baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional.



MATERI GAME TEBAK TOKOH

Tujuan : sebagai media simulasi bagaimana seseorang melakukan proses mengenal dan identifikasi terhadap seorang tokoh

Prosedur :

1. Disediakan 20 kertas kecil bertuliskan tokoh-tokoh dari berbagai kalangan. Kertas tersebut ditaruh secara acak di tengah meja dengan posisi tulisan nama tokoh menghadap kebawah.
2. Trainer menunjuk satu peserta untuk mengambil satu kertas tanpa memperlihatkan tulisan kepada peserta lain.
3. Peserta lain berusaha menebak secara bergantian tulisan kertas yang diambil tersebut dengan cara mengajukan pertanyaan satu persatu kepada peserta yang mengambil kertas. Masing-masing peserta hanya boleh mengajukan pertanyaan maksimal 2 pertanyaan.
4. Peserta yang memegang kertas hanya boleh menjawab dengan kata “iya”, “tidak”, dan ‘Bisa jadi”.
5. Setelah tertebak atau tidak tertebak namun semua peserta sudah bertanya maka pengambilan kartu berikutnya bisa dilakukan oleh peserta selanjutnya. Begitu seterusnya sampai semua peserta sudah pernah mengambil kertas.

Poin Diskusi :

1. Bagaimana usaha yang dilakukan untuk mengetahui tokoh yang diambil ?
2. Mengapa terkadang mudah menebak tokoh namun terkadang juga kesulitan ?
3. Pelajaran apa yang dapat diambil dari permainan tersebut dalam aktivitas kerja ?



Kertas Tokoh

SRI SULTAN HAMENGKU BUWONO	SUSILO BAMBANG YUDHOYONO	TUKUL ARWANA	OLGA SYAHPUTRA
SOEKARNO	JOKOWI	EDI SUNARTO	BOB SADINO
MARIO TEGUH	JENDRAL SUDIRMAN	JUSUF KALLA	SULE
NABI MUHAMMAD SAW	UMAR BIN KHATTAB	SOEHARTO	BJ HABIBIE
CRISTIANO RONALDO	R. A. KARTINI	MEGAWATI SOEKARNOPUTRI	M. HATTA



SESI MATERI III

VERBAL PERSUASION

PETUNJUK UMUM

A. Kompetensi Dasar

1. Peserta dapat saling mendukung dan saling empati terhadap permasalahan kerja yang dialami oleh rekannya dalam menjalankan aktivitas kerja
2. Peserta yang memiliki pengetahuan mengenai konsep komunikasi persuasif dalam aktivitas kerja

B. Alokasi Waktu

50 menit

C. Materi

1. Dukungan Sosial
2. Komunikasi Persuasif
3. *Energizer* soal tes tiga menit

D. Referensi

1. Benoit, W., Benoit, P. (2008). *Persuasive messages the processes of influence*. Victoria:blackwell publishing
2. Kim, H. (2008). *A Longitudinal Study Of Job Resources, Bur Out, And Turn Over Among Social Worker* (Disertasi Doktorat). Proquest Dissertation And Theses Database
3. Putri, M. I. (2014). *Pengaruh Pelatihan Komunikasi Persuasif Terhadap Efikasi Diri Untuk Menjual Pada Tenaga Penjual (Sales person)*. Tesis. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia
4. Sarafino, E. P. (2006). *Health Psychology. Biophysichal Interactions. Fifth Edition*. USA: John Wiley & Sons

E. Strategi Pembelajaran

Experience learning, Pengisian lembar kerja dukungan sosial, soal lembar tes tiga menit, diskusi

F. Perlengkapan

Laptop, LCD Proyektor, form lembar kerja dukungan sosial, lembar tes tiga menit

G. Prosedur



No	Uraian Prosedur	Waktu	Perlengkapan	Pelaksana
1.	Trainer memulai pelatihan kembali setelah waktu istirahat habis dan seluruh peserta sudah memasuki ruang pelatihan dan duduk di kursi masing-masing. Trainer menjelaskan kepada peserta bahwa sesi berikutnya adalah mengenai <i>verbal persuasion</i> . Terlebih dahulu melalui metode <i>experience learning</i> trainer menjelaskan mengenai konsep dukungan sosial secara teoritis. Kemudian dilanjutkan penjelasan 4 poin dukungan sosial yang meliputi emosional, instrumental, informasi dan persahabatan. Trainer mencoba memberikan contoh aplikasi teori tersebut dalam konteks aktivitas kerja peserta di bidang pemasaran. Materi dilanjutkan mengenai berbagai sumber dukungan sosial yang dapat diperoleh peserta baik melalui supervisor, rekan kerja, maupun organisasi. kemudian trainer menanyakan kepada peserta apakah dari materi tersebut ada yang kurang paham ? jika sudah aktivitas dilanjutkan dengan sesi lembar dukungan sosial.	25 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Slide materi dukungan sosial • Laptop • LCD proyektor 	<ul style="list-style-type: none"> • Trainer • peserta
2.	Trainer menjelaskan mengenai <i>role play</i> dukungan sosial melalui pengisian lembar dukungan sosial. Trainer juga menjelaskan tujuan dari aktivitas tersebut yakni para peserta dapat saling memberikan dan menemukan dukungan dan bantuan dari orang lain yang mempermudah dirinya dalam menyelesaikan kesulitan yang dihadapi. Fasilitator membagikan lembar kerja dukungan sosial kepada setiap peserta. Trainer menjelaskan instruksi dimulai dengan peserta diminta menuliskan masalah atau kesulitan yang pernah dihadapi dan solusi yang pernah dilakukan serta bentuk dukungan sosial yang turut berkontribusi	25 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Slide materi lembar dukungan sosial • Laptop • LCD proyektor • Lembar dukungan sosial 	<ul style="list-style-type: none"> • Trainer • Peserta • Fasilitator



	<p>menyelesaikan masalah tersebut pada poin no 1. Kemudian setiap peserta diminta menceritakan pengalamannya tersebut. Kemudian pada poin nomor 2 peserta diminta menuliskan masalah atau kesulitan yang dihadapi yang belum ditemukan solusinya. Kemudian peserta menceritakan masalah tersebut sehingga peserta lain dapat memberikan tanggapannya. Peserta lain dapat membantu mengatasi masalah tersebut dengan terlebih dahulu memberikan kalimat dukungan misalnya ”<i>saya yakin anda orang yang kuat dan pasti mampu mengahdapinya, menurut saya</i>”. setelah selesai trainer menanyakan kepada peserta mengenai perasaan yang dirasakan selama menceritakan permasalahannya sampai mendapatkan solusi dari orang lain dan pelajaran yang bisa diambil dari kegiatan <i>role play</i> tersebut. kemudian trainer menanyakan apakah ada pertanyaan mengenai materi dukungan sosial ? jika tidak ada trainer melanjutkan ke materi berikutnya mengenai komunikasi persuasif</p>			
3.	<p>Trainer mengawali materi komunikasi persuasif dengan menekankan bahwa pentingnya proses komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Kemudian trainer menjelaskan tentang definisi komunikasi. Penjelasan dilanjutkan dengan fungsi komunikasi interpersonal yang terdiri dari 5 fungsi yakni fungsi belajar, berhubungan, mempengaruhi, bermain dan menolong. Selain itu trainer melalui metode <i>experience learning</i> juga menjelaskan mengenai seseorang dapat terpersuasikan atau tidak dengan merujuk pada pendapat Benoit dan Benoit (2008). Kemudian trainer menambahkan pada pentingnya kredibilitas dalam berkomunikasi terutama bagi karyawan bagian</p>	25 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Slide materi komunikasi persuasif • Laptop • LCD proyektor 	<ul style="list-style-type: none"> • Trainer • peserta



	pemasaran. Setelah selesai trainer menanyakan apakah ada yang kurang jelas dari materi tersebut ? jika tidak maka akan dilanjutkan ke <i>energizer</i> tes tiga menit			
4.	Trainer menjelaskan maksud <i>energizer</i> tes tiga menit selain untuk selingan juga sebagai bahan simulasi bagaimana sebuah informasi disampaikan dan sejauhmana respon yang diberikan oleh penerima informasi. Fasilitator membagikan lembar soal tes tiga menit dan trainer memberikan instruksi bahwa peserta disuruh membaca dengan seksama dan melakukan perintah dari yang dibaca selama tiga menit. Peserta tercepat itulah pemenangnya. Kemudian trainer menghitung mundur dari 3 ke 1 dan fasilitator memperhatikan waktu. Setelah tiga menit fasilitator mengatakan bahwa waktu habis dan para peserta harus berhenti mengerjakan. Kemudian trainer bertanya apa yang peserta rasakan selama mengerjakan dan apa saja hikmah yang bisa diambil dari kegiatan tersebut.	15 menit	<ul style="list-style-type: none"> • lembar kerja soal tes tiga menit • Laptop • LCD proyektor 	<ul style="list-style-type: none"> • Trainer • Peserta • fasilitator

MATERI DUKUNGAN SOSIAL

Dukungan sosial merupakan faktor dari luar yang mampu membentuk kemampuan efikasi diri seseorang. Sarafino (2006) menjelaskan bahwa dukungan sosial mengacu pada kenyamanan, perhatian, penghargaan, dan bantuan yang diberikan orang lain atau kelompok kepada individu. Dukungan sosial dapat berasal dari berbagai sumber antara lain pasangan hidup, keluarga, pacar, teman, rekan kerja, dan organisasi atau komunitas. Beberapa bentuk dukungan sosial antara lain:

1. Dukungan emosional dan penghargaan

Dukungan emosional dapat berupa ungkapan empati, perhatian, maupun kepedulian terhadap individu yang bersangkutan. Dukungan emosional akan membuat si penerima merasa berharga, nyaman, aman, terjamin, dan disayang

2. Dukungan instrumental



Dukungan ini berbentuk bantuan yang diberikan secara langsung, bersifat fasilitas atau materi. Misalnya menyediakan fasilitas yang diperlukan karyawan sehingga dapat memperlancar aktivitas pekerjaannya.

3. Dukungan informasi

Dukungan jenis ini memberikan penjelasan tentang situasi dan segala sesuatu yang berhubungan dengan masalah yang sedang dihadapi oleh individu. Dukungan ini dapat berupa nasehat, pengarahan, umpan balik atau saran mengenai apa yang harus dilakukan individu bersangkutan dalam menjalankan aktivitas pekerjaannya.

4. Dukungan persahabatan

Dukungan yang berupa adanya kebersamaan, kesediaan, dan aktivitas sosial yang sama. Bentuk dukungan ini akan membuat individu merasa menjadi anggota dari suatu kelompok yang memiliki kesamaan minat dan aktivitas sosial dengan anggota kelompok lain. Dengan begitu individu akan memiliki perasaan senasip.

Adanya dukungan dari luar menyebabkan individu memiliki perasaan yang kuat bahwa individu tersebut dicintai dan dihargai. Perasaan seperti ini akan menyebabkan seseorang merasa bahwa orang lain peduli dan membutuhkan dirinya, sehingga ia akan semakin bersemangat dalam menjalankan aktivitas kerjanya.

Karyawan sebagai individu yang melaksanakan kerja di tempat mereka bekerja biasanya memiliki orang-orang yang bisa menjadi sumber dukungan sebagai penguat bagi dirinya dalam menghadapi masalah dan kesulitan yang ada. Dukungan terbesar bagi individu ketika menghadapi tekanan dan kesulitan dalam bekerja berasal dari orang yang memiliki arti penting bagi individu tersebut dan memiliki kedekatan emosional yang kuat.

Kim (2008) menjelaskan ada beberapa sumber dukungan yang ada di tempat kerja meliputi:

1. Supervisor atau pimpinan

Supervisor atau pimpinan bukan hanya bertindak sebagai instruktur atau manajer saja, tetapi juga harus bisa bertindak sebagai penasihat dan pendukung bagi karyawannya dalam melaksanakan tujuan kerja sehari-hari. Pimpinan dan karyawan sudah seharusnya mampu bertukar pendapat, perasaan dan memberikan masukan dalam pembuatan keputusan dengan prinsip saling menguntungkan, menghormati dan menjaga hubungan baik diantara mereka.

2. Rekan kerja



Hubungan yang saling membantu dengan sesama rekan kerja akan mengurangi perasaan negatif dan perasaan tertekan dalam diri karyawan. Sehingga yang ada hanyalah perasaan positif saja.

3. Dukungan organisasi

Organisasi yang memiliki perhatian terhadap karyawannya akan menciptakan kenyamanan bagi karyawan dalam melaksanakan kerjanya. Hal ini akan mendorong terciptanya kepercayaan bersama, saling menghormati, dan hubungan yang baik antara pekerja dengan organisasi serta meningkatkan sikap positif dalam menjalankan aktivitas kerja karyawan.

LEMBAR DUKUNGAN SOSIAL

Tujuan : para peserta dapat saling memberikan dan menemukan dukungan dan bantuan dari orang lain yang mempermudah dirinya dalam menyelesaikan kesulitan yang dihadapi

Prosedur :

1. Peserta diminta mengisi lembar tugas dukungan sosial secara mandiri mengenai masalah atau kesulitan yang pernah dialami dalam kehidupan sehari-hari di rumah ataupun ditempat kerja. kemudian peserta juga menuliskan bagaimana dirinya mampu menyelesaikan masalah tersebut serta bentuk dukungan apa saja yang diberikan oleh orang-orang disekitarnya dalam menyelesaikan masalah tersebut.
2. Selain itu peserta juga diminta untuk menyiapkan sebuah permasalahan atau kesulitan yang dihadapinya, dimana peserta belum menemukan solusi dan berharap dukungan dari peserta lain untuk membantu menyelesaikan masalah tersebut.
3. Masing-masing peserta diminta untuk menceritakan pengalaman mengenai masalah dan jalan keluar serta dukungan yang didapat dalam menyelesaikan masalah tersebut secara bergantian.
4. Peserta juga diminta menceritakan permasalahannya yang belum bisa diselesaikan atau belum ditemukan solusinya.
5. Trainer mempersilahkan kepada peserta lain untuk menanggapi permasalahan yang belum ditemukan solusinya tersebut dengan **terlebih dahulu memberikan kalimat dukungan**, kemudian baru memberikan masukan. Contoh :*”saya yakin anda orang yang kuat dan pasti mampu menghadapinya, menurut saya”*. Atau



“jangan bersedih, setiap permasalahan pasti ada jalan keluarnya, menurut saya.....”.

6. Secara bergantian peserta menceritakan permasalahannya dan memberikan tanggapan atas permasalahan orang lain. Sehingga setiap peserta memiliki kesempatan untuk menceritakan dan menanggapi sebuah permasalahan.

Poin diskusi :

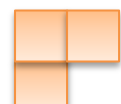
1. Perasaan apa yang dirasakan ketika mampu bercerita dan berbagi mengenai kesulitan yang dialami ?
2. Perasaan apa yang dirasakan saat peserta lain memberikan dukungan dan masukan mengenai permasalahan yang dihadapi ?

Format Lembar Dukungan Sosial

1	<u>Masalah / Kesulitan Yang Pernah Dialami :</u> a. b. c.	<u>Dukungan Dari Lingkungan :</u>
	<u>Solusi :</u> a. b. c.	
2	<u>Masalah / Kesulitan Yang Belum Ditemukan</u> <u>Solusi :</u> a. b. c.	<u>Dukungan Dari Lingkungan Yang Bisa Didapatkan :</u>
	<u>Solusi Dari Peserta Lain :</u> a. b. c.	

MATERI KOMUNIKASI PERSUASIF

Komunikasi berasal dari bahasa latin *communis* yang brarti sama (*common*). Dari kata *communis* berubah menjadi *Kommunicare* yang berarti menyebarkan atau



memberitahukan. Jadi asal katanya komunikasi berarti menyebarkan atau memberitahukan informasi pada pihak lain guna mendapatkan pengertian yang sama.

De vito (1995) mengatakan bahwa komunikasi interpersonal merupakan suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan antara 2 orang atau antara sekelompok kecil orang secara spontan dan informal. Komunikasi interpersonal memiliki 5 fungsi antara lain:

1. Fungsi belajar; setiap orang yang terlibat dalam komunikasi interpersonal maka orang tersebut belajar sedikit lebih banyak tentang dunia sekitar dan tentang dirinya. komunikasi interpersonal memberikan kesempatan kepada seseorang untuk mempelajari kompetensi komunikasi pada dirinya sendiri. Selain itu seseorang memungkinkan akan memperoleh umpan balik yang berharga mengenai perasaan-perasaan dan perilaku-perilakunya.
2. Fungsi berhubungan; salah satu diantara hasrat dan kebutuhan terbesar manusia adalah menciptakan dan memelihara hubungan yang erat dengan orang lain. Komunikasi interpersonal membutuhkan waktu yang cukup untuk menciptakan dan memelihara hubungan sosial.
3. Fungsi mempengaruhi; seseorang sering mencoba dan mempengaruhi sikap-sikap dan perilakunya dari orang lain dalam sebuah hubungan interpersonal. Situasi tersebut banyak dimanfaatkan untuk melakukan bujukan secara interpersonal
4. Fungsi bermain; bermain mencakup semua aktivitas dengan tujuan untuk memperoleh sebuah kesenangan
5. Fungsi menolong; para psikiater dan terapis dari berbagai profesi selain menawarkan bimbingan lewat interaksi interpersonal, juga melaksanakan fungsi tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Untuk memenuhi fungsi ini dibutuhkan keterampilan dan kebutuhan seseorang dalam komunikasi interpersonal.

Salah satu bentuk komunikasi persuasif melalui pendekatan model respon kognitif biasa dikenal dengan istilah ELM (*elaboration likelihood model*). ELM menganggap bahwa pendengar adalah peserta aktif atau setidaknya berpotensi, sehingga dibutuhkan usaha dari penyampai informasi untuk berfikir secara hati-hati tentang pesan dan argumen di dalamnya sehingga tidak harus mengerahkan waktu dan upaya berpikir yang sangat besar mengenai maksud sebuah pesan yang disampaikan.

Benoit dan Benoit (2008) mengatakan ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk dapat terpengaruh atau tidak, antara lain:



1. Motivasi dan keterlibatan pendengar

keterlibatan menyangkut pada pentingnya topik pesan persuasif bagi pendengar. Ketika pendengar peduli dan percaya tentang topik yang disampaikan sangat relevan dan penting, pendengar akan lebih mudah terlibat dan bersedia mengeluarkan upaya kognitif yang diperlukan untuk berfikir tentang pesan tersebut. Jika pesan dianggap penting bagi seseorang maka ia akan memiliki alasan (motivasi) untuk memperhatikan pesan tersebut dan merenungkan ide-idenya, data-data pendukungnya serta argumen yang bermanfaat.

2. Kemampuan pendengar untuk memahami

Apabila pesan yang disampaikan sulit dipahami (membingungkan) maka proses komunikasi persuasif secara mendalam akan sulit terjadi walaupun sebenarnya pesan tersebut sangat penting bagi pendengar.

3. Setuju atau tidak setujunya pendengar pada pesan yang disampaikan

Kemampuan berfikir tidak sepenuhnya menjamin suatu proses persuasi dapat terjadi. Pendengar dapat saja berfikir untuk menyukai atau tidak serta setuju atau tidak pada pesan yang disampaikan. Salah satu yang bisa dilakukan adalah dengan menguatkan argumen si pemberi informasi. Dengan kuatnya argumen-argumen maka akan memperkecil celah si pendengar untuk tidak menyetujui isi dari pesan tersebut.

Selain itu untuk bisa menjaga komunikasi persuasif yang baik seorang penyampai pesan harus bersikap kredibel dan menarik. Kredibilitas penyampai pesan adalah faktor penting dari komunikasi persuasif dan merupakan hal yang sangat mudah untuk diamati. Ketika pendengar mengetahui keadaan/ identitas penyampai pesan, kemudian mempercayainya maka persuasi dapat terjadi.

Dimensi kredibilitas penyampai pesan adalah keahlian yakni seberapa luas pengetahuan penyampai pesan mengenai topik, serta kepercayaan yakni apakah seorang penyampai pesan mengungkapkan hal-hal yang tidak baik dan membingungkan atau justru sebaliknya. Peran kredibilitas dalam proses komunikasi persuasif dapat dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Bersikap dan berperilaku yang membuat pendengar yakin bahwa seseorang tersebut ahli dan menguasai materi atau topik yang disampaikan. Hal ini salah satunya dapat dilakukan dengan memperkenalkan diri terlebih dahulu.



2. Menjaga kepercayaan pendengar dengan penguasaan materi yang dimilikinya. Penjelasan yang diberikan tidak boleh meninggalkan tema inti dari pesan yang disampaikan, tidak boleh pula terlalu fokus pada persepsi diri sendiri.

LEMBAR SOAL TES TIGA MENIT

Tujuan : peserta memahami bagaimana sebuah informasi disampaikan dan sejauhmana respon yang diberikan oleh penerima informasi

Format Lembar Soal Tes Tiga Menit

1. Baca semua sebelum melakukan apapun
2. Tuliskan nama anda dipojok kanan atas kertas ini
3. Lingkari kata “nama” pada kalimat nomor 2
4. Gambarlah lima persegi kecil dipojok kiri atas kertas ini
5. Teriakkan nama anda keras-keras
6. Tulis nama anda lagi dibawah judul kertas ini
7. Disamping judul tuliskan “ya”, “ya”, “ya”.
8. Gambarlah sebuah lingkaran mengelilingi kalimat nomor 5
9. Tuliskan “X” dipojok kiri bawah kertas ini
10. Jika anda menyukai tes ini katakan “ya”, jika tidak katakan “tidak”
11. Teriakkan nama belakang anda keras-keras ketika anda sampai pada poin ini
12. Disisi kanan kertas ini tuliskan perkalian 66 dengan 7
13. Gambarlah sebuah segi empat di sekeliling kata “kertas” pada kalimat nomor 4
14. Jika anda pikir anda telah mengikuti instruksi dengan cermat sampai poin ini teriakkan “saya sudah”
15. Pada sisi kiri kertas ini jumlahkan angka 69 dan 98
16. Hitung mundur angka 10-1
17. Berdiri, berputar sekali dan duduk
18. Katakan keras-keras “saya hampir selesai, saya telah mengikuti petunjuk”
19. Jika anda telah selesai sampai poin ini katakan “ saya pemimpin petunjuk selanjutnya”
20. Sekarang setelah anda selesai membaca dengan cermat, sebagaimana diinstruksikan pada kalimat nomor 1, kerjakan kalimat nomor 2 saja



SESI MATERI IV

PEMBENTUKAN CITRA DIRI (*SELF IMAGE*) YANG POSITIF

PETUNJUK UMUM

A. Kompetensi Dasar

1. Peserta mengetahui citra diri apa saja yang perlu dimiliki oleh seorang karyawan bagian pemasaran dan bagaimana mendapatkannya
2. Peserta mampu terbiasa mengeluarkan persepsi positif dalam menjalankan aktivitas kerjanya

B. Alokasi Waktu

90 menit

C. Materi

1. Pembentukan *self image* (citra diri)
2. Pembentukan persepsi positif
3. Game *give happiness*

D. Referensi

1. Goodhart, D. E. (1985). *Some Psychological Effect Positive And Negative Thinking About Stressful Event Overcomes. Journal Of Personality Social Psychology Vol 48 Hal 216-232*
2. Peale, N. V. (1996). *Berfikir Positif*. Jakarta: Binarupa Aksara
3. Rakhmat, J. (2004) *Psikologi Komunikasi*. Jakarta: Remaja Rosdya Karya
4. Tejakusuma, A. (2010). *Mega Super Salesman, Jurus Jitu Untuk Mengeruk Uang Berlimpah*. Jakarta: PT Buku Kita
5. Tim Dafa Publishing. (2010). *Kata-Kata Ajaib Seorang Sales*. Yogyakarta: Dafa Publishing
6. Yunita, Y. (2013). *Pengaruh Pelatihan Berfikir Positif Terhadap Kepercayaan Diri Tenaga Penjual*. Tesis, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia

E. Strategi Pembelajaran

Experience learning, game give happiness.

F. Perlengkapan

Laptop, LCD Proyektor, kertas kecil 20 buah

G. Prosedur

No	Uraian Prosedur	Waktu	Perlengkapan	Pelaksana
1.	Trainer membuka sesi ke 5 dengan menjelaskan	30	• Slide materi	• Trainer



	<p>terlebih dahulu bahwa kita telah memasuki sesi pembentukan <i>self image</i> yang positif. Trainer kemudian menjelaskan definisi citra diri dengan metode <i>experience learning</i>. Kemudian trainer menjelaskan beberapa aplikasi teori citra diri pada praktek kerja karyawan bagian pemasaran. Selain itu dijelaskan pula pengaruh citra diri terhadap keberhasilan karyawan bagian pemasaran dalam menjalankan aktivitas kerja. Trainer memaparkan beberapa elemen utama yang mempengaruhi komunikasi karyawan bagian pemasaran yang menunjang citra diri positifnya diantaranya kontak mata, ekspresi wajah, gerakan tangan dan kaki, sambutan, postur tubuh, jabat tangan dan sinyal lainnya. Trainer menambahkan poin penting yang harus diperhatikan peserta adalah terkait penampilan saat melakukan aktivitas pemasaran karena langsung berinteraksi dengan pelanggan. Selain penampilan trainer juga memaparkan masalah sikap yang juga harus diperhatikan. Selama memberikan materi tentang citra diri ini trainer sambil memberikan contoh mengenai bahasa tubuh yang baik dan penampilan yang baik. Contoh diambil dari diri trainer sendiri maupun para peserta. Misalnya cara berpakaian, raut muka, dan sebagainya. Setelah selesai trainer menanyakan kepada para peserta apakah ada yang kurang paham, jika ada bisa ditanyakan. Setelah selesai materi dilanjutkan ke pembahasan berikutnya mengenai sikap positif.</p>	menit	<p>membentuk citra diri</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laptop • LCD proyektor 	<ul style="list-style-type: none"> • peserta
2.	<p><i>Experience learning</i> materi sikap positif yang diberikan trainer diawali dengan penekanan bahwa</p>	30 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Slide materi sikap positif 	<ul style="list-style-type: none"> • Trainer • Peserta



	<p>pentingnya seorang karyawan bagian pemasaran memiliki sikap positif dalam bekerja. Kemudian pembahasan dilanjutkan dengan aspek-aspek yang terkandung dalam sikap positif meliputi harapan positif, afirmasi diri, pernyataan tidak menilai, dan penyesuaian diri realistis. Trainer mendorong peserta untuk senantiasa menampilkan sikap positif melalui berbagai contoh aplikasi dilapangan. Peserta yang ingin bertanya langsung dipersilahkan mengacungkan jari. Jika sudah tidak ada pertanyaan dilanjutkan ke acara selanjutnya yakni <i>game give me happiness</i>.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Laptop • LCD proyektor 	
3.	<p>Sebelum memulai <i>game give me happiness</i> peserta diminta berdiri secara berpasangan. Kemudian trainer menjelaskan aturan main. Fasilitator membagikan 1 kertas kecil ke masing-masing peserta. Tiap peserta diminta menuliskan 1 kata-kata positif dan diberikan kepada masing-masing pasangannya. Trainer meminta beberapa peserta untuk membaca kata-kata positif yang diterimanya. Kemudian trainer meminta beberapa peserta untuk menceritakan perasaan yang dirasakan baik ketika menulis, memberikan dan membaca kata-kata positif yang diterimanya. Trainer menjelaskan pesan yang terkandung dalam permainan tersebut.</p>	30 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Kertas kecil • Laptop • LCD proyektor 	<ul style="list-style-type: none"> • Trainer • Peserta • Fasilitator

MATERI CITRA DIRI (*SELF IMAGE*)

Keberhasilan seorang karyawan bagian pemasaran juga ditentukan oleh citra diri yang ditampilkan saat menjalankan aktivitas pemasaran. Hal ini dikarenakan sebagian besar kinerja karyawan bagian pemasaran langsung berinteraksi dengan para pelanggan. Tanpa disadari bahasa tubuh dan ekspresi wajah menyampaikan banyak pesan kepada orang lain. Bahkan keduanya seringkali lebih dapat menyampaikan pesan yang sesungguhnya dalam berkomunikasi daripada sekedar kata-kata.



Tim Dafa Publishing (2010) memaparka beberapa elemen utama dalam berkomunikasi yang dapat mempengaruhi keberhasilan aktivitas pemasaran antara lain:

1. Kontak mata

Pepatah mengatakan mata adalah jendela hati. Hal ini karena melalui mata kita dapat memperoleh petunjuk mengenai isi hati dan pikiran seseorang. Ketika yang terjadi adalah kontak mata dan pupil membesar mengisyaratkan mata tersenyum (*smiling eyes*) yang bertanda positif. Namun sebaliknya jika kontak mata sedikit bahkan tidak ada maka berarti tidak menarik, menyembunyikan sesuatu, merasa tidak nyaman atau mengalami gangguan di sekitarnya. Saat berjabat tangan dengan pelanggan karyawan harus menatap mata mereka dan tersenyum tulus. Sebuah senyuman yang hangat akan mampu mencairkan suasana. Ketika berbicara, jagalah kontak mata dengan pelanggan secara konsisten, tidak perlu terus menerus setiap saat, namun jagalah supaya dapat tetap terhubung dan pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik.

2. Ekspresi wajah

Salah satu ekspresi wajah yang terpenting adalah mulut dan bibir. Jika bibir mengarah keatas (membentuk senyum) maka akan memberi sinyal positif. Selain itu gerakan alis juga memegang peranan penting. Aturlah gerakan alis yang menunjang dengan kontak mata serta *genuine smile*.

3. Gerakan tangan dan kaki

Gerakan tangan dan kaki erat kaitannya dengan suatu postur tubuh. Dalam komunikasi, postur tubuh terbuka lebih disukai karena menampilkan kesan bahwa seseorang memiliki sikap terbuka. Postur tubuh yang rileks dan terbuka dengan gerakan tangan sewajarnya maka akan menunjang konsep pembicaraan yang akan dibawakan saat melakukan aktivitas pemasaran.

4. Sambutan

Sebuah jabatan tangan yang baik seharusnya disertai dengan sambutan (*greeting*) seperti “*senang bertemu dengan anda*”. Ketika memulai percakapan dan posisi masih berjabat tangan jangan langsung lepaskan secara spontan, melainkan seiring dengan pembicaraan lepaskan tangan secara perlahan untuk menunjukkan bahwa anda memperhatikan apa yang diucapkannya. Kemudian saat bertukar kartu nama, ambil kartu nama dia dengan dua tangan karena hal ini menunjukkan kesopanan. Setelah menerima jangan langsung dimasukkan tas atau dompet melainkan dilihat



dan dibaca sejenak kemudian konfirmasi kepadanya. Hal ini untuk mengawali jalinan interaksi dengannya.

5. Postur tubuh

Postur tubuh sangat penting. Berdirilah dengan tegap dan tidak membungkuk, tidak menaruh tangan didalam saku. Kemudian berdirilah jangan terlalu jauh dan jangan terlalu dekat dengan lawan bicara. Posisikan tubuh kita berhadapan dengannya. Jika subjek sedang berada di tengah percakapan maka sabarlah supaya ia tidak terganggu. Sebelum menjabat tangannya, fokuskan perhatian dengan sepenuhnya.

6. Jabat tangan

Jabat tangan seringkali digunakan untuk menilai kesan pertama dari seseorang. Hindari jabat tangan *dreaded dead fish* yakni jabat tangan yang lemah, tidak berenergi dan tidak menggenggam tangan pihak lawan dengan sepenuh hati. Jabat tangan seperti ini mengindikasikan orang tersebut lemah dan bukan tipe pengambil keputusan. Ketika berjabat tangan saat pertemuan berakhir, gunakan juga tangan kiri untuk menjabat guna memberikan kesan yang kuat.

7. Sinyal lainnya

Beberapa bahasa tubuh lain yang harus dihindari antara lain nafas tidak beraturan, keringat berlebihan, sering menelan ludah, gesture gugup dan sebagainya.

Selain beberapa poin bahasa tubuh diatas, faktor yang juga sangat penting adalah berkaitan dengan penampilan. Penampilan yang rapi dan bersih dapat memberikan efek positif saat seseorang melakukan kegiatan pemasaran, karena ia dapat menghidupkan situasi dan menarik perhatian orang menjadi positif terhadap produk atau jasa yang akan dipasarkan. Beberapa bagian penampilan yang harus diperhatikan antara lain rias wajah, tatanan rambut, pakaian, bau badan, dan sebagainya.

Penampilan harus selaras dengan profesi yang sedang dijalani. Penampilan juga mempengaruhi tersampainya pesan yang ingin disampaikan melalui pesan non verbal. Rakhmat (2004) menjelaskan ada beberapa jenis pesan non verbal meliputi pesan kinestetik (pesan fasial, gesture dan postural), pesan proksemik (pengaturan jarak dan ruang), pesan artifaktual (penampilan tubuh, pakaian dan kosmetik), pesan paralinguistik (cara pengucapan pesan verbal), pesan sentuhan dan bau-bauan.

Selain penampilan keberhasilan seorang karyawan bagian pemasaran juga ditentukan oleh sikapnya. Tanpa sikap yang baik maka pekerjaannya tidak akan berjalan lancar dan sulit meraih kepercayaan dari pelanggan. Sikap tidak terbatas pada gaya



bicara, cara berjalan, pembawaan, bahasa tubuh, tetapi juga dari apapun yang melekat pada diri seorang karyawan bagian pemasaran. Bagaimana aksesoris yang ia kenakan, apakah antara jam tangan, pakaian, sepatu, gaya bersisir sudah selaras dengan perilaku yang ditampilkan.

MATERI SIKAP POSITIF

Membentuk sikap dan persepsi positif terhadap suatu keadaan yang tidak menyenangkan akan membuat individu melihat keadaan tersebut secara rasional, tidak mudah putus asa ataupun menghindari dari keadaan tersebut, tetapi justru berusaha mencari jalan keluar dari permasalahan yang muncul. Sikap positif adalah sikap yang menekankan pada sudut pandang positif baik terhadap diri sendiri, orang lain, maupun situasi yang sedang dihadapi.

Sikap positif dapat menjadi dasar yang mendorong seseorang untuk berbuat dan bekerja dengan mengembangkan akal, perasaan dan perilakunya menjadi lebih baik sehingga dapat mengubah kualitas hidupnya menjadi lebih baik. Beberapa aspek yang terkandung dalam sikap dan pikiran positif antara lain:

1. Harapan yang positif (*positive expectation*)

Yakni melakukan sesuatu dengan lebih memusatkan perhatian pada kesuksesan, optimisme, pemecahan masalah, dan menjauhkan diri dari perasaan takut akan kegagalan

2. Affirmasi diri (*self affirmative*)

Yakni memusatkan perhatian pada kekuatan diri dan melihat diri secara positif. Dalam hal ini individu menggantikan kritik pada diri sendiri dengan memfokuskan pada kekuatan diri yang dimiliki

3. Pernyataan yang tidak menilai (*non judgement talking*)

Yakni suatu pernyataan yang lebih menggambarkan keadaan secara objektif daripada menilai suatu keadaan. Pernyataan atau penilaian ini dimaksudkan sebagai pengganti saat seseorang cenderung memberikan pernyataan atau penilaian negatif.

4. Penyesuaian diri yang realistis (*realistic adaptation*)

Yakni mengakui kenyataan dan segera berusaha menyesuaikan diri dari penyesalan, frustrasi dan menyalahkan diri.



Googhart (1985) menyatakan bahwa individu yang bersikap dan berfikir positif akan cenderung memandang suatu tekanan sebagai sebuah tantangan dan kesempatan untuk mengembangkan diri. Setiap pemikir positif akan melihat suatu kesulitan dengan cara pandang yang gamblang dan polos serta tidak mudah terpengaruh sehingga tidak mudah putus asa oleh berbagai tantangan masalah yang dihadapinya.

Peale(19996) mengatakan dengan membentuk sikap positif terhadap suatu keadaan yang tidak menyenangkan akan membuat individu tidak hanya melihat keadaan tersebut saja, melainkan juga mampu mencari jalan keluar dari setiap persoalan yang muncul.

Aspek positif akan mengantarkan individu pada informasi yang positif sehingga individu tersebut menjadi lebih optimis. Individu yang memiliki sikap positif akan dapat membantu memberikan semangat dan motivasi kepada rekan-rekannya. Sikap positif ini sangat penting untuk interaksi yang efektif. Sikap positif memiliki dorongan untuk lebih menghargai kepentingan dan keberadaan orang lain.

GAME GIVE ME HAPPINESS

Tujuan : peserta memahami bahwa dengan memberikan kata-kata positif bagi orang lain akan dapat membawa pengaruh positif bagi orang lain

Prosedur :

1. Trainer menjelaskan bahwa dengan memberikan kata-kata positif kepada orang lain maka kita dapat memberi dan menularkan pengaruh positif bagi orang lain
2. Peserta membentuk kelompok berpasangan
3. Trainer memberikan dua kertas kecil kepada masing-masing peserta. Peserta diminta untuk menuliskan kata-kata positif dan mengirimkannya kepada peserta lain sesuai pasangannya.
4. Trainer meminta beberapa peserta untuk membacakan isi kalimat positif yang didupatkannya.

Diskusi :

1. Apa yang peserta rasakan saat harus menuliskan kertas bertuliskan kata-kata positif untuk rekannya ?
2. Apa kesulitan yang peserta hadapi saat bermain tadi?
3. Apa yang peserta rasakan saat membaca kalimat positif yang didapat dari temannya?



4. Apa yang peserta lihat dan rasakan saat peserta lain membaca kalimat positif yang anda berikan ?
5. Apa pelajaran yang dapat diambil dari permainan tadi ?



SESI PENUTUP

PETUNJUK UMUM

A. Kompetensi Dasar

1. Peserta mampu mengungkapkan hal-hal positif yang diperolehnya dari acara pelatihan efikasi diri ini
2. Peserta semakin yakin mengenai kompetensi dirinya dan mampu mengaplikasikan dalam aktivitas kerja
3. Peserta memberikan *feedback* mengenai jalannya pelatihan dari awal hingga akhir

B. Alokasi Waktu

30 menit

C. Materi

1. Penguatan materi pelatihan
2. Evaluasi
3. *posttest*

D. Strategi Pembelajaran

Experience learning, diskusi, pengisian skala *posttest*

E. Perlengkapan

Lembar evaluasi, skala *posttest*

F. Prosedur

No	Uraian Prosedur	Waktu	Perlengkapan	Pelaksana
1.	Trainer mengatakan bahwa seluruh materi pelatihan telah selesai diberikan dan saatnya memasuki sesi terakhir yakni penutup. Kemudian trainer mencoba menyimpulkan secara umum materi yang sudah ia berikan dari awal hingga akhir. Setelah itu trainer mohon maaf apabila ada kekurangan selama menyampaikan materi pelatihan. Trainer mengucapkan salam penutup “ <i>wassalamu’alaikum wr wb</i> ” dan menyerahkan kembali waktu sepenuhnya kepada pembawa	10 menit		<ul style="list-style-type: none"> • Trainer • Peserta



	acara.			
2.	Pembawa acara kembali mengambil alih forum pelatihan. Kemudian menanyakan kembali kabar peserta misalnya “ <i>bagaimana kabarnya hari ini setelah mengikuti pelatihan efikasi diri...?</i> ”. Pembawa acara selanjutnya memberi kesempatan kepada beberapa peserta untuk menyampaikan secara lisan mengenai kesan dan pesan selama acara berlangsung. Setelah selesai dilanjutkan acara <i>posttest</i> .	5 menit		<ul style="list-style-type: none"> • Pembawa acara • Peserta
3.	Pembawa acara memberitahukan bahwa acara berikutnya adalah pengisian lembar <i>posttest</i> skala optimisme pencapaian target. Fasilitator membagikan skala <i>posttest</i> optimisme pencapaian target kepada masing-masing peserta. Peserta diminta mengisi skala tersebut. setelah selesai fasilitator kembali mengumpulkan skala <i>posttest</i> dan dilanjutkan sesi pengisian lembar evaluasi pelaksanaan pelatihan.	5 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Lembar <i>posttest</i> skala optimisme pencapaian target 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembawa acara • Fasilitator • Peserta
4.	Fasilitator membagikan lembar evaluasi pelaksanaan pelatihan. Pembawa acara meminta peserta mengisi lembar tersebut. setelah diisi fasilitator kembali mengumpulkan lembar evaluasi tersebut.	5 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Lembar evaluasi pelaksanaan pelatihan 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembawa acara • Fasilitator • Peserta
5.	Pembawa acara mengucapkan terimakasih kepada para peserta atas partisipasi dalam pelatihan tersebut. pembawa acara mohon maaf apabila selama acara berlangsung ada tutur kata, perilaku atau fasilitas yang kurang yang diterima oleh para peserta. Pembawa acara menghimbau supaya setelah acara ditutup	5 menit		<ul style="list-style-type: none"> • Pembawa acara • Peserta



	<p>seluruh peserta bersama dengan trainer, fasilitator dan pembawa acara berfoto bersama. Pembawa acara menutup acara dengan mengucapkan salam penutup “<i>wassalamu’alaikum wr wb</i>”.</p>			
--	--	--	--	--



INFORMED CONSENT

PERSETUJUAN PARTISIPASI DALAM PELATIHAN

Kami ingin meminta kesediaan Anda untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Silakan membaca lembar persetujuan ini. Jika ada pertanyaan, tidak perlu merasa sungkan atau ragu untuk menanyakannya.

Selama anda berpartisipasi dalam penelitian ini, kami membutuhkan kesediaan Anda untuk meluangkan waktu dan meminta anda untuk :

1. membaca dan menandatangani surat persetujuan partisipasi dalam penelitian
2. Mengikuti jalannya pelatihan selama 9 jam
3. Mengisi skala yang sudah disediakan
4. Melakukan diskusi atau wawancara lanjutan untuk melengkapi informasi.

Penelitian ini mengharapkan ketulusan Anda untuk berpartisipasi. Jika ada sesuatu yang membuat Anda terganggu selama penelitian ini Anda bisa mengundurkan diri

Penelitian ini tidak memiliki risiko yang akan membahayakan Anda secara fisik. Segala biaya terkait dengan penelitian ini menjadi tanggungjawab peneliti.

Semua informasi yang Anda berikan akan kami jaga kerahasiaannya sehingga identitas Anda tetap terlindungi. Hasil penelitian ini akan dipublikasikan sebagai laporan penelitian.

Saya memahami semua informasi di atas dan dengan ini menyatakan kesediaan untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

Yogyakarta, 06 Juni 2015

Partisipan

Saya telah menjelaskan penelitian ini kepada partisipan/subjek di atas sebelum meminta persetujuannya untuk terlibat dalam penelitian ini.

Yogyakarta, 06 Juni 2015

Peneliti

LEMBAR EVALUASI PELAKSANAAN PELATIHAN

Nama Peserta :

Jabatan :

Berikan penilaian anda mengenai penyelenggaraan pelatihan ini .
Berikan tanda checklist (√) pada kolom dibawah angka sesuai dengan pernyataan disampingnya. Penilaian ini menggunakan angka yang bergerak pada skala 1-5 dengan keterangan 1 = kurang sekali, 2 = kurang, 3 = cukup, 4 = baik, 5 = baik sekali.

KEGIATAN	1	2	3	4	5
MATERI PELATIHAN					
Manfaat materi pelatihan					
Kelengkapan materi pelatihan					
Sistematika materi pelatihan					
Penerapan materi pelatihan dengan pekerjaan sekarang					
TRAINER / PELATIH					
Penyampaian materi					
Penguasaan materi					
Penguasaan forum					
Pengaturan waktu					
Kualitas suara					
SARANA PENDUKUNG PELATIHAN					
Tempat pelatihan					
Peralatan pendukung					
Konsumsi					

Apa saja manfaat yang anda peroleh dari mengikuti pelatihan ini ?

Apa saja rencana gagasan / langkah kedepan yang akan anda lakukan terkait aplikasi hasil dari pelatihan ini ?

Berikan kritik dan saran anda terkait pelaksanaan pelatihan ini !

TERIMA KASIH ATAS PERHATIAN DAN PARTISIPASI ANDA
DALAM PELATIHAN INI...!!!!

CURRICULUM VITAE PENELITI

IDENTITAS DIRI

Nama Lengkap : Sina Mauludi
Tempat Tanggal Lahir : Blora, 23 September 1991
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Golongan Darah : O
Alamat Asal : Ds. Gembol 02/02, Kec. Bogorejo, Kab. Blora - Jateng
Alamat Sekarang : Jl. Kenari 64 Yogyakarta
Nomor Telephone : +6285878140031
E-mail : sina_mauludi23@rocketmail.com
No. KTP : 33.1815.230991.0003

RIWAYAT PENDIDIKAN

Jenjang	Institusi	Bidang Ilmu	Tahun
SD	SD N 1 Gembol		1998-2004
SLTP	MTs. Nurul Huda Bogorejo		2004-2007
SLTA	MAN 1 Blora	IPA	2008-2011
Perguruan Tinggi	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	Psikologi	2011-2015