

**GAMBARAN DAYA JUANG KERJA
PADA KARYAWAN TENAGA PEMASARAN LAKI-LAKI
PERUSAHAAN KEUANGAN DI MAGELANG**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Psikologi**

Disusun oleh:

ULFATUL MALICHAH

NIM: 15710042

Dosen Pembimbing:

Mayreyna Nurwardani, S.Psi., M.Psi.

NIP: 19810505 200901 2 011

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ulfatul Malichah
NIM : 15710042
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Gambaran Daya Juang Kerja Pada Karyawan Tenaga Pemasaran Laki-Laki Perusahaan Keuangan Di Magelang” adalah asli hasil karya atau penelitian penulis sendiri dan bukan plagiasi dari hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari dalam skripsi ini terbukti ditemukan adanya plagiasi maka penulis siap mempertanggung jawabkannya sesuai dengan aturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Demikian Pernyataan ini saya buat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 16 Agustus 2021

Yang Menyatakan,



Ulfatul Malichah

NIM 15710042

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Hal : Persetujuan Skripsi/ Tugas Akhir

Lamp : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing, saya menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Ulfatul Malichah

NIM : 15710042

Prodi : Psikologi

Judul : Gambaran Daya Juang Kerja Pada Karyawan Tenaga Pemasaran Laki-Laki Perusahaan Keuangan Di Magelang

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

Harapan saya semoga saudara tersebut diatas dapat segera dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah. Demikian atas perhatiannya terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 18 Agustus 2021

Pembimbing,

Mayreyna Nurwardani, S.Psi., M.Psi

NIP. 19810505200901201



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-703/Un.02/DSH/PP.00.9/09/2021

Tugas Akhir dengan judul : **GAMBARAN DAYA JUANG KERJA PADA KARYAWAN TENAGA PEMASARAN LAKI-LAKI PERUSAHAAN KEUANGAN DI MAGELANG**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ULFATUL MALICHAH
Nomor Induk Mahasiswa : 15710042
Telah diujikan pada : Senin, 23 Agustus 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Mayreyna Nurwardani, S.Psi., M.Psi
SIGNED

Valid ID: 6138ecc724182



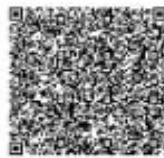
Penguji I
Dr. Erika Setyaniti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 61371c0916081



Penguji II
Candra Indraswari, S.Psi., M.Psi., Psi.
SIGNED

Valid ID: 6137724060495



Yogyakarta, 23 Agustus 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 61397c9680873

HALAMAN MOTTO

“Libatkan Allah dalam setiap hal”

“Setiap perbuatan baik atau buruk yang kita lakukan, akan berdampak pada diri kita sendiri”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim puji syukur pada Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, kelancaran, kemudahan, dan kekuatan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Bapak Bari, Bapakku & Ibu Mawarti, Ibuku

Terima kasih atas cinta, doa, semangatnya secara moral maupun moril atas pendidikan yang saya tempuh selama ini serta kebaikan lainnya yang tidak bisa diungkapkan dengan kata-kata. Terimakasih ya Allah, telah mengirimkan mereka untukku.

Saudaraku

Kakakku mas Alwi dan adikku dik inas yang tersayang, terimakasih atas dukungannya yang selalu ngingetin untuk menyelesaikan tugas skripsi ini.

Almamater tercinta Prodi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Terimakasih atas kesempatannya saya dapat menimba ilmu

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah Rabbi' alamin, puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, yang senantiasa memberikan rahmat serta karunia-Nya. Sholawat serta salam turunkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menyebarkan kebaikan kepada umat manusia. Sehingga peneliti dapat melakukan penelitian dan menyusun skripsi yang berjudul “Gambaran Daya Juang Kerja Pada Karyawan Tenaga Pemasaran Laki-Laki Perusahaan Keuangan Di Magelang” guna memenuhi syarat kelulusan dan memperoleh sarjana strata satu sebagaimana mestinya.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Lisnawati S.Psi, M.Si, Psi., selaku Kepala Prodi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Sabiqotul Husna S.psi., M.Sc. selaku Dosen Penasehat Akademik yang dengan sabar membimbing dan mengarahkan saya terkait bidang akademik.
4. Ibu Mayreyna Nurwardani S.Psi.,M.Psi selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terimakasih atas pengarahan, nasehat dan kesabarannya dalam memberikan bimbingan dan dukungan kepada penulis.
5. Biro skripsi program studi psikologi fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang telah membantu memudahkan mahasiswa dalam memenuhi syarat mulai dalam memperoleh dosen pembimbing skripsi sampai tahap akhir alur skripsi.
6. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri,S.psi., M.Si., selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan masukan dan koreksi atas keterbatasan isi dan hasil tulisan penulis.

7. Ibu Candra Indraswari, S.Psi., M.Psi., Psi selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan masukan dan koreksi atas keterbatasan isi dan hasil tulisan penulis.
8. Seluruh Dosen Program Studi Psikologi yang telah berkenan memberikan banyak ilmu pengetahuan dan pengalaman, serta segenap staf bidang Tata Usaha yang telah banyak membantu dalam proses penelitian ini.
9. Seluruh informan yang telah bersedia menjadi subjek dari penelitian ini
10. Orangtua yang saya hormati, yang tak pernah lelah mendoakan dan selalu memberikan yang terbaik
11. Segenap anggota keluarga, mbah kakung, mbah uti, mas, mbak, adik terimakasih atas Semangatnya
12. Teman-teman calon istri sholehah Popy Puspita Dewi R.S, Kurniya Panca D.M, Ligiea Ryne Nofimbi, Nur Izzatinisa, Nurul Hidayah, Dewi Triana, Gea Riski Permata Batubara, Bunga Aulia, Nadia Chanana yang selalu memberi semangat selama ini. Teman-teman psikologi yang telah membantu dan memberi masukan dalam penyusunan skripsi Najib, Wanda Eko, Emira Salma, Awanda, Yustika, Syafa, Nur Rahmat Laba, mas Roni, Rapik, Ridho
13. Seluruh teman-teman psikologi angkatan 2015 UIN Sunan Kalijaga.

Semoga Allah SWT, senantiasa membalas kebaikan dan jasa-jasa yang telah Anda berikan. Semoga penelitian ini mampu memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu Psikologi.

Yogyakarta, 16 Agustus 2021

Penulis,



Ulfatul Malichah

NIM. 15710042

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
INTISARI	xiv
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Keaslian Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
A. Daya Juang	19
1. Pengertian Daya Juang.....	19
2. Aspek-aspek Daya Juang.....	20
3. Bentuk dan Tipe Daya Juang.....	23
4. Faktor Pembentuk Daya Juang.....	25
B. Pemasaran.....	28
1. Pengertian Pemasaran.....	28
2. Konsep Pemasaran.....	29
3. Pentingnya Pemasaran.....	31
C. Tenaga Pemasaran.....	32
D. Kerangka Berpikir	33

BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Pendekatan Penelitian	39
B. Fokus Penelitian	40
C. Informan Penelitian	40
D. Metode Pengumpulan Data	42
F. Teknik Analisis Data	44
G. Keabsahan Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Orientasi Kancha dan Persiapan	48
1. Orientasi Kancha	48
2. Persiapan Penelitian	49
B. Pelaksanaan Penelitian	51
C. Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Penelitian	54
D. Deskripsi Hasil Penelitian	54
1. Informan 1 (WY)	54
2. Informan 2 (WZ)	89
E. Pembahasan	118
BAB V PENUTUP.....	127
A. Kesimpulan.....	127
B. Saran.....	128
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN.....	134

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Diri Informan.....	48
Tabel 2 Data Diri <i>Significant Others</i>	48
Tabel 3 Rekapitulasi Pelaksanaan Pengambilan Data Informan I (WY).....	53
Tabel 4 Rekapitulasi Pelaksanaan Pengambilan Data Informan II (WZ).....	54



DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Gambaran Daya Juang Kerja Informan WY.....	89
Bagan 2 Gambaran Daya Juang Kerja Informan WZ.....	119
Bagan 3 Gambaran Daya Juang Kerja pada Kedua Informan.....	131



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Pengumpulan Data

Lampiran 2. Wawancara 1 Informan WY

Lampiran 3. Wawancara 2 Informan WY

Lampiran 4. Wawancara Significant other SP

Lampiran 5. Obsevasi Informan WY

Lampiran 6. Kategorisasi Informan WY

Lampiran 7. Wawancara 1 Informan WZ

Lampiran 8. Wawancara 2 Informan WZ

Lampiran 9. Wawancara Significant other SO

Lampiran 10. Obsevasi Informan WZ

Lampiran 11. Kategorisasi Informan WZ

Lampiran 12. *Informed Consent*

GAMBARAN DAYA JUANG KERJA PADA KARYAWAN TENAGA PEMASARAN LAKI-LAKI PERUSAHAAN KEUANGAN DI MAGELANG

Ulfatul Malichah
15710042

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran daya juang kerja pada tenaga pemasaran laki-laki dan faktor apa saja yang mempengaruhi dalam pekerjaannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, melaksanakan wawancara dan observasi dalam mengumpulkan data. Teknik analisis data yang digunakan terdiri dari reduksi data, koding, kategorisasi, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Triangulasi yang digunakan untuk menguji keabsahan data adalah triangulasi sumber. Subjek penelitian adalah dua orang karyawan tenaga pemasaran laki-laki bekerja di perusahaan keuangan yang berada di Magelang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada tahap awal menjadi karyawan tenaga pemasaran mampu mengatasi kesulitan yaitu, kedua informan merasa bingung dan ragu dengan kemampuan yang dimiliki. Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa kedua informan bertanggungjawab, tidak sampai mengundurkan diri ketika terdapat nasabah yang hilang dengan membawa unit perusahaan keuangan. Hal tersebut dikarenakan kedua informan sudah nyaman bekerja sebagai tenaga pemasaran, memiliki rekan kerja yang sudah dianggap seperti keluarga. Meskipun terdapat tuntutan dan masalah yang ada, kedua informan berkomitmen untuk bertahan hingga saat ini dengan adanya beberapa hal yang mendukung daya juang.

Kata kunci : daya juang, kualitatif, tenaga pemasaran

**AN OVERVIEW OF THE ADVERSITY QUOTIENT OF MALE
MARKETING PERSONNEL EMPLOYEES
A FINANCE COMPANY IN MAGELANG**

Ulfatul Malichah
15710042

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the description of the adversity quotient of male marketing personnel and what factors influence their work. This study used a qualitative approach with case study methods, conducting interviews, and observations in collecting data. The data analysis technique was used consisted of data reduction, coding, categorization, data presentation, and drawing conclusions. The triangulation was used to test the validity of the data was source triangulation. The research subjects were two male marketing personnel working in a financial company in Magelang. The results of this study showed that in the early stages of becoming a marketing personnel employee, they were able to overcome difficulties, namely, both informants felt confused and doubted about their abilities. The results of this study also found that the two informants were responsible for not resigning when there was a lost customer with a financial company unit. It happened because the two informants were comfortable working as marketing personnel, have work partners who are considered like family. Although there were demands and problems that exist, both informants were committed to survive until now with several things that support their adversity quotient.

Keywords: *adversity quotient, qualitative, marketing personnel.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bekerja sebagai seorang karyawan tenaga pemasaran memiliki tanggung jawab besar bagi perusahaan. Muharyani, dkk (2015) mengemukakan bahwa bidang pemasaran berperan penting dalam mempromosikan, memperkenalkan dan menawarkan produk bank pada masyarakat yang merupakan pelanggan yang ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Lembaga keuangan ini memiliki tujuan untuk memudahkan perencanaan keuangan masyarakat. Sinungan (1987) menyatakan bahwa perusahaan atau lembaga keuangan yang merupakan lembaga perantara dari pihak yang memiliki kelebihan dana (*surplus of funds*) dengan pihak yang kekurangan dan (*lack of funds*), memiliki fungsi sebagai perantara keuangan masyarakat (*financial intermediary*).

Terdapat beberapa lembaga keuangan yang saat ini tumbuh dan berkembang untuk membantu kegiatan usaha masyarakat. Baik dari lembaga keuangan formal (bank) maupun lembaga keuangan non-bank. Menurut (Sari, 2016), bahwa terkendalanya pendanaan pada lembaga keuangan formal, yang disebabkan karena kurangnya aksesibilitas usaha mikro kepada lembaga keuangan formal, terutama pada informasi dan persyaratan kredit, kurangnya kemampuan manajemen keuangan, rendahnya kualitas sumber daya manusia dan terbatasnya kompetensi kewirausahaan dan permodalan. Oleh sebab itu, telah tumbuh dan berkembang lembaga keuangan non-bank yang memudahkan pembiayaan pada masyarakat.

Dasar hukum pendirian dan usaha lembaga keuangan non-bank terdapat pada UU No.15 Tahun 1952. Selain UU yang mengatur, lembaga keuangan non-bank mendapatkan perhatian dari menteri keuangan. Keputusan menteri keuangan terdapat dalam dasar hukum Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) NO.280/KMK.01/1989 tentang pengawasan dan pembinaan lembaga keuangan bukan bank dan peraturan perundang-undangan yang lain berkaitan dengan usaha yang dijalankan. Terdapat pada Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2019, bahwa lembaga keuangan baik bank maupun non-bank di Indonesia berjumlah 31.127 tersebar di berbagai daerah Indonesia. Jumlah tersebut sudah di kelompokkan, sehingga perusahaan keuangan atau lembaga keuangan non-bank terdapat 17.621 (Badanpusatstatistik, 2019). Lembaga keuangan bukan bank mempunyai peranan penting dalam perekonomian suatu negara termasuk di Indonesia.

Perusahaan keuangan non-bank, merupakan salah satu pelaku utama untuk meningkatkan kontribusinya memberikan pembiayaan industri ekspor, substitusi impor, pariwisata dan perusahaan. Serta, membuka lebih besar akses keuangan untuk masyarakat kelas menengah ke bawah dan UMKM (CNNIndonesia, 2019) Kebanyakan perusahaan berorientasi pada pelayanan dan pencapaian tingkat kepuasan konsumen tertinggi. Apalagi saat ini perusahaan keuangan, salah satunya di Magelang sendiri telah muncul dan berkembang dimana-mana. Sehingga, terdapat persaingan dalam mempromosikan, mencari tahu sasaran pemasaran yaitu apa yang dibutuhkan masyarakat dan apa yang menjadi keuntungan bagi perusahaan. Keterangan di atas sesuai dengan pendapat (Andika,

2012) yang menyatakan bahwa, perusahaan perlu menjalankan fungsi pokoknya yaitu pemasaran sebagai upaya menarik konsumen atau nasabah yang menjadi profit bagi perusahaan. Pemasaran merupakan bagian terpenting karena menjadi roda penggerak bisnis dalam memperoleh keuntungan.

Pengertian dari pemasaran adalah sebuah konsep ilmu dalam strategi bisnis yang bertujuan untuk mencapai kepuasan berkelanjutan bagi *stakeholder* (pelanggan, karyawan, dan pemegang saham). Sebagai ilmu, pemasaran merupakan ilmu pengetahuan yang objektif yang diperoleh dengan penggunaan instrumen-instrumen tertentu untuk mengukur kinerja dari aktivitas bisnis dalam membentuk, mengembangkan, mengarahkan pertukaran yang saling menguntungkan antara produsen dan konsumen atau pemakai (Hasan, 2015). Sehingga dalam strategi pemasaran, untuk mencapai keuntungan antara produsen dan konsumen, seorang tenaga pemasaran mampu mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan nasabah. Pada perusahaan atau lembaga keuangan non-bank, divisi marketing merupakan ujung tombak dari berhasil atau tidaknya suatu kesepakatan antara nasabah dengan lembaga keuangan yang diharapkan memberi keuntungan pada nasabah dan perusahaan.

Berbicara tentang karyawan tenaga pemasaran, berarti juga berbicara keterkaitan seseorang dengan perusahaannya yaitu mengenai target yang harus dicapai. Setiap individu tentunya memiliki sifat, sikap dan kepribadian yang berbeda-beda dalam menyikapi fenomena atau kejadian dalam kehidupan sehari-harinya. Menyikapi tentang target yang akan dicapai dengan tantangan misalnya, tentunya para karyawan tenaga pemasaran memiliki sikap dan tanggapan yang

berbeda pada umumnya. Ada yang memilih untuk menghindari kewajiban dan merasa tidak memiliki kemampuan namun, apabila terdapat orang yang lebih mampu dirinya tidak menyukai. Ada juga yang penting datang bekerja, akan tetapi kurang adanya semangat. Meskipun demikian, terkadang juga ada individu atau karyawan tenaga pemasaran yang memutuskan untuk bekerja dengan siap dan semangat.

Seseorang tenaga pemasaran dituntut memiliki pengetahuan yang luas seperti, kemampuan berkomunikasi, manajemen waktu serta mendengarkan dan mengajukan pertanyaan agar mampu menganalisa dan membuat strategi pemasaran, teliti dan berhati-hati dalam melaksanakan pekerjaan (Islami, 2012). Karena pentingnya fungsi seorang tenaga pemasaran dalam perusahaan. Pengertian dari tenaga pemasaran menurut (Mursid & Suhartono, 2014), adalah bahwa ia memiliki tugas terutama merangsang permintaan akan produk perusahaan. Memiliki peranan penting dalam mempromosikan, memperkenalkan dan menawarkan produk pada masyarakat yang merupakan pelanggan potensial yang ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Tenaga pemasaran dituntut mampu menganalisa dan membuat strategi pemasaran (Islami, 2012). Serta memenuhi target yang telah ditentukan oleh perusahaan (Muharyuni, dkk, 2015).

Kompetisi bisnis yang semakin sengit ini salah satunya dibebankan kepada tenaga pemasaran dalam perusahaan keuangan. Hal tersebut memiliki resiko dan dapat memicu stres, yang dihadapi oleh seorang tenaga pemasaran. Salah satu resikonya yaitu, diharuskan memenuhi target pemasaran yang sudah ditentukan

oleh perusahaan setiap bulannya. Jika tenaga pemasaran tidak memenuhi target dalam tiga bulannya akan menerima sangsi, hingga pada bulan berikutnya tidak juga memenuhi target maka akan diberi surat peringatan sampai akhirnya akan diberhentikan. Kemudian, diharuskan juga untuk teliti karena proses pemilihan itu tidak selalu mudah untuk dilakukan. Terkadang pilihan yang diambil menyebabkan individu mengalami konflik. Meskipun informan mengaku sudah matang dalam menentukan pilihan untuk mendapatkan nasabah. Apabila menemukan seorang nasabah yang tidak dapat melunasi angsuran dengan baik, dapat menyebabkan kerugian bagi karyawan dan perusahaan. Oleh karena itu, tenaga pemasaran sebelum merekomendasikan nasabah sebaiknya melakukan survei terlebih dahulu. Agar seorang tenaga pemasaran tidak melakukan kesalahan.

Kondisi yang menekan karyawan tenaga pemasaran ini dapat menjadikan perbuatan-perbuatan yang bertentangan dengan operasional kerja yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Juga dapat membuat tenaga pemasaran tidak memiliki motivasi, kurangnya percaya diri dalam bekerja dan mudah putus asa. Dalam jurnal penelitian, Putra (2016) menjelaskan bahwa suatu perusahaan menginginkan karyawan dengan kompetensi integritas yang tinggi dan juga memiliki kemampuan adaptasi serta berdaya juang tinggi.

Menjadi karyawan tenaga pemasaran apalagi, seorang tenaga pemasaran yang baru serta belum memiliki pengalaman pada bidang pemasaran, akan memiliki kesulitan. Ditambah dengan latar belakang yang kurang mendukung dengan pengalaman individu sebagai tenaga pemasaran. Sehingga, membuat individu merasa masih ragu dengan kemampuan yang dimiliki. Kesulitan tersebut

dapat diatasi oleh tenaga pemasaran apabila, memiliki cara untuk menyelesaikan masalah. Salah satu contohnya, tenaga pemasaran yang mau bertanya dengan rekan kerja atau pimpinan untuk mendapatkan solusi dari permasalahan. Kemudian, mau belajar untuk merangkul perubahan. Sehingga, karyawan tenaga pemasaran mempersiapkan usaha dan kegigihannya untuk mewujudkan gagasan, ide-ide, cita-cita, dan keinginan apa yang sudah direncanakan sebelumnya dalam bekerja.

Berhasil atau tidaknya target penjualan pada setiap bulannya, dipengaruhi oleh kemampuan karyawan tenaga pemasaran dalam menghadapi kesulitan. Dibutuhkan keyakinan diri akan kemampuan mengatasi rintangan-rintangan dalam menjalankan suatu pekerjaan (Lubis & Wulandari, 2018). Terlihat pada karyawan tenaga pemasaran yang masih kesulitan dalam mencapai targetnya. Salah satu temuan dilapangan, melalui penggalan data *preliminary research* dengan karyawan tenaga pemasaran laki-laki di perusahaan keuangan Magelang menyatakan:

“..Sukanya kalau pas target, dukanya kalau pas enggak target. Kalau kemarin 2018 itu saya targetnya 15 Cuma titik amannya saya di angka 8, kalau disini ada namanya titik aman mbak. Katakanlah targetnya 15 tapi saya kok cuman bisa jualan 8, itu saya sudah aman..”

“Kalau dulukan gini mbak kenapa lebih gede, dulu itukan perusahaan keuangan di Magelang bisa dihitung..”

(preliminary research dengan WL, 9 Agustus 2019)

Sebagai contohnya kasus yang dilansir dari *Ladders*, Kamis (23/5/2019) ditemukan bahwa alasan pegawai resign adalah mereka beralasan ingin melamar pekerjaan yang baru (Setiawan, 2019). Kemudian berita Fin Yourdan, yang

melepas status karyawan marketing menjadi pengusaha kayu. Pria lulusan *University of Aucland, New Zealand* tersebut rela meninggalkan zona nyaman sebagai karyawan *advertising* marketing digital. Sudah bekerja sekitar dua sampai tiga tahun, sampai pada akhirnya merasa dunia pekerjaan mulai tidak sesuai dengan *passionnya*. Sehingga, memutuskan keinginan untuk mengundurkan diri (*resign*) dari pekerjaan tersebut (Juliato, 2018). Pada kasus lain, kabar mengejutkan dari Jonfis Fandy selaku *Director Marketing and After Sales Servicing and IT* di PT otomotif mengundurkan diri dari perusahaan. Tidak dituliskan secara jelas alasan Jonfis Fandy mengundurkan diri, keputusan tersebut berbarengan dengan Rapat Umum Pemegang Saham. PT otomotif dalam keterangan resminya, menuliskan bahwa Jonfis mengajukan permohonan pengunduran diri kepada saham (*shareholders*) perusahaan atas kemauan sendiri (Pamungkas, 2019).

Dapat dilihat dari kasus di atas, rendahnya daya juang yang dimiliki seseorang akan membuatnya kesulitan apabila mendapati tekanan kerja yang berlebih karena kurangnya kemampuan mengontrol diri untuk tidak terfokus pada titik permasalahan serta tidak melakukan penghindaran terhadap permasalahan yang dihadapi (Santoso, 2015). Penelitian yang dilakukan oleh Setyoningtias (2017) bahwa seseorang dengan daya juang yang rendah akan mudah putus asa, tidak ada keinginan untuk bertahan, cenderung untuk menghindari tantangan yang diberikan, merasa kemampuan yang dimiliki sangat terbatas, menjalankan pekerjaan secara tidak maksimal, cenderung apa adanya, tidak adanya motivasi dan menganggap bahwa orang lain tidak dapat mempengaruhinya untuk dapat

bertahan dalam kondisi yang sulit. Berbicara tentang dunia pekerjaan, rendahnya daya juang ini dapat mengakibatkan mundurnya karyawan dari pekerjaannya (Efnita , 2007).

Hasil *preliminary research* yang ditemukan di lapangan dengan karyawan tenaga pemasaran di perusahaan keuangan Magelang menunjukkan alasan bertahan dengan pekerjaan sebagai karyawan tenaga pemasaran, berbeda dengan yang dipaparkan di atas. Bertahan dalam pekerjaan sebagai tenaga pemasaran memiliki beberapa alasan. Misalnya, ada yang untuk memenuhi kebutuhan hidup sendiri atau keluarga, ada yang bertujuan agar mencapai taraf hidup yang lebih baik, ada yang ingin mendapatkan jabatan, bahkan ada yang bertahan karena sudah nyaman dengan pekerjaannya.

“..ibarate kan e... piye ya wis paling nyantai gitu ajalah kalo marketinglah, boleh dibilang paling nyante ning ujung tombaknya suatu perusahaan pasti di marketing. Maksudnya paling nyante, katakanlah nuwun sewu e.. di kampung ada acara lek-lekan sampe malem, katakanlah kalo jadi marketing tu kan ke kantor absen, pulang, tidur bisa yang penting jualannya, targetnya terpenuhi.”

(*preliminary research* dengan WL, 20 Juli 2019)

Suatu perusahaan membutuhkan karyawan untuk tetap memiliki pertahanan diri dalam bekerja yang tinggi ketika perusahaan sedang dalam kondisi yang baik, maupun dalam kondisi yang tidak baik (Putra, 2016). Berakar pada bagaimana sebagai tenaga pemasaran merasakan dan menghubungkan dengan tantangan-tantangan dalam menghadapi kesulitan atau ketahanan seseorang dalam menghadapi situasi yang menekan. Misalnya, pada rekan kerja dimana setiap karyawan tenaga pemasaran memiliki target pencapaian yang berbeda sehingga, memiliki nilai yang berbeda pula. Kemudian, setiap bekerja di perusahaan

keuangan bertemu dengan rekan kerja sehingga, seorang tenaga pemasaran mempunyai rasa kekeluargaan dengan rekan kerja yang lainnya membuat individu merasa nyaman.

Stoltz (2000) mengibaratkan bahwa hidup ini seperti mendaki gunung, kepuasan dicapai melalui usaha yang tidak kenal lelah untuk mendaki, meskipun langkah demi langkah terkadang yang ditapakkan terasa lambat dan menyakitkan. Individu yang secara maksimal mampu mengelola kesulitan menggunakan kecerdasan akan menghasilkan kesuksesan dalam menghadapi tantangan.

Melibatkan karyawan tenaga pemasaran laki-laki, karena sebagai laki-laki memiliki tuntutan untuk memenuhi harapan peran gendernya. Biasanya laki-laki dibebankan pada pekerjaan yang membutuhkan tenaga atau dianggap berbahaya, misalnya laki-laki memilih bidang pekerjaan pada teknik, mesin, pertambangan, atau pekerjaan lapangan lainnya yang dianggap maskulin. Masyarakat pada umumnya memandang bahwa laki-laki harus menjalankan peran sebagai kepala keluarga dan pencari nafkah utama, karena mewakili sifat laki-laki yang maskulin yaitu bertanggung jawab, menjadi tulang punggung, tegas, berwibawa. Apabila laki-laki merasa bahwa pekerjaannya menuntut banyak kemampuan yang dimiliki dan hasil pendidikannya. Laki-laki yang terpaksa melakukan tugas pekerjaan karena kemampuan dan pendidikan yang pernah diterima tidak memadai, akan melaksanakan tugasnya dengan kesiapan dibawah kemampuan yang dimiliki.

Beberapa pemaparan mengenai tugas karyawan tenaga pemasaran yang dimana, apabila seorang tenaga pemasaran tidak memiliki kemampuan dalam mengatasi kesulitan dan cenderung menghindar. Sehingga, seorang individu akan

mundur dari pekerjaannya sebagai karyawan tenaga pemasaran. Namun, realita berdasarkan hasil *pre-eliminatory* bahwa terdapat karyawan tenaga pemasaran yang masih bertahan dengan pekerjaannya.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana gambaran daya juang kerja seorang karyawan tenaga pemasaran laki-laki yang berada perusahaan keuangan di Magelang. Secara spesifik, para tenaga pemasaran yang diteliti adalah mereka yang bekerja di perusahaan keuangan dan berjenis kelamin laki-laki. Selanjutnya peneliti ingin lebih jauh meneliti bagaimana faktor-faktor daya juang yang mendasari dan melatar belakangi ketahanan para tenaga pemasaran dalam menjalankan pekerjaannya. Sehingga mampu menghadapi segala tekanan, rintangan, hambatan dan kesulitan yang dihadapinya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, bagaimana gambaran daya juang kerja pada karyawan tenaga pemasaran laki-laki perusahaan keuangan di Magelang serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana gambaran mengenai daya juang kerja pada karyawan tenaga pemasaran laki-laki perusahaan keuangan di Magelang. Selain gambaran, penelitian ini juga mengungkap faktor-faktor apa saja yang muncul pada daya juang kerja tenaga pemasaran laki-laki.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan literatur dalam dunia psikologi khususnya pada psikologi industri dan organisasi yang membahas tentang daya juang pada karyawan tenaga pemasaran laki-laki. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk perbandingan penelitian selanjutnya bagi peneliti yang tertarik meneliti di bidang yang sama.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan kebijakan pada pemerhati sumber daya manusia dalam organisasi maupun industri. Bagi instansi, hasil penelitian ini mampu menyiapkan karyawan tenaga pemasaran yang mampu bekerja secara tangguh. Bagi kalangan tenaga pemasaran, peneliti berharap penelitian ini dapat membantu karyawan memotivasi diri dalam bekerja.

E. Keaslian Penelitian

Penelitian yang berkaitan dengan tema daya juang pernah dilakukan oleh Santoso (2016). Penelitian yang berjudul “Hubungan *Adversity Quotient* Dengan Produktivitas Kerja Pada Karyawan Marketing Di Kota Samarinda”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara *adversity quotient* dengan produktivitas kerja pada karyawan. Sampel penelitian ini sebanyak 200 orang karyawan maketing. Teknik yang digunakan menggunakan teknik kuota sampling. Menggunakan teori *adversity quotien* dari Stoltz dan teori produktivitas kerja dari

Simamora. Analisis data menggunakan uji korelasi *product moment person*. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa terdapat hubungan yang positif antara *adversity quotient* dengan produktivitas kerja pada karyawan marketing.

Khasdyah Setyoningtias (2017) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Beban Kerja Terhadap *Adversity Quotient* Melalui *Emotional Quotient* Sebagai Variabel Moderator Karyawan Swalayan X Kota Malang”. Metode penelitian yang digunakan merupakan penelitian pendekatan kuantitatif. Sampel yang diambil 108 karyawan dengan teknik *purposive sampling*. Teori beban kerja yang digunakan yaitu teori yang dikembangkan oleh Hart dan Staveland. Kemudian teori *adversity quotient* yang digunakan dalam penelitian ini adalah Stoltz (2000) & Green (2006) dan *emotional quotient* mengacu pada teori Goleman (2005). Adapun hasil dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa *emotional quotient* menjadi moderator yang dapat melemahkan pengaruh beban kerja terhadap *adversity quotient* karyawan swalayan X kota Malang.

Penelitian lain yang juga membahas tema daya juang atau *adversity quotient* dilakukan oleh Ningsih, J, dkk yang berjudul “Hubungan Antara *Adversity Quotient* dengan Kepuasan Kerja Pada Karyawan PT. Bina Insan Sukses Mandiri”. Subjek penelitian ini adalah karyawan yang bekerja di lapangan sebanyak 130 sampel. Data yang dikumpulkan menggunakan skala *adversity quotient* dan kepuasan kerja. Teknik analisis data yaitu *statistic corelation produk moment*. Teori *adversity quotient* yang terdapat dalam penelitian ini menggunakan teori Stoltz (2007) dan kepuasan kerja menggunakan teori Robbins (2002). Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat korelasi yang positif dan sangat signifikan

antara *adversity quotient* dengan kepuasan kerja pada karyawan lapangan PT Bina Sukses Insan Mandiri dengan nilai $R = 0.097$ dan $p = 0.000$.

Terdapat perbedaan metode penelitian pada penelitian Laura dan Sunjoyo (2009). Judul penelitian yaitu, “Pengaruh *Adversity Quotient* Terhadap Kinerja Karyawan: Sebuah Studi Kasus pada Holiday Inn Bandung”. Subjek yang di ambil berjumlah 64 karyawan Holiday Inn Bandung. Menggunakan uji korelasi interkonstruksi dan analisis regresi linier. Tujuan penelitian ini untuk menguji apakah *Adversity quotient* mempengaruhi kinerja karyawan secara positif. Teori *Adversity quotient* yang digunakan menggunakan teori dari Stoltz (2000).

Penelitian dengan judul “Pengaruh *Adversity Quotient* Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengemudi Taksi Konvensional di Kota Medan)”. Dilakukan oleh Lubis dan Wulandari (2018), memiliki tujuan penelitian untuk mengukur seberapa besar pengaruh *adversity quotient* terhadap kinerja karyawan melalui motivasi kerja sebagai variabel intervening studi pada pengemudi taksi konvensional di Kota medan. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. sampel penelitian ini adalah 253 orang. Kemudian menggunakan pendekatan Path analysis. Hasil penelitian ini adalah (1) *adversity quotient* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, (2) *adversity quotient* berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja, (3) motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pengemudi taksi konvensional, (4) motivasi kerja sebagai mediasi yang sempurna antara *adversity quotient* dan kinerja pengemudi taksi konvensional.

Penelitian selanjutnya, dilakukan oleh Khairunisa, dkk (2018). Penelitian ini memiliki judul “Hubungan Budaya organisasi dengan *Adversity Quotient* pada Karyawan Di Apotek Mandiri Group”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan budaya organisasi dengan *adversity quotient* pada karyawan di apotek Mandiri Group. Menggunakan sampel penelitian 78 orang karyawan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *simple random sampling* dan teknik analisis data menggunakan korelasi *product moment*. Teori *adversity quotient* yang digunakan adalah Stoltz (2004). Berdasarkan hasil penelitian terdapat hubungan signifikan dengan arah hubungan positif antara budaya organisasi dengan *adversity quotient* pada karyawan di Apotek Mandiri Group.

Memiliki perbedaan metode penelitian pada penelitian yang berjudul, “Pengaruh *Adversity Quotient* dan Motivasi Berprestasi Terhadap Kinerja Pendidik Paud Ditinjau Dari Kelompok Etnis”. Diteliti oleh Puspita (2009). Bertujuan untuk mengkasji pengaruh AQ dan motivasi berprestasi terhadap kinerja guru pendidik Anak Usia Dini. Mengikutsertakan responden berjumlah 94 orang dengan usia 20-40 tahun, menggunakan tiga instrumen, yaitu *Adversity Response (ARP) Quick Take*, skala *Achievement. Motivation*, dan skala kinerja. Data dianalisis dengan menggunakan anova dua jalur, regresi linier, dan t-test independen. Penelitian ini menyimpulkan bahwa AQ dan motivasi mempengaruhi kinerja, tetapi faktor etnis hanya berperan sebagai variabel moderator. Tidak terlihat perbedaan AQ antara orang Jawa dan Madura, akan tetapi terdapat perbedaan motivasi antara orang Madura dan Jawa.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Utama dan Surya (2019). Penelitiannya berjudul “Pengaruh Religiusitas, *Adversity Quotient* dan Lingkungan Kerja Non Fisik Terhadap Stres Kerja”. Bertujuan untuk mengetahui seberapa besar perubahan pada variabel stres kerja dipengaruhi oleh variabel religiusitas, *adversity quotient* dan lingkungan kerja non fisik. Dilakukan di bank perkreditan rakyat Sri Partha Bali sebanyak 55 responden. Jumlah responden ditentukan menggunakan metode penentuan *probability sampling*. Menggunakan teori *Adversity quotient* oleh Stoltz dan Phoolka dan Kaur Hasil pengujian dalam penelitian ini adalah religiusitas berpengaruh negatif terhadap stres kerja. Lingkungan kerja non fisik berpengaruh negatif terhadap stres kerja.

Utami dan Dewanto, A (2013) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Adversity Quotient* terhadap Kinerja Perawat dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Mediasi (Studi di RSUD Ngudi Waluyo Wlingi)”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Adversity Quotient* terhadap kinerja perawat dengan motivasi kerja di RSUD Ngudi Waluyo Wlingi Kabupaten Blitar. Menggunakan metode *cross seetional study*, pada 76 responden dengan teknik cluster random sampling. Penelitian memiliki hasil bahwa *Adversity Quotient* berpengaruh tidak langsung terhadap kinerja perawat dalam pendokumentasian standar asuhan keperawatan melalui motivasi kerja di RSUD “Ngudi Waluyo” Wlingi.

Berikutnya penelitian dari Octavia, E dan Nugraha, S.P (2013). Judul penelitian ini yaitu, “Hubungan Antara *Adversity Quotient* dan *Work-Study Conflict* Pada Mahasiswa yang Bekerja”. Penelitian ini bertujuan untuk

mengetahui hubungan antara kecerdasan *Adversity quotient* dan konflik belajar-bekerja pada mahasiswa bekerja di Yogyakarta. Pengumpulan data menggunakan skala kecerdasan *adversity* dan konflik belajar-kerja. Analisis data menggunakan *product moment person* telah menunjukkan kecerdasan *adversity* berkorelasi negatif dengan konflik belajar-kerja ($r=0,639$ $p<0.01$). ini berarti bahwa mereka yang memiliki skor tinggi pada kecerdasan *adversity* akan mengalami konflik belajar-bekerja yang rendah.

Penelitian oleh Susila, P (2018). Penelitian ini berjudul, “Hubungan Antara Optimisme Dengan Daya Juang Menghadapi Pertandingan Pada Atlet Sepak Bola”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat optimisme dan daya juang menghadapi pertandingan pada atlet sepak bola di kota Blitar. Jumlah responden sebanyak 38 orang. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif proses analisis data dengan menggunakan korelasi *product moment person*. Menggunakan teori optimisme oleh Seligman (2006) dan teori daya juang oleh Stoltz. Hasil penelitian ini ditemukan tidak terdapat hubungan positif antara optimisme dengan daya juang menghadapi pertandingan pada atlet sepak bola di kota Blitar. Artinya semakin tinggi optimisme maka daya juang menghadapi pertandingan semakin rendah, sebaliknya semakin tinggi daya juang menghadapi pertandingan maka optimisme semakin rendah.

Penelitian dilakukan oleh Suryanti, S (2016). Judul penelitian “Hubungan antara Dimensi *Adversity quotient* dengan Kepuasan Kerja pada Wirausaha wanita (Studi Kasus Pada Wirausaha Fashion dan Kuliner di Kota Samarinda)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dimensi *Adversity*

quotient dengan pengusaha kepuasan kerja. Sampel berjumlah 80 pengusaha yang diambil dengan teknik purposive sampling. Menggunakan analisis korelasi product moment pearson dengan hasil setiap variabel bahwa variabel Control (x_1) diperoleh hasil korelasi 0,608 dengan interpretasi yang kuat dan penentuan nilai 36,9%, untuk variabel Kepemilikan (X_2) hasil korelasi yang diperoleh sebesar 0,573 dengan interpretasi yang cukup kuat dan nilai determinasi 32,9%, mencapai variabel (X_3) diperoleh hasil korelasi 0,621 dengan interpretasi yang kuat dan penentuan nilai 38,5%, dan untuk variabel endurance (X_4) diperoleh hasil korelasi 0,539 dengan interpretasi cukup kuat dan nilai determinasi 29,1% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Hasil yang diperoleh kesimpulan bahwa antara adversity quotient variabel dimensi

Berdasarkan pembahasan dari beberapa penelitian di atas, penelitian ini terdapat perbedaan. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari metode penelitian, teori dan subjek penelitian. Berikut ini dipaparkan secara rinci letak perbedaan penelitian ini dengan beberapa penelitian sebelumnya,

1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2015), menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik kuota sampling. Selain itu penelitian oleh Suryanti (2016), menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Penelitian yang dilakukan Puspita (2009), menggunakan metode Kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Dari beberapa penelitian sebelumnya berbeda dengan metode penelitian yang akan

peneliti lakukan. Penelitian yang akan dilakukan dengan metode kualitatif dengan format deskriptif. Penelitian ini menggunakan pendekatan yang cukup khas yaitu studi kasus.

2. Teori

Teori daya juang yang dilakukan oleh khasdyah Setyoningtias (2017), menggunakan teori dari Green (2006). Penelitian yang dilakukan oleh Utama dan Surya (2019), menggunakan teori daya juang Phoolka dan Kaur (2012) Berbeda dengan teori yang akan peneliti lakukan, *adversity quotient* yang digunakan pada penelitian ini berasal dari Stoltz (2000). Peneliti memilih teori dan aspek-aspek daya juang dari Stoltz (2000), karena aspek-aspek yang dijelaskan oleh Stoltz merupakan sebuah proses berkesinambungan dan saling berkaitan.

3. Subjek Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh Setyoyingtias (2017), menggunakan subjek berjumlah 108 karyawan Swalayan X Kota Malang. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2016) menggunakan subjek berjumlah 200 orang karyawan marketing di Kota Samarinda. Penelitian yang dilakukan oleh Ningtias (2009) dengan subjek penelitian berjumlah 94 responden. Beberapa penelitian yang telah dipaparkan di atas tidak ada yang menggunakan subjek karyawan tenaga pemasaran laki-laki perusahaan keuangan di Magelang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Karyawan tenaga pemasaran merupakan pekerjaan yang terbilang cukup berat dan sulit. Dalam penelitian ini, kedua informan yang bekerja sebagai karyawan tenaga pemasaran beberapa kali menghadapi kesulitan dalam bekerja. Mulai dari, pencapaian target yang ditentukan dari perusahaan, bekerja berusaha memahami karakter orang yang belum pernah dikenal, hingga nasabah yang menghilang dengan membawa unit. Kendati pun demikian, pada kedua informan sebagai karyawan tenaga pemasaran perusahaan keuangan di Magelang memiliki daya juang yang baik, kedua informan menceritakan pengalamannya selama bekerja di perusahaan keuangan Magelang. Bertahan dengan pekerjaan sebagai tenaga pemasaran, yang mampu mengendalikan kesulitan dalam bekerja, tidak menghindari kesulitan, mencari solusi dari permasalahan serta, berpikiran positif.

Selanjutnya, daya juang kedua informan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti, faktor daya saing, faktor produktivitas, faktor kreativitas, faktor motivasi, faktor mengambil resiko, faktor perbaikan. Selanjutnya, faktor ketekunan, faktor belajar. Kemudian, faktor merangkul perubahan, serta faktor keuletan, stres, tertekan dan kemunduran. Tenaga pemasaran memilih untuk bertahan dan berkembang sehingga, mampu mencukupi kebutuhan sendiri dan orangtua.

Adapun temuan lain yang didapat dalam penelitian ini yakni, pekerjaan sebagai tenaga pemasaran bermakna bagi kedua informan. Memiliki perasaan terkait yang bersifat positif ditandai dengan adanya semangat. Kedua informan

juga memiliki strategi dalam menyelesaikan masalah dan menjaga jarak antara diri mereka dengan stres.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mengajukan beberapa saran. Saran yang pertama peneliti tujukan bagi informan, kepada kedua informan, yang hingga saat ini masih bertahan dan terus berusaha dengan pekerjaannya sebagai karyawan tenaga pemasaran. adanya keterbatasan, tantangan dan rintangan yang muncul dalam pekerjaan mereka, namun mereka tetap bertahan. Sehingga, diharapkan mampu menginspirasi orang lain disekitar mereka terutama karyawan tenaga pemasaran dan pekerja di semua kalangan.

Saran yang kedua bagi perusahaan keuangan, kepada perusahaan keuangan, saran bagi perusahaan adalah untuk memperbanyak agenda dan aktivitas. Kegiatan tersebut yang dapat menumbuhkan rasa kesatuan. Seperti mengadakan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan kemampuan karyawan dalam bekerja, *outbound* untuk meningkatkan kerjasama antar karyawan serta, mengadakan *refreshing* agar karyawan tidak jenuh dengan pekerjaannya.

Selanjutnya, yakni saran yang ketiga bagi peneliti selanjutnya, kepada peneliti selanjutnya, yang berminat untuk meneliti dalam konteks dunia tenaga pemasaran, diharapkan dapat mengungkap sisi lain dari dalam perspektif psikologis. Dalam penelitian ini kepada peneliti-peneliti untuk lebih mengeksplorasi sisi religiusitas, mengingat aspek tersebut di luar dimensi yang ada. Kemudian peneliti selanjutnya, diharapkan untuk lebih beragam dalam menetapkan jenis kelamin. Bahwa dalam penelitian ini gender yang diteliti hanya laki-laki.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, Y. N. (2014). *Hubungan Antara Orientasi Masa Depan Dan Daya Juang Terhadap Kesiapan Kerja Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Di Universitas Mulawarman*. *Psikoborneo*, 58(12), 7250–7257.
- Amaliya, N. K. (2018). *Adversity Quotient Dalam Al-Qur'an*. *Al-Adabiya: Jurnal Kebudayaan Dan Keagamaan*, 12(2), 227–254.
<https://doi.org/10.37680/adabiya.v12i2.16>
- Andika, F. (2012). *Analisa Strategi Marketing Gumati Cafe Dalam Meningkatkan Konsumen Menurut Perspektif Islam*. *Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq*, 3(1), 96–149.
- Arimbawa, I. G. (2015). *Analisis Kebutuhan Kompetensi Jabatan dan Hubungan Dengan Penilaian Kinerja Serta Assament Potensi Tenaga Pemasaran*. e-jurnal manajemen Kinerja. E-ISSN: 2407-7305.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Statistik Lembaga Keuangan 2019*. diunduh dari: <https://www.bps.go.id/publication/download.html>
- CNNIndonesia. (2019). *OJK Siapkan 5 Kebijakan Dorong Sektor Keuangan di 2019*. diunduh dari: <https://www.Cnnindonesia.com/ekonomi/2019112052255>
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W. (2012). *Educational Research : Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Univeritas Nebraska-Lincoln
- Efnita, Sisca. (2007). *Adversity Quotient Pada Etnis Cina, Indigionus*. *Jurnal ilmiah psikologi* vol 9 No. 1, pp: 54-68. Surakarta.
- Esterberg, Kristin G. (2002). *Qualitative Methods In Sosial*
- Hasbiansyah, O. (2008). *Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi*. *Jurnal Ekonomi*: 1-18. Diakses pada 1 Mei 2020. <https://ejournal.unisba.ac.id>
- Hidayati, I.A. (2016). *Daya Juang Pelajar Berprestasi Dengan Keterbatasan Kondisi*. Tesis Magister Psikologi Naskah Publikasi. Sekolah Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta

- Islami, F.A. (2012). *Analisis Pengaruh Hard Skill, Soft Skill dan Motivasi Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan (Studi Pada Tenaga Kerja Penjualan PT. Bumi Puter wilayah Semarang)*. Skripsi : Fakultas Ekonomika & Bisnis. Universitas Diponegoro Semarang
- Jarvis, M. (2009). *Teori-teori Psikologi : Pendekatan Modern untuk Memahami Perilaku, Perasaan dan Pikiran Manusia*. Bandung: Nusa Media.
- Julianto, P.A. (2018). *Fin Yourdan, Lepas Status Karyawan Demi Bangun Usaha Per kayuan*. from Kompas.com: <https://ekonomi.kompas.com/finyourdan-lepas-status-karyawan>.
- Juniarta, P.O. & Lentari, F. R. M. (2020). *Gambaran Konsep Diri Suami Yang Tidak Pencari Nafkah Utama*. Fakultas Paikologi: Universitas Katolik Indonesia Atmajaya. Jakarta
- Khairunisa, U, dkk (2018). *Hubungan Budaya Organisasi Dengan Adversity Quotient Pada Karyawan Di Apotek Mandiri Group*. Jurnal Psikologi. ISSN : 2614-5227. Vol. 1. No. 1
- Kolter, P & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*. ISBN : 978-013-210292-6
- Laura & Sunjoyo. (2009). *Pengaruh Adversity Quotient Terhadap Kinerja Karyawan: Sebuah Studi Kasus pada Holiday Inn Bandung*. Fakultas Ekonomi. Universitas Kristen Maranatha.
- Listiawati, N. (2016). *Persepsi Siswa Terhadap Daya Juang Mereka Serta Pola Asuh Orangtua dan Guru Di SD Berakreditasi A dan C Di Kabupaten Bantu dan Bone Bolango*. Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan. Vol. 1 No. 23
- Lubis & Wulandari. (2018). *Pengaruh Adversity Quotient Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengemudi Taksi Konvensional Di Kota Medan)*. Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen. ISSN : 2407-263X. Vo. 4
- Maryama, H. (2016). *Islam dan Adversity Quotient* (Tesis, Magister Sains Psikologi UIN Jakarta)
- Miles, Mathew B. & Huberman ,A. Michael . (2009). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta : UI-Press.
- Moleong, J.L. (2014). *Metodology Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

- Muharyani, Aminuyati dan Genjik. (2015). *Analisis Kinerja Karyawan Pemasaran Dalam Pencapaian Target Kredit Usaha Mikro Bank Mandiri Mtra Usaha*. Jurnal Untan:1-9, diakses pada 1 mei 2020, jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpd/article/viewfile/10771/1024
- Mursid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. PT. Bumi Aksara
- Neuman, W. L. (2006). *Social Research Methods : qualitative and quantitative approaches*. Printed in the united states of America
- Ningsih, J, dkk. *Hubungan Antara Adversity Quotient Dengan Kepuasan Kerja Pada Karyawan PT. Bina Insan Sukses Mandiri*. Fakultas Psikologi. Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda.
- Octavia, Evi dan Sumedi P. Nugraha. (2013). *Hubungan Antara Adversity Quotient Dan Work-Study Conflict Pada Mahasiswa Yang Bekerja*. Jurnal Psikologi Integratif, Vol. 1, No. 1.
- Pamungkas, Septian (2019). *Jonfis Fandy Tinggalkan Honda Prospect Motor*. diunduh dari Liputan6.com: <https://m.liputan6.com/read/jonfis-fandy-tinggalkan-honda-prospect-motor>
- Phoolka, E.R. S., & Navjot K. (2012). *Adversity Quotient : A New Paradigm to Explore*. Internasional journal of Contemporary Business Studies. Vol. 3 No. 4(67-78).
- Puspita, Widya A. (2009). *Pengaruh Adversity Quotient Dan Motivasi Berprestasi Terhadap kinerja Pendidik Paud Ditinjau Dari Kelompok Etnis*. Jurnal : Ilmiah VISI PTK-PNF. Vol. 4. No.2
- Putra, Adhimulya N. (2016). *Hubungan Antara Adversity Quotient dan Employ Ability Pada Mahasiswa Tingkat Akhir*. Skripsi Fakultas Psikologi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Putriyani, Eny. (2011). *Kesetaraan Gender Dalam Pembagian Kerja Pegawai di Taman Kanak-Kanak*. Fakultas Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Rahmawati. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Kalimantan Timur. Mulawarman University Press
- Santoso, Praditri S. A. (2015). *Hubungan Adversity Quotient Dengan Produktivitas Kerja Pada karyawan Marketing Di Kota Samarinda*. Fakultas Psikologi: Universitas Muhammadiyah Malang.

- Saputro, W.E. (2019). *Gambaran Kebermaknaan Kerja (Meaningful Work) Pada Perawat Yang Bekerja Di Rumah Sakit Pemerintah*. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Sari, F. K. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan prosedur Kredit Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit dengan Reference Group Sebagai Variabel Moderating pada Badan Kredit Desa (BKD) Gombang*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Setiawan, S. R.D. (2019). *Riset Ungkap 8 Alasan Pegawai Resign Dari Pekerjaan* diunduh dari: Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2019/05/23/163000326/riset-ungkap-8-alasan-pegawai-resign-dari-pekerjaan>.
- Setyoningtias, Khasdyah D.D. (2017). *Pengaruh Beban Kerja Terhadap Adversity Quotient Melalui Emotional Quotient Sebagai Variabel Moderator Karyawan Swalayan X Kota Malang*. Fakultas Psikologi: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
- Sinungan, Muchdarsyah. (1987). *Uang dan Bank*. Jakarta: Bina aksara
- Siregar, P.A. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Mempengaruhi Profitabilitas Perbankan Syariah Di Indonesia*. Human Falah. Vol.5 No. 2.
- Soetjipto, HM. N. (2016). *Self Efficacy Training dan Peningkatan Adversity Quotient Pada Tenaga Pemasaran*. Yogyakarta. K-media.
- Stoltz, Paul. G. (2000). *Adversity Quotient: Mengubah Hambatan Menjadi Peluang*, Jakarta: PT Gramedia
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanti, S. (2016). *Hubungan Antara Dimensi Adversity Quotient Dengan Kepuasan Kerja Pada Wira Usaha Wanita (Studi Kasus Pada Wirausaha Fashion dan Kuliner di Kota Samarinda)*. Jurnal Manajemen. ISSN : 2085-6911. Vol. 8.
- Susila, Prisma. (2018). *Hubungan Antara Optimisme Dengan Daya Juang Menghadapi Pertandingan Pada Atlet Sepak Bola*. Fakultas Psikologi: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Tigchelaar, L & Khaled E. B. (2015). *The Relationship of Adversity Quotient and Personal Demographic Profile of Private Business Leaders in Egypt*. Journal of Sciences: Basic and Applied Research, 20, 403-421.

- Utama, I Kadek A.B. & Ida Bagus Ketut Surya. (2019). *Pengaruh Religiusitas, Adversity quotient dan Lingkungan Kerja Non Fisik Terhadap Stres Kerja*. DOI: 10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i05.p20.
- Utami, Woro E. & Aryo Dewanto. (2013). *Pengaruh Adversity Quotient terhadap Kinerja Perawat dengan Motivasi Kerja sebagai Variabel Mediasi (Studi di RSUD “Ngudi Waluyo” Wlingi)*. Jurnal : Aplikasi manajemen. Vol. 11, No. 1
- Verma, dkk. (2017). The Relationship between Emotional Intelligence (EQ) Adversity Quotient (AQ). DOI: 10.9790/487X-1901024953.
- Wardani, W.S.K & Saidiyah, S. (2016). *Daya Juang Mahasiswa Asing*. Jurnal Ilmiah Psikologi. Vol. 3. No. 2
- Yin R.K. (2009). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.



CURRICULUM VITAE



A. Biodata Pribadi

Nama Lengkap : Ulfatul Malichah
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Magelang, 5 Januari 1997
Alamat Asal : Magelang
Email : ulfamalichah@gmail.com
No. HP : 085641852664

B. Latar Belakang Pendidikan Formal

Jenjang	Nama Sekolah	Tahun
TK	RA Muslimat NU Trimaja	2002-2003
SD	MI Trimaja	2003-2009
SMP	SMP Negeri 2 Mertoyudan Magelang	2009-2012
SMA	MAN 1 Kab. Magelang	2012-2015
SI	UIN Sunan Kalijaga	2015-2021

C. Pengalaman Pekerjaan

1. Magang di psikologi terapan Metamorfosa Yogyakarta
2. Pendamping belajar anak SD

D. Pengalaman Organisasi

1. Pengurus pramuka SMP Periode 2010-2011
2. Anggota PMII Periode 2015-2016
3. Pengurus ILMPI (Ikatan Lembaga Mahasiswa Psikologi Indonesia) wilayah 4 periode 2015-2016
4. Anggota ALMIZAN Periode 2016-2017
5. Pengurus PMII Periode 2016-2017
6. Anggota DEMA (Dewan Eksekutif Mahasiswa) periode 2017-2018