



UNIVERSITAS INDONESIA

HUBUNGAN ANTARA *PSYCHOLOGICAL CAPITAL* DAN *IN-ROLE PERFORMANCE* PADA *SALES PROMOTION GIRLS*

(The Correlation between Psychological Capital and In-Role Performance among Sales Promotion Girls)

SKRIPSI

MONIKA PARAMITHA

0806345190

FAKULTAS PSIKOLOGI

PROGRAM STUDI SARJANA REGULER

DEPOK

JUNI 2012



UNIVERSITAS INDONESIA

HUBUNGAN ANTARA *PSYCHOLOGICAL CAPITAL* DAN *IN-ROLE PERFORMANCE* PADA *SALES PROMOTION GIRLS*

(The Correlation between Psychological Capital and In-Role Performance among Sales Promotion Girls)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana

MONIKA PARAMITHA

0806345190

FAKULTAS PSIKOLOGI

PROGRAM STUDI SARJANA REGULER

DEPOK

JUNI 2012

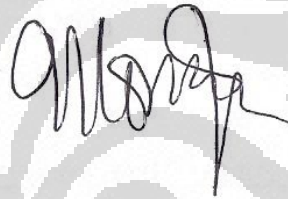
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Monika Paramitha

NPM : 0806345190

Tanda Tangan :



Tanggal : 14 Juni 2012

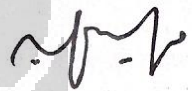
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Monika Paramitha
NPM : 0806345190
Program Studi : Psikologi
Judul Skripsi : Hubungan antara *Psychological Capital* dan *In-Role Performance* pada *Sales Promotion Girls*

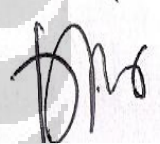
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi pada Program Studi Reguler, Fakultas Psikologi, Universitas Indonesia

DEWAN PENGUJI

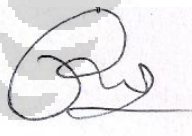
Pembimbing : Dra. Bertina Sjabadhyni, M.Si.
NIP. 196109101987032001

()

Penguji 1 : Dra. Siti Farida Haryoko Boru Tobing, M.PSi.
NIP. 195109301976032002

()


Penguji 2 : Aries Yulianto S.Psi, M.Si.
NIP. 0808050296

()

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 14 Juni 2012

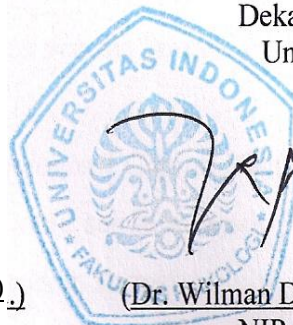
DISAHKAN OLEH

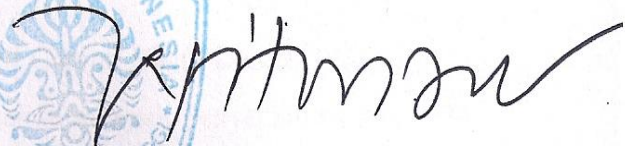
Ketua Program Sarjana Fakultas Psikologi
Universitas Indonesia



(Prof. Dr. Frieda Maryam Mangunsong Siahaan, M.Ed.),
NIP. 195408291980032001

Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Indonesia





(Dr. Wilman Dahlan Mansoer, M.Org.Psy.)
NIP. 194904031976031002

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang Maha Kuasa atas segala karunia dan hidayah yang diberikan sehingga saya diberi kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi, sangat sulit bagi saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dra. Bertina Sjabadhyni, M.Si. sebagai pembimbing skripsi saya yang telah bersedia meluangkan waktu dan daya upaya untuk membimbing saya serta teman-teman di payung penelitian *Psychological Capital* sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
2. Widayatri Sekka Udaranti, M.Si. sebagai pembimbing akademis saya yang memberikan arahan, motivasi, dan dukungan kepada saya selama perkuliahan di Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
3. Dosen penguji, yaitu Dra. Siti Farida Haryoko Boru Tobing, M.Psi. dan Aries Yulianto S.Psi, M.Si. yang telah banyak memberikan arahan dan masukan terhadap skripsi ini sehingga penulis mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai variabel dan fenomena yang diteliti.
4. Keluarga penulis, Bambang Budi Supriyanto dan Elvira Devianti selaku kedua orang tua, serta adik-adik penulis, Astrid Retnaningtyas dan Agung Hidayat, yang selalu mendukung penulis dalam segala hal serta senantiasa memberikan dukungan serta doa kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman payung penelitian *Psychological Capital* (Adit, Daniel, Mikko, Reyna, Riri, Trina, Vira, dan Yudhis) yang selalu menjadi penyemangat dan pembawa tawa bagi saya dalam mengerjakan skripsi.
6. Sahabat-sahabat saya selama di Psikologi UI (Alita, Jehan, Reyna, Astri, Flocha, Mina, Nanad, Pipit, Noe, Jana, Theta, Solita, Anin, Jeko, Ina, Ady,

Sagin, Eda, Dea, Nisa) yang telah mengisi hari-hari perkuliahan saya penuh dengan tawa.

7. Keluarga besar Kencana Pradipa, baik pemusik maupun penari, yang telah menjadikan kehidupan perkuliahan saya menjadi lebih berwarna.
8. Keluarga besar Psikusi. Selalu menyenangkan menghabiskan waktu dengan kalian semua.
9. Manajemen PT X (Maspiyono Handoyo, Ratna Siswati, Devi Rosalina, Nirmala Devi, Sischa Maretha, Intan) yang telah memberikan saya kesempatan untuk melakukan studi pada perusahaan tersebut. Divisi *Human Resources & Corporate Affairs* PT X (Bagus Kuncoro, Setiarsa Heru, Widijatmoko, Elvera N. Makki, Yustianto, Dita Handiani Sugandi, dan Febrianasari Nasution) atas kesempatan untuk belajar serta pengertian dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi.
10. Dra. Ike Anggraika, M.Si dan Indah Fitriani yang atas dukungan, masukan, bantuan, dan motivasi selama saya kuliah di Psikologi UI.
11. Partisipan-partisipan penelitian, yaitu *sales promotion girls* pada PT X.
12. Seluruh sahabat-sahabat dan teman-teman Psikologi UI angkatan 2008 (Psikomplit) yang memberikan suasana kekeluargaan dan pengalaman yang berharga selama perkuliahan.

Selain nama-nama yang telah disebutkan di atas, masih banyak lagi pihak yang telah turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini namun tidak dapat disebutkan satu persatu. Jika ada hal yang ingin ditanyakan lebih lanjut mengenai penelitian ini dapat menghubungi saya melalui monika.paramitha@gmail.com. Akhir kata, saya ucapkan terima kasih semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Depok, 14 Juni 2012

Monika Paramitha

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Monika Paramitha
NPM : 0806345190
Program Studi : Reguler
Fakultas : Psikologi
Jenis Karya : Skripsi

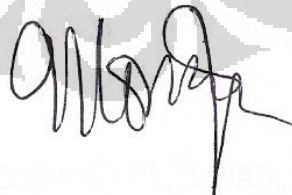
demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Hubungan antara *Psychological Capital* dan *In-Role Performance* pada *Sales Promotion Girls*”

beserta perangkat (jika ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihkan bentuk, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, serta mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan juga sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada tanggal : 14 Juni 2012
Yang menyatakan



(Monika Paramitha)
NPM : 0806345190

ABSTRAK

Nama : Monika Paramitha
Program Studi : Psikologi
Judul : Hubungan antara *Psychological Capital* dan *In-Role Performance* pada *Sales Promotion Girls*

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran mengenai hubungan antara *psychological capital* dan *in-role performance* pada *sales promotion girls*. *Psychological capital* merupakan suatu keadaan perkembangan psikologis yang positif pada individu dengan empat karakteristik, yaitu *self-efficacy*, *hope*, *optimism*, dan *resiliency* (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). *In-role performance* didefinisikan sebagai perilaku yang dituntut atau diharapkan dan merupakan dasar dari *job performance* reguler dan yang sedang berjalan (Katz, 1964 dalam Van Dyne & LePine, 1998). Pengukuran *psychological capital* menggunakan alat ukur *Psychological Capital Questionnaire* (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007) dan pengukuran *in-role performance* menggunakan kategori *in-role performance* pada alat ukur *Job Performance Questionnaire* (Van Dyne & LePine, 1998). Dalam penelitian ini, *in-role performance sales promotion girls* dinilai oleh atasan langsung mereka. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 221 *sales promotion girls* dengan masa kerja minimal 1 bulan. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara *psychological capital* dan *in-role performance* ($r = 0,189$; $p = 0,005$, signifikan pada L.o.S 0.01). Artinya, semakin tinggi *psychological capital* yang dimiliki seseorang, maka semakin tinggi pula *in-role performance* yang ditampilkan. Selain itu, komponen *psychological capital* yang memberikan sumbangan paling besar pada *in-role performance* yaitu *self-efficacy*.

Kata Kunci:
Psychological Capital, In-Role Performance, Performance, Sales promotion girls.

ABSTRACT

Name : Monika Paramitha
Program of Study : Psychology
Title : The Correlation between Psychological Capital and In-Role Performance among Sales Promotion Girls.

This research was conducted to find the correlation between psychological capital and in-role performance among sales promotion girls. Psychological Capital is an individual's positive psychological state of development and is characterized by self-efficacy, hope, optimism, and resiliency (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). In-role performance is defined as the required or expected behavior and is the basis of regular and ongoing job performance (Katz, 1964 in Van Dyne & LePine, 1998). Psychological capital was measured using a modification instrument named Psychological Capital Questionnaire (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007) and in-role performance was measured using the in-role performance category from a modification instrument named Job Performance Scale (Van Dyne & LePine, 1998). Sales promotion girls' in-role performance was rated by their direct supervisor. The participants of this research are 221 *sales promotion girls* who have at least work in a company for a month. The main results of this research show that psychological capital is positively correlated significantly with in-role performance ($r = .189$; $p = .005$, significant at L.o.S 0.01). That is, the higher psychological capital of one's own, the higher in-role performance is showed. Furthermore, self-efficacy is the psychological capital's component that gives the biggest contributions toward in-role performance.

Keyword:

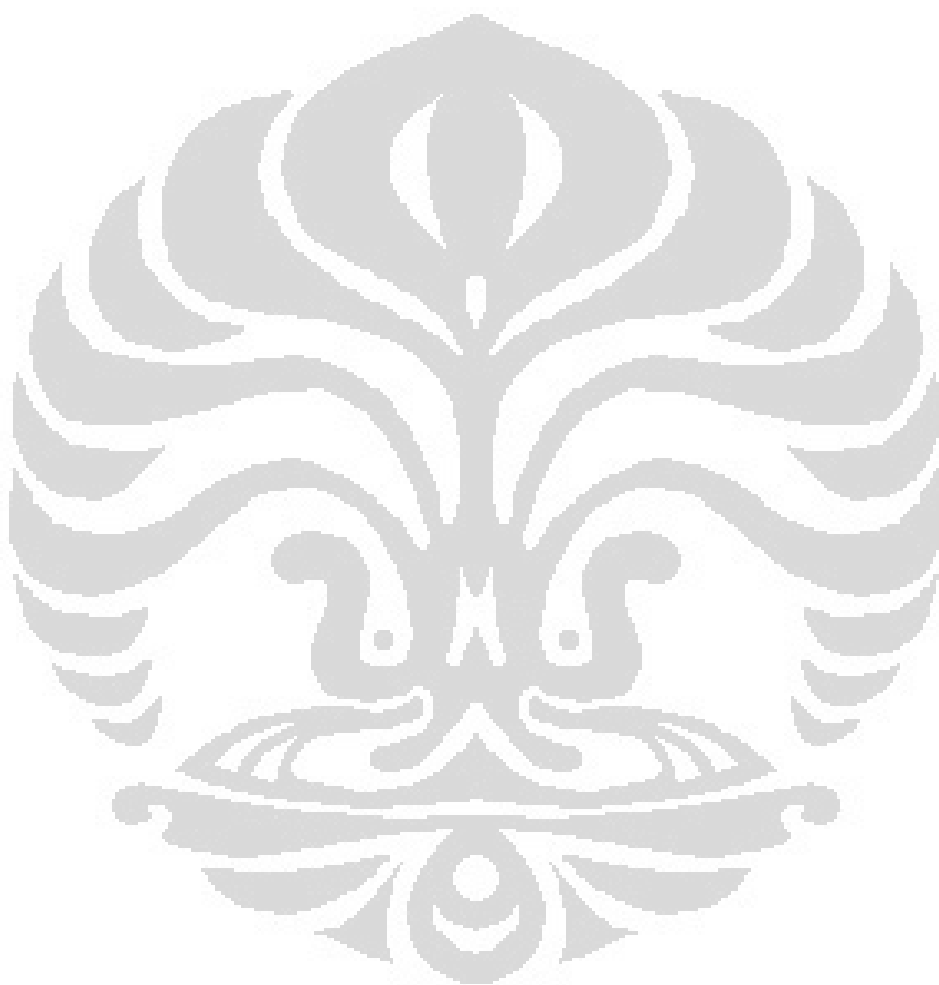
Psychological Capital, In-Role Performance, Performance, Sales promotion girls.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Masalah Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	9
2.1 <i>Psychological Capital</i>	9
2.1.1 Definisi <i>Psychological Capital</i>	9
2.1.2 Komponen <i>Psychological Capital</i>	10
2.1.3 Pengukuran <i>Psychological Capital</i>	14
2.2 <i>In-Role Performance</i>	15
2.2.1 Kategori <i>Job Performance</i>	15
2.2.1.1 <i>In-Role Performance</i>	16
2.2.1.2 <i>Extra-Role Performance</i>	16
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>In-Role Performance</i>	16
2.2.3 Pengukuran <i>In-Role Performance</i>	19
2.3 <i>Sales Promotion Girls</i>	20
2.4 Dinamika Hubungan antara <i>Psychological Capital</i> dan <i>In-Role Performance</i>	22
BAB 3 METODE PENELITIAN	25
3.1 Masalah Penelitian.....	25
3.1.1 Masalah Konseptual.....	25
3.1.2 Masalah Operasional.....	25
3.2 Hipotesis Penelitian	25
3.2.1 Hipotesis Alternatif (H_a).....	25
3.2.2 Hipotesis Null (H_o).....	26

3.3 Variabel Penelitian	26
3.3.1 Variabel Pertama: <i>Psychological Capital</i>	26
3.3.2 Variabel Kedua: <i>In-Role Performance</i>	26
3.4 Tipe dan Desain Penelitian	27
3.4.1 Tipe Penelitian	27
3.4.2 Desain Penelitian	28
3.5 Partisipan Penelitian	28
3.5.1 Karakteristik Partisipan Penelitian	28
3.5.2 Teknik Pengambilan Sampel	29
3.5.3 Jumlah Partisipan Penelitian	30
3.6 Teknik Pengumpulan Data	30
3.7 Instrumen Penelitian	31
3.7.1 Alat Ukur <i>Psychological Capital</i>	31
3.7.1.1 Metode <i>Scoring</i> PCQ	32
3.7.1.2 Uji Coba Alat Ukur PCQ	32
3.7.2 Alat Ukur <i>In-Role Performance</i>	34
3.7.2.1 Metode <i>Scoring</i> IRP	34
3.7.2.2 Uji Coba Alat Ukur IRP	35
3.8 Prosedur Penelitian	35
3.8.1 Tahap Persiapan	35
3.8.2 Tahap Pelaksanaan	36
3.8.3 Tahap Pengolahan Data	36
3.8.4 Metode Pengolahan Data	37
BAB 4 HASIL DAN ANALISIS PENGOLAHAN DATA.....	38
4.1 Gambaran Umum Partisipan	38
4.1.1 Gambaran Demografis Partisipan	38
4.1.2 Gambaran Umum <i>Psychological Capital</i>	41
4.1.3 Gambaran Umum <i>In-Role Performance</i>	42
4.2 Hasil Utama Penelitian	43
4.2.1 Hubungan antara <i>Psychological Capital</i> dan <i>In-Role Performance</i>	43
4.3 Hasil Tambahan Penelitian	43
4.3.1 Gambaran <i>In-Role Performance</i> berdasarkan Data Demografis Partisipan	44
4.3.2 Sumbangan Komponen <i>Psychological Capital</i> terhadap <i>In-Role Performance</i>	47
BAB 5 KESIMPULAN, DISKUSI, DAN SARAN	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Diskusi	49
5.2.1 Diskusi Hasil Utama Penelitian	49
5.2.2 Diskusi Hasil Tambahan Penelitian	51
5.2.3 Diskusi Metode Penelitian	54
5.3 Saran	55
5.3.1 Saran Metodologis	55
5.3.2 Saran Praktis	56

DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	64

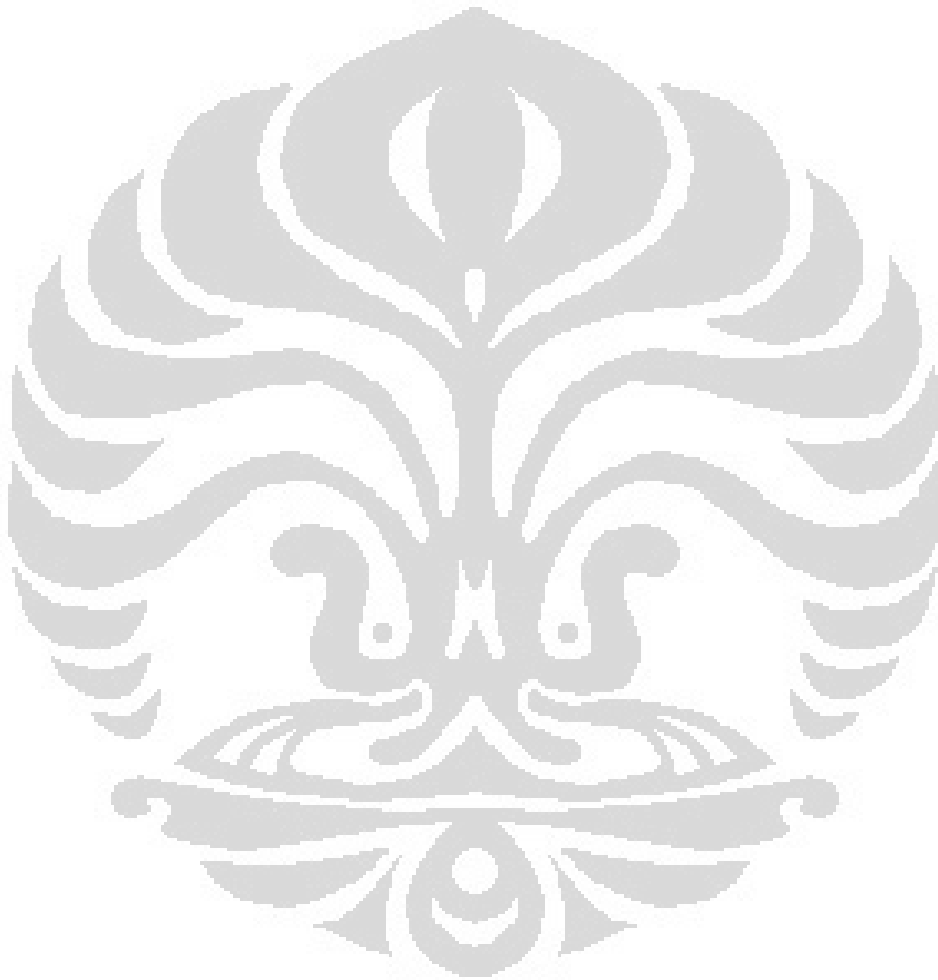


DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Komponen <i>Psychological Capital</i>	31
Tabel 3.2	Uji Coba Alat Ukur <i>Psychological Capital</i>	34
Tabel 4.1	Gambaran Demografis Partisipan.....	39
Tabel 4.2	Statistik Deskriptif <i>Psychological Capital</i>	41
Tabel 4.3	Gambaran Tingkat <i>Psychological Capital</i> Keseluruhan.....	41
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif <i>In-Role Performance</i>	42
Tabel 4.5	Kategori Tingkat <i>In-Role Performance</i>	42
Tabel 4.6	Hasil Korelasi antara <i>Psychological Capital</i> dan <i>In-Role Performance</i>	43
Tabel 4.7	Gambaran Skor <i>In-Role Performance</i> berdasarkan Data Demografis Partisipan.....	44
Tabel 4.8	Hasil Perhitungan Regresi Komponen <i>Psychological Capital</i> dan <i>In-Role Performance</i>	47
Tabel 4.9	Hasil Perhitungan Regresi Ganda Komponen <i>Psychological Capital</i> dan <i>In-Role Performance</i>	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Prediktor *In-Role Performance* Jex & Britt..... 18



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A (Hasil Uji Coba Alat Ukur <i>Psychological Capital</i> dan <i>In-Role Performance</i>.....	64
A.1 Uji Reliabilitas dan Validitas Alat Ukur <i>Psychological Capital</i>	64
A.1.1 Hasil uji reliabilitas.....	64
A.1.1.1 Sebelum penghapusan <i>item</i>	64
A.1.1.2 Setelah penghapusan <i>item</i>	64
A.1.2 Hasil uji validitas	64
A.1.2.1 Sebelum penghapusan <i>item</i>	64
A.1.2.2 Setelah penghapusan <i>item</i>	65
A.2 Uji Reliabilitas dan Validitas Alat Ukur <i>In-Role Performance</i>	66
A.2.1 Hasil uji reliabilitas.....	66
A.2.2 Hasil uji validitas	66
LAMPIRAN B (Gambaran Umum Partisipan).....	67
B.1 Gambaran Umum Karakteristik Partisipan.....	67
B.2 Gambaran Umum Komponen <i>Psychological Capital</i>	69
B.3 Gambaran Umum Komponen <i>In-Role Performance</i>	70
LAMPIRAN C (Hasil Utama Penelitian).....	71
C.1 Hasil Korelasi antara <i>Psychological Capital</i> dan <i>In-Role Performance</i>	71
LAMPIRAN D (Hasil Tambahan Penelitian).....	72
D.1 Gambaran <i>In-Role Performance</i> Ditinjau dari Usia.....	72
D.2 Gambaran <i>In-Role Performance</i> Ditinjau dari Pendidikan	72
D.3 Gambaran <i>In-Role Performance</i> Ditinjau dari Masa Kerja.....	73
D.4 Gambaran <i>In-Role Performance</i> Ditinjau dari Penghasilan Pokok Bulanan.....	74
D.5 Gambaran <i>In-Role Performance</i> Ditinjau dari Produk yang Ditangani	74
D.6 Gambaran <i>In-Role Performance</i> Ditinjau dari Persentase Pencapaian Target Penjualan Bulan April 2012	75
D.7 Hasil Analisis Regresi Ganda Komponen <i>Psychological Capital</i> Terhadap <i>In-Role Performance</i>	76
LAMPIRAN E (Instrumen Penelitian Field).....	78
E.1 Instrumen <i>Psychological Capital</i> untuk SPG	78
E.2 Instrumen <i>In-Role Performance</i> untuk <i>Team Leaders</i>	84

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, banyak perusahaan yang bergerak di bidang bisnis yang sama sehingga intensitas persaingan antar perusahaan semakin ketat. Berkaitan dengan hal ini, perusahaan membutuhkan sumber daya manusia yang terampil dalam kegiatan-kegiatannya mulai dari proses produksi, distribusi, pemasaran, hingga penjualan. Setelah proses produksi selesai, tahap selanjutnya yang dilakukan adalah pendistribusian dan pemasaran sehingga dapat terjadi penjualan pada produk tersebut. Dalam pemasaran dan penjualan produk, terdapat satu pihak yang memiliki hubungan langsung dengan konsumen sekaligus menjadi penghubung antara pihak perusahaan dan konsumen. Pihak tersebut merupakan tenaga penjualan. Penelitian ini akan memfokuskan pada salah satu tenaga penjualan yaitu *sales promotion girls* (SPG).

SPG bertugas untuk menyampaikan dengan rinci keunggulan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Dengan adanya kontak dengan konsumen, SPG dapat menjelaskan lebih lanjut berbagai informasi mengenai produk seperti yang telah diperkenalkan melalui iklan produk serta yang belum disampaikan melalui iklan sehingga lebih dapat memikat konsumen. Adanya informasi yang disampaikan oleh SPG diharapkan juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Informasi yang lengkap tersebut akan mengarahkan konsumen untuk merasa bahwa produk yang dikonsumsinya memang pilihan yang tepat sehingga konsumen akan merasa puas dan terus memakai produk tersebut di kemudian hari. Lebih lanjut lagi, SPG juga perlu melakukan persuasi pada konsumen sehingga penjualan dapat terjadi.

Penjualan-penjualan yang berhasil dilakukan oleh SPG tersebut merupakan sumber pendapatan perusahaan dan nantinya akan mempengaruhi kondisi keuangan perusahaan tersebut. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa SPG memiliki andil dalam keberlangsungan suatu perusahaan. Seorang tenaga penjualan memainkan peran penting di antara perusahaan dan konsumen, dan atribut dirinya akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan penjualan selanjutnya

(Darley, Luethge, & Thatte, 2008). Semakin baik seorang SPG menjalankan pekerjaannya, maka semakin banyak penjualan yang terjadi dan pada akhirnya berdampak pada keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan. Dengan kata lain, seorang SPG harus memiliki prestasi kerja yang baik agar mencapai tujuan dan membantu keberlangsungan perusahaan.

Berdasarkan ilustrasi di atas, dapat dikatakan bahwa tugas utama SPG adalah untuk menjual produk. Perusahaan menilai penjualan tersebut sebagai salah satu bentuk *job performance* pada pekerjaan SPG yang kemudian akan dihargai melalui gaji. Setiap SPG memiliki target penjualan yang harus dipenuhi setiap bulannya. Berdasarkan wawancara dengan PT X, jika target penjualan tersebut terpenuhi atau lebih tinggi dari yang ditetapkan, perusahaan akan memberikan gaji pokok disertai dengan insentif kepada SPG. Sebaliknya, jika SPG tidak dapat memenuhi target penjualan tersebut, maka SPG hanya akan menerima gaji pokoknya saja. Dengan kata lain, besar kecilnya penghasilan yang diterima SPG sangat bergantung pada pencapaian target penjualan tersebut. Sangat penting bagi SPG untuk dapat meningkatkan penjualan sehingga dapat memenuhi target penjualan produknya sehingga menerima penghasilan yang lebih besar.

Dalam melakukan tugasnya, SPG menerima banyak tantangan dalam pekerjaannya sehari-hari. Pekerjaan sebagai tenaga penjualan adalah pekerjaan yang sulit dan rentan terhadap stres, terutama karena tenaga penjualan pada umumnya bekerja sendiri dan menghadapi penolakan dari konsumen potensial (Rich, 1999). Hal ini diperburuk dengan adanya sudut pandang masyarakat yang cenderung memandang sebelah mata, mengacuhkan, dan kurang menghargai keberadaan SPG ketika berusaha menawarkan produk. Pekerjaan sebagai tenaga penjualan juga memiliki citra kurang baik di mata masyarakat dan kurang dihargai keberadaannya. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan pada pulau Sumatera dan Jawa yang dilakukan oleh Pramono (2008), tenaga penjualan merupakan profesi yang cenderung ditolak dan merupakan tamu urutan ketiga yang paling tidak diharapkan kehadirannya setelah polisi dan pemeriksa pajak.

Tantangan lain yang harus dihadapi oleh SPG dalam pekerjaannya sehari-hari adalah keberadaan kompetitor yang menawarkan produk sejenis dari merek

dagang lain. Setiap perusahaan tentunya bertujuan untuk menjual produk sebanyak-banyaknya. Oleh karena itu, perusahaan melakukan berbagai cara dalam mempromosikan produknya sehingga pada akhirnya penjualan dapat meningkat. Sudah lumrah pula kejadian dimana konsumen produk A berpaling ke produk B tanpa berpikir panjang hanya karena adanya hadiah atau promo tertentu. Hal ini tentunya membuat pekerjaan sebagai seorang SPG semakin menantang dimana SPG harus berusaha lebih tekun dan tidak mudah menyerah dalam mempertahankan konsumen sehingga tingkat penjualan tetap terjaga. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan *job performance* SPG di mata perusahaan.

Dalam mempersiapkan para SPG untuk berkompetisi dalam era ekonomi global dimana persaingan menjadi sangat sengit dan ketat, perusahaan sebaiknya mulai memberikan perhatian pada peran penting sifat dan kekuatan positif yang dapat dimiliki oleh karyawan dalam pencapaian *job performance*. Individu yang dapat meningkatkan *performance* dilihat kompeten dan dianggap sebagai aset pada organisasi (Yun, Takeuchi, & Liu, 2007). Diperlukan pula pendekatan yang tidak hanya bertujuan untuk membantu menyelesaikan masalah tetapi juga untuk mengidentifikasi dan membangun kekuatan individu (Luthans et al., 2005). Luthans, Youssef, dan Avolio (2007) menyatakan bahwa terdapat empat kapasitas psikologis yang memiliki sifat positif, unik, berdasarkan teori dan penelitian, dapat diukur, serta bisa dikembangkan dan diterapkan dalam rangka peningkatan *performance* di lingkungan kerja. Keempat kapasitas positif tersebut masuk ke dalam konstruk *psychological capital*. *Psychological capital* adalah sebuah keadaan psikologis dari seorang individu, yang berkembang dengan empat karakteristik yaitu *self-efficacy*, *optimism*, *hope*, dan *resiliency* (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). Sebuah keadaan psikologis yang positif dapat menguatkan proses kognitif dan persepsi pekerja mengenai apa yang sesungguhnya dapat mereka capai (Luthans et al., 2007). Dalam pekerjaannya, SPG lebih banyak bekerja sendiri dan tidak mendapatkan supervisi dari atasannya. Dalam hal ini, SPG dituntut untuk dapat memecahkan masalah, mengambil keputusan, serta menawarkan produknya tanpa adanya panduan maupun perintah. Oleh karena itu, peneliti beranggapan bahwa keempat komponen *psychological capital* yaitu, *self-*

efficacy, *optimism*, *hope*, dan *resiliency* diperlukan dalam pekerjaan sebagai seorang SPG.

Self efficacy dapat dilihat sebagai kepercayaan diri dalam mencapai keberhasilan. *Self-efficacy* merupakan suatu keyakinan atau kepercayaan diri seseorang mengenai kemampuannya dalam mengerahkan motivasi, sumber-sumber kognisi, dan melakukan sejumlah tindakan yang dibutuhkan untuk mencapai keberhasilan dalam melaksanakan tugas pada konteks tertentu (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). Seorang SPG harus memiliki kepercayaan diri dalam menawarkan produk-produknya kepada konsumen. Tanpa adanya kepercayaan diri, SPG akan merasa gugup dan mengalami kesulitan dalam menjelaskan keunggulan produk yang ditawarkan sehingga pada akhirnya tidak terjadi penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa seorang SPG membutuhkan *self-efficacy* dalam menjalani pekerjaannya sehari-hari. Individu dengan tingkat *self-efficacy* yang tinggi memiliki *performance* yang berhasil, sedangkan individu dengan *self-efficacy* yang lebih rendah cenderung menyerah atau berhenti dari pekerjaannya dan gagal dalam menjalankan tugasnya (Bandura, 1977 dalam Wang & Netemeyer, 2002).

Selain percaya diri, seorang SPG juga sebaiknya merasa optimis dalam menjalankan pekerjaannya sehingga yang membantu dalam mencapai target kerja. Pada dasarnya, *optimism* merupakan suatu cara menginterpretasi kejadian-kejadian positif sebagai suatu hal yang terjadi akibat diri sendiri, bersifat menetap, dan dapat terjadi dalam berbagai situasi; serta menginterpretasikan kejadian-kejadian negatif suatu hal yang terjadi akibat hal-hal diluar diri, bersifat sementara, dan terjadi hanya terjadi pada situasi tertentu saja (Seligman, 1998 dalam Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). SPG harus merasa yakin bahwa dirinya dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan sehingga muncul semangat dan motivasi yang lebih besar untuk mencapainya. Kepercayaan diri dan *optimism* juga dapat membantu seorang SPG untuk memersuasi konsumennya untuk mengonsumsi produk tertentu.

Kegiatan persuasi tersebut pun sebaiknya diiringi *hope* yang tinggi sebagai motivasi serta dorongan diri yang kuat dalam melakukan pekerjaannya tersebut. Snyder, Irving, dan Anderson (1991 dalam Luthans, Youssef, dan Avolio, 2007)

mendefinisikan *hope* sebagai suatu keadaan motivasi positif yang didasari oleh proses interaksi antara *agency* (energi untuk mencapai tujuan) dan *pathways* (perencanaan untuk mencapai tujuan) untuk mencapai kesuksesan. Dengan adanya *hope*, tenaga penjualan dapat membuat perencanaan mengenai strategi yang dapat ditempuh untuk mencapai target penjualan serta strategi tambahan jika terdapat kesulitan pada cara-cara yang biasa ditempuh sebelumnya. Selain itu, SPG juga memiliki kekuatan untuk menjalani proses tersebut. Dengan adanya perencanaan serta kekuatan tersebut, SPG secara tidak langsung telah mempersiapkan dirinya pada berbagai kondisi yang mungkin terjadi dalam pekerjaannya sehingga tidak kaget dan dapat mengontrol diri.

Terakhir, *resiliency* merupakan kemampuan untuk memantul kembali atau bangkit kembali dari kesulitan, konflik, kegagalan, bahkan pada peristiwa-peristiwa positif, kemajuan, dan peningkatan tanggung jawab (Luthans, 2002 dalam Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). Kemampuan untuk bangkit kembali diperlukan ketika seorang SPG ditolak oleh konsumen. Dengan demikian, mereka tidak cepat putus asa dan dapat kembali melakukan pekerjaannya dengan baik sehingga pada akhirnya dapat mencapai target penjualan atau bahkan melebihi target penjualan yang ditetapkan.

Sebelumnya sudah terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan *psychological capital* pada tenaga penjualan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa tingkat *psychological capital* yang lebih tinggi dapat menghasilkan *performance* yang lebih tinggi (Luthans et al. 2007). Terdapat pula penelitian yang membuktikan bahwa tingkat *psychological capital* yang lebih tinggi dapat meningkatkan *self-reported job embeddedness* dan *performance* pada perawat (Sun et al., 2012).

Selama ini, penelitian pada tenaga penjualan banyak dilakukan pada agen asuransi serta tenaga penjualan otomotif. Peran tenaga penjualan dalam menjual produk sehari-hari masih belum banyak mendapatkan perhatian, terutama pada produk susu yang sehari-hari dikonsumsi oleh kebanyakan masyarakat. Penelitian-penelitian tersebut dilakukan di Amerika Serikat dan China sehingga muncul kebutuhan untuk diadakannya penelitian mengenai hubungan antara *psychological capital* dan *job performance* di Indonesia. Peneliti juga belum menemukan

penelitian *psychological capital* dan *job performance* yang mengkhususkan pada *sales promotion girls* sehingga muncul ketertarikan untuk melakukan penelitian untuk melihat hubungan antara *psychological capital* dan *job performance* pada *sales promotion girls* di Indonesia.

Berdasarkan penjabaran di atas, peneliti berasumsi bahwa terdapat hubungan antara *job performance* pada SPG dengan kualitas *psychological capital* mereka. *Job performance* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hal-hal yang tercantum dalam deskripsi jabatan SPG. *Job performance* yang sesuai dengan deskripsi jabatan ini selanjutnya akan disebut sebagai *in-role performance* (Van Dyne & LePine, 1998). Peneliti memutuskan untuk tidak meneliti kategori lain dalam *job performance*, yaitu *extra-role performance* karena penilaian *performance* yang diterapkan oleh PT X selama ini hanya berdasarkan pencapaian penjualan serta poin-poin yang tercantum dalam deskripsi jabatan SPG tersebut tanpa mempertimbangkan hal-hal diluar deskripsi jabatan tersebut. Penelitian ini dilakukan pada SPG pada salah satu perusahaan *consumer goods*, PT X, yang bergerak di industri susu yang pada umumnya bertugas di toko-toko yang menjual produk mereka.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *psychological capital* dan *in-role performance* pada *sales promotion girl* karena masih adanya keterbatasan literatur mengenai hubungan kedua variabel tersebut yang dilakukan di Indonesia. Di samping itu, sampai saat ini peneliti hanya menemukan satu penelitian pada *sales promotion girls* yang meneliti tentang kepemimpinan transformational dan transaksional. Hal ini juga menjadi alasan mengapa peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengenai hubungan antara *psychological capital* dan *in-role performance* pada pekerjaan tersebut.

1.2 Masalah Penelitian

Apakah terdapat hubungan antara *psychological capital* dan *in-role performance* pada *sales promotion girls* (SPG)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara *psychological capital* dan *in-role performance* pada *sales promotion girls* (SPG).

1.4 Manfaat Penelitian

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai dua jenis manfaat penelitian, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis dari penelitian ini.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang psikologi industri dan organisasi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi tambahan literatur dan referensi mengenai *psychological capital* serta *in-role performance*. Lebih jauh lagi, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar dan pertimbangan untuk dilakukannya penelitian-penelitian yang akan datang berkaitan dengan *psychological capital* serta hubungannya dengan *in-role performance* pada SPG. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan para peneliti untuk mempelajari lebih dalam mengenai tenaga penjualan, khususnya *sales promotion girls*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis yaitu menjadi gambaran awal mengenai *psychological capital* pada SPG pada perusahaan X. Selanjutnya, hasil tersebut dapat digunakan sebagai materi kajian bagi perusahaan dalam mengevaluasi tingkat *psychological capital* para SPG yang bekerja untuk perusahaan tersebut. Lebih jauh lagi, pihak perusahaan dapat meningkatkan perhatian pada *psychological capital* serta langkah-langkah yang dapat ditempuh untuk meningkatkan *psychological capital* pada SPG sehingga dapat meningkatkan *performance* kerja mereka. Dengan ditingkatkannya *psychological capital* para SPG tersebut, mereka diharapkan dapat memberikan informasi pengetahuan produk dengan baik, meningkatkan daya persuasi dalam menjual

produk, serta meningkatkan kepuasan konsumen yang pada akhirnya dapat memberikan keuntungan maksimal bagi perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini terdiri dari lima bab dan setiap bagiannya terdiri dari sub-sub bab yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

Bab 1 terdiri dari pendahuluan yang berisikan tentang latar belakang penelitian, masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan laporan penelitian yang terkait dengan *psychological capital* dan *in-role performance* pada *sales promotion girls*.

Bab 2 merupakan landasan teori. Pada bab ini akan dijelaskan teori-teori mengenai variabel di dalam penelitian ini yaitu *psychological capital*, *in-role performance*, *sales promotion girls*, serta dinamika hubungan antara *psychological capital* dan *in-role performance* pada *sales promotion girls*.

Bab 3 merupakan metode penelitian. Bab ini terdiri dari masalah, hipotesis, variabel, tipe dan desain penelitian, partisipan, instrumen, prosedur penelitian, dan metode pengolahan data.

Bab 4 merupakan bagian hasil dan analisis pengolahan data. Pada bab ini akan dijelaskan mengenai gambaran umum dari partisipan dan hasil penelitian beserta interpretasi dari temuan yang didapatkan.

Bab 5 merupakan bagian kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, diskusi mengenai hasil penelitian yang telah didapat, saran teoritis untuk mengembangkan penelitian selanjutnya, serta saran praktis yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari berdasarkan hasil penelitian.

BAB 2

LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan mengenai teori-teori mengenai kedua variabel dalam penelitian ini. Teori yang akan diuraikan adalah mengenai *psychological capital*, *in-role performance*, *sales promotion girls*, serta dinamika hubungan antara *psychological capital* dan *in-role performance*.

2.1 *Psychological Capital*

Positive psychology merupakan studi ilmiah mengenai bagaimana manusia dapat berfungsi dengan optimal (Sun et al., 2012). Seiring dengan perkembangan zaman, Seligman mengembangkan pendekatan psikologi positif yang diikuti oleh ditemukannya suatu pendekatan baru untuk meminimalisir kekurangan dari pendekatan psikologi negatif, yaitu *Positive Organizational Scholarship* pada konteks makro dan level organisasi dan *Positive Organizational Behavior* pada level individu (Cameron, Dutton, & Quinn, 2003). *Positive organizational behavior* (POB) merupakan studi dan aplikasi yang memiliki orientasi positif pada kekuatan sumber daya manusia dan kapasitas sumber daya manusia yang dapat diukur, dikembangkan, dan diatur secara efektif untuk meningkatkan *performance* dalam lingkungan kerja (Luthans, 2002). Dalam hal ini, *psychological capital* merupakan salah satu bagian dari *positive organizational behavior* (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007).

2.1.1 Definisi *Psychological Capital*

Luthans et al. (2005) menjelaskan bahwa *psychological capital* secara umum merupakan faktor inti psikologi positif dan secara khusus merupakan kondisi yang sesuai dengan kriteria POB, yang melebihi *human capital* dan *social capital* untuk mendapatkan keuntungan kompetitif melalui investasi/perkembangan kondisi 'siapa Anda'. Lebih jauh lagi, Luthans, Youssef, dan Avolio (2007) mendefinisikan *psychological capital* (PsyCap) sebagai berikut.

“PsyCap is an individual’s positive psychological state of development and is characterized by: (1) having confidence (self-efficacy) to take on and put in the necessary effort to succeed at challenging tasks; (2) making a positive attribution (optimism) about succeeding now and in the future; (3) persevering toward goals and, when necessary, redirecting paths to goals (hope) in order to succeed; and (4) when beset by problems and adversity, sustaining and bouncing back and even beyond (resiliency) to attain success.”

(Luthans, Youssef, & Avolio, 2007:3)

Definisi yang dikemukakan Luthans, Youssef, dan Avolio (2007) tersebut menjelaskan bahwa *psychological capital* merupakan suatu keadaan perkembangan psikologis yang positif pada individu dengan karakteristik: (1) memiliki kepercayaan diri untuk memilih dan mengerahkan upaya yang diperlukan agar berhasil pada tugas-tugas yang menantang (*self-efficacy*); (2) membuat atribusi positif tentang keberhasilan di masa kini dan mendatang (*optimism*); (3) tekun dalam mencapai tujuan dan, bila diperlukan, mengalihkan cara untuk mencapai tujuan dalam rangka meraih keberhasilan (*hope*); dan (4) ketika dilanda masalah dan kesulitan, individu dapat bertahan dan bangkit kembali bahkan melampaui keadaan semula untuk mencapai keberhasilan (*resiliency*). Berdasarkan kedua definisi yang telah dijelaskan di atas, peneliti akan mengacu pada definisi yang dikemukakan oleh Luthans, Youssef, dan Avolio (2007) untuk kepentingan penelitian ini.

2.1.2 Komponen *Psychological Capital*

Luthans, Youssef, & Avolio (2007) menyatakan bahwa *psychological capital* merupakan prediktor yang lebih baik daripada komponen-komponen individual yang membentuknya. Avey, Youssef, dan Luthans (2009) menjelaskan pula bahwa karakteristik yang membangun *psychological capital* saling mempengaruhi satu sama lainnya sehingga konstruk ini lebih baik diukur sebagai kesatuan. *Psychological capital* memiliki empat komponen yang saling melengkapi dan bersinergi membentuk konstruk tersebut. Keempat komponen

tersebut adalah *self-efficacy*, *optimism*, *hope*, dan *resiliency*. Keempat komponen tersebut akan dijelaskan lebih lanjut pada bab ini.

2.1.2.1 *Self-efficacy*

Self-efficacy adalah suatu keyakinan atau kepercayaan diri seseorang mengenai kemampuannya dalam mengerahkan motivasi, sumber-sumber kognisi, dan melakukan sejumlah tindakan yang dibutuhkan untuk mencapai keberhasilan dalam melaksanakan tugas pada konteks tertentu (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). Karakteristik individu dengan *self-efficacy* tinggi antara lain: dapat menetapkan target yang tinggi untuk diri sendiri dan secara sadar memilih tugas yang sulit, menyukai dan mengembangkan diri dengan adanya tantangan, memiliki motivasi diri yang tinggi, mengerahkan usaha yang diperlukan untuk mencapai tujuan, serta gigih dalam menghadapi kesulitan (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007).

Luthans, Youssef, dan Avolio (2007) menjelaskan beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengembangkan *self-efficacy*. Cara pertama yang dapat dilakukan adalah dengan adanya penguasaan dan pengalaman yang berhasil. Perasaan yang muncul ketika berhasil tersebut dapat membuat *self-efficacy* seseorang akan meningkat. Cara kedua yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan metode *vicarious learning/modeling* yaitu dengan mengobservasi pengalaman keberhasilan orang lain, termasuk kesalahan dan kegagalan yang dialami. Dengan mengobservasi, individu dapat melakukan imitasi selektif terhadap langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk mencapai kesuksesan. Cara ketiga yang dapat ditempuh adalah dengan memberikan persuasi sosial/umpan balik positif. Selama dua dekade terakhir, penelitian-penelitian membuktikan bahwa dampak aplikasi umpan balik positif dan *social recognition* lebih besar daripada penghargaan finansial dan teknik motivasi lainnya dalam meningkatkan *performance* karyawan (Stajkovic & Luthans, 1997, 2003 dalam Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). Cara keempat yang dapat dilakukan adalah melalui *psychological* dan *physiological arousal/well-being*. Kondisi psikologis yang positif dapat mendorong proses kognitif individu dalam simbolisasi, penyelidikan,

pemikiran, observasi, regulasi diri, dan refleksi diri. Proses ini akan memperkuat persepsi dan keyakinan akan kepercayaan diri dan kontrol personal.

2.1.2.2 Optimism

Seligman (1998 dalam Luthans, Youssef, & Avolio, 2007) menjelaskan *optimism* sebagai suatu cara menginterpretasi kejadian-kejadian positif sebagai suatu hal yang terjadi akibat diri sendiri, bersifat menetap, dan dapat terjadi dalam berbagai situasi; serta menginterpretasikan kejadian-kejadian negatif sebagai suatu hal yang terjadi akibat hal-hal diluar diri, bersifat sementara, dan terjadi hanya terjadi pada situasi tertentu saja. Dalam dunia kerja saat ini, perubahan dan ketidakpastian telah menjadi hal yang biasa. Karyawan mengalami kejadian bagaimana pekerjaan mereka berkembang dan berubah. Pada saat yang sama, organisasi berubah dengan sendirinya agar sesuai dengan lingkungan yang bergejolak (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). Karyawan yang optimistik merupakan individu yang dapat memiliki kontrol akan kehidupannya serta mampu menentukan nasibnya sendiri tanpa diremehkan orang lain. Mereka juga memiliki motivasi serta dapat memotivasi orang-orang yang ada di sekelilingnya dalam mencapai keberhasilan jangka panjang (Peterson, 2000 dalam Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). Pengembangan *optimism* dilakukan berdasarkan tiga tahap yang dikemukakan oleh Schneider (2001, dalam Luthans, Youssef, & Avolio, 2007), yaitu memberikan kelonggaran pada masa lalu, memberikan penghargaan pada masa kini, dan mencari kesempatan pada masa yang akan datang.

2.1.2.3 Hope

Snyder, Irving, dan Anderson (1991 dalam Luthans, Youssef, dan Avolio, 2007) mendefinisikan *hope* sebagai suatu keadaan motivasi positif yang didasari oleh proses interaksi antara *agency* (energi untuk mencapai tujuan) dan *pathways* (perencanaan untuk mencapai tujuan) untuk mencapai kesuksesan. *Agency* merupakan kondisi kognitif atau kondisi “berpikir” dimana individu mampu untuk menetapkan tujuan dan ekspektasi yang realistis tetapi menantang serta berusaha mencapai tujuan-tujuan tersebut dengan determinasi diri, energi, dan persepsi kontrol internal. Sedangkan *pathways* merupakan kondisi dimana individu mampu

menemukan langkah alternatif untuk mencapai tujuan yang diinginkan ketika mengalami kendala pada aplikasi langkah awal.

Pengembangan *hope* dari sisi *agency* dilakukan dengan melakukan penetapan tujuan yang spesifik, dapat diukur dan menantang, serta realistis dan dapat dicapai. Sisi *pathways* dari *hope* dapat dikembangkan menggunakan semacam “latihan mental”, dimana individu membayangkan keseluruhan proses dalam mencapai tujuan dan hambatan-hambatan terbesar dalam mewujudkan proses mencapai tujuan tersebut, lalu mempersiapkan diri dalam mengatasi hambatan dan masalah tersebut (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007).

Karyawan dengan *hope* yang tinggi pada umumnya merupakan pemikir independen dan memiliki *locus of control* internal. Mereka memiliki tingkat otonomi yang tinggi untuk menunjukkan dan memanfaatkan *agency*. Mereka memiliki kebutuhan yang sangat besar akan pertumbuhan dan pencapaian serta memiliki motivasi intrinsik dengan memperkaya pekerjaannya. Mereka juga merupakan pribadi yang kreatif dan pandai serta sering dilabeli sebagai *risk-takers* (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007).

2.1.2.4 Resiliency

Dalam dunia kerja, *resiliency* didefinisikan sebagai kemampuan untuk memantul kembali atau bangkit kembali dari kesulitan, konflik, kegagalan, bahkan pada peristiwa-peristiwa positif, kemajuan, dan peningkatan tanggung jawab (Luthans, 2002 dalam Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). Dalam *psychological capital*, *resiliency* tidak hanya sekedar kemampuan untuk bangkit kembali dari kesulitan yang dihadapi tetapi juga keadaan yang sangat positif dan menantang dan kemudian mampu berkembang melampaui batas normal maupun batas *equilibrium* (Avolio & Luthans, 2006 dalam Luthans, Youssef, & Avolio, 2007).

Resiliency dapat dikembangkan dengan cara membangun kesadaran seseorang mengenai talenta, kemampuan, dan jaringan yang dimilikinya (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). Selain itu, dalam dunia pekerjaan, *resiliency* dapat dikembangkan melalui ketersediaan aset seperti kognitif, afektif, sosial, keuangan,

dan karakteristik lainnya seperti keahlian dan sumber daya lain yang bisa dimanfaatkan (Avey, Luthans, Youssef, 2009).

2.1.3 Pengukuran *Psychological Capital*

Pengukuran *psychological capital* dilakukan oleh Luthans, Youssef, & Avolio (2007) dengan menggunakan pengukuran yang terstandarisasi dari keempat komponen yang terdapat dalam *psychological capital* yaitu *self-efficacy* (Parker, 1998), *hope* (Snyder et al., 1996), *optimism* (Scheier & Carver, 1985), dan *resiliency* (Wagnild & Young, 1993) dengan beberapa adaptasi. Setelah melakukan adaptasi itulah tercipta alat ukur mengenai *psychological capital* yaitu *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ). PCQ memiliki 24 *item* yang setiap komponennya diwakili oleh enam *item*. Seiring dengan perkembangannya, Luthans et al. (2008) membuat versi yang lebih singkat yaitu PCQ-12. PCQ-12 memiliki 12 *item* yang diwakili oleh tiga *item self-efficacy*, empat *item hope*, dua *item optimism*, dan tiga *item resiliency*. Namun PCQ-12 memiliki reliabilitas yang lebih kecil daripada PCQ. (Luthans et al., 2008).

Secara teoritis, peneliti hanya menemukan dua alat ukur mengenai *psychological capital* yaitu PCQ dan PCQ-12. Akan tetapi, peneliti berpendapat bahwa keempat komponen *psychological capital* tersebut dapat diukur melalui metode lain seperti wawancara dan observasi. Dengan wawancara, seseorang dapat mengetahui keempat komponen tersebut dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan keempat komponen *psychological capital* tersebut. Observasi dapat melengkapi hasil dari wawancara, dimana seseorang dapat mengetahui tingkat *psychological capital* dengan mengamati perilaku pekerja pada saat ia menjalankan pekerjaannya. Namun peneliti belum menemukan sumber yang relevan mengenai penggunaan kedua metode tersebut untuk mengukur *psychological capital*.

Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan alat ukur PCQ yang memiliki 24 *item* karena sesuai dengan pernyataan dari Luthans, et al. (2008) yang menyatakan bahwa PCQ memiliki nilai reliabilitas yang lebih baik dibandingkan dengan PCQ-12 sehingga dapat dikatakan bahwa PCQ lebih konsisten dalam mengukur konstruk *psychological capital*.

2.2 *In-Role Performance*

Job performance merupakan bentuk perilaku produktif organisasi (*productive behavior in organizations*) yang paling umum (Jex & Britt, 2008). Perilaku produktif adalah perilaku karyawan yang berkontribusi positif terhadap target dan tujuan organisasi (Jex & Britt, 2008). Campbell (1990) mendefinisikan *job performance* sebagai perilaku karyawan ketika bekerja yang berkontribusi pada tujuan organisasi. *In-role performance* merupakan salah satu kategori pada *job performance*. Pada dasarnya *job performance* memiliki dua kategori, yaitu *in-role performance* dan *extra-role performance*. Dalam penelitian ini, peneliti hanya mengikutsertakan *in-role performance* dari konstruk *job performance* tersebut. Dalam bagian ini, akan dijelaskan terlebih dahulu mengenai *job performance*, kategori *job performance* (*in-role* dan *extra-role performance*), faktor-faktor yang mempengaruhi *in-role performance*, serta pengukuran *in-role performance*.

2.2.1 *Kategori Job Performance*

Penelitian yang dilakukan oleh Seashore, Indik, dan Georgopoulos (1960) menunjukkan hasil bahwa *job performance* bukanlah konstruk unidimensional. Selanjutnya, Borman dan Motowidlo (1993 dalam Jex & Britt, 2008) mengemukakan dua kategori besar dari *job performance* yaitu *in-role* dan *extra-role performance*. Kedua kategori tersebut akan dijabarkan di bawah ini.

2.2.1.1 *In-Role Performance*

Jex dan Britt (2008) mengemukakan bahwa *in-role performance* merupakan kinerja pada aspek teknis dalam pekerjaan karyawan. *In-role performance* juga didefinisikan sebagai perilaku yang dituntut atau diharapkan dan merupakan dasar dari *job performance* reguler dan yang sedang berjalan (Katz, 1964 dalam Van Dyne & LePine, 1998). Jika karyawan gagal untuk menunjukkan perilaku yang diharapkan tersebut, mereka tidak akan menerima kompensasi dari organisasi (misalnya, kenaikan gaji) dan mereka juga mungkin kehilangan pekerjaan tersebut (Van Dyne & LePine, 1998). Karyawan dapat menerima teguran jika tidak menunjukkan tingkah laku yang termasuk dalam *in-role performance* serta dapat pula mendapatkan konsekuensi finansial (Van Dyne

& LePine, 1998). *In-role performance* diukur dengan *item-item* yang mengacu pada tingkat perilaku karyawan yang memenuhi ekspektasi *performance* dan memiliki *performance* yang baik pada tugas-tugas yang termasuk dalam pekerjaan karyawan (Jex & Britt, 2008).

2.2.1.2 Extra-Role Performance

Extra-role performance mengacu pada kemampuan non-teknikal dalam suatu pekerjaan (Jex & Britt, 2008). *Extra-role performance* merupakan perilaku yang tidak dijelaskan dalam deskripsi peran, tidak diakui dalam sistem penghargaan formal, dan bukan merupakan sumber konsekuensi yang menghukum ketika tidak dilakukan oleh pekerja (Van Dyne & LePine, 1998). *Extra-role performance* terdiri dari empat dimensi, yaitu *helping* (perilaku promotif-afiliatif), *voice* (perilaku promotif yang menantang), *stewardship* (perilaku prohibitif afiliatif), dan *whistle blowing* (perilaku prohibitif yang menantang). *Helping* merupakan kerja sama secara sukarela yang dapat memperkuat batas-batas sosial antar individu. *Voice* berguna untuk mendorong dan memberikan ide agar terjadi perubahan inovatif dan merekomendasikan modifikasi pada prosedur standar walaupun pihak lain tidak setuju (Van Dyne & LePine, 1998). *Whistle blowing* dapat mengurangi praktik tidak beretika dan ilegal dalam organisasi dan membantu pihak yang berkepentingan untuk memberantas praktik tersebut (Organ, Podsakoff, & MacKenzie, 2006). Peneliti hanya mengukur *in-role performance* saja dalam penelitian ini. Oleh karena itu, *extra-role performance* tidak akan dibahas lebih lanjut dalam bagian ini.

2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi In-Role Performance oleh Jex & Britt (2008)

Dalam bagian ini akan dijelaskan tiga faktor yang mempengaruhi *in-role performance* menurut Jex & Britt (2008). Faktor yang dibahas ini merupakan faktor yang berada di dalam pekerja itu sendiri. Faktor-faktor tersebut adalah:

1. Kemampuan Mental Umum (*General Mental Ability*)

Kemampuan mental umum mencerminkan kapasitas individu dalam memproses dan memahami informasi (Murphy, 1989, dalam Jex & Britt, 2008).

Penelitian terkini menyatakan hubungan antara kemampuan mental umum dan *job performance* belum cukup disesuaikan dengan masalah pembatasan kisaran pada kemampuan mental (contohnya, individu dengan kemampuan mental yang rendah cenderung tidak akan dipekerjakan) (Hunter, Schmidt, & Huy, 2006). Menurut Schmidt, Hunter, & Outerbridge (1986), penghubung selanjutnya antara kemampuan mental umum dan *job performance* adalah *job knowledge*, dimana pekerja yang memiliki tingkat kemampuan mental umum yang tinggi akan mencoba untuk mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang pekerjaan mereka dibandingkan individu dengan tingkat kemampuan mental umum yang rendah. Selanjutnya, banyak peneliti setuju bahwa tingkat kompleksitas pekerjaan sangat dipengaruhi oleh kebutuhan mental dan pemrosesan informasi pada pemegang jabatan (Wood, 1986 dalam Jex & Britt, 2008).

2. Pengalaman bekerja pada posisi tertentu (*Job Experience*)

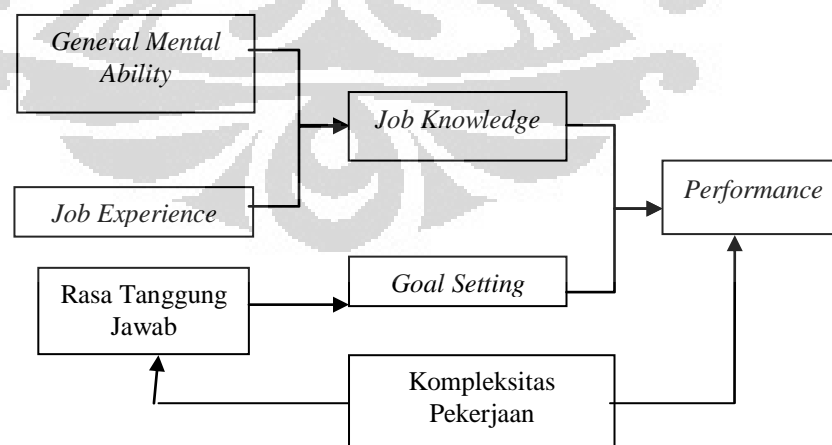
Pengalaman bekerja adalah variabel pembeda individu yang telah sering diteliti sebagai prediktor *job performance* (Jex & Britt, 2008). Sangat logis jika seseorang dengan pengalaman kerja yang lebih banyak akan memiliki *performance* yang lebih baik dibandingkan dengan orang yang hanya mempunyai sedikit pengalaman atau bahkan tidak memiliki pengalaman sama sekali. McDaniel et al. (1988 dalam Jex & Britt, 2008) menemukan bahwa pengalaman kerja adalah prediktor yang baik bagi pekerjaan dengan tingkat kompleksitas yang rendah dibanding pekerjaan dengan tingkat kompleksitas yang tinggi. Quinones, Ford dan Teachout (1995 dalam Jex & Britt, 2008) menegaskan pengalaman bekerja pada posisi tertentu tidak hanya dapat dilihat dari kuantitas tetapi juga kualitas. Pengalaman bekerja pada posisi tertentu dilihat secara kualitatif berkaitan tugas-tugas yang ditampilkan pada pekerjaan dan situasi yang ada pada pekerjaan tersebut.

3. Kepribadian (*Personality*)

Trait kepribadian yang secara konsisten ditemukan sebagai prediktor dari performa kerja atas berbagai pekerjaan adalah rasa tanggung jawab (Burrick & Mount, 1991, 2005; Dudley, Orvis, Lebiecki, & Cortina, 2006; Ones,

Viswesvaran, & Schmidt, 1993; Thoresen, Bradly, Bliese, & Thoresen, 2004 dalam Jex & Britt, 2008). Menurut Schmidt dan Hunter (1998), variabel yang menghubungkan antara rasa tanggung jawab dan *job performance* adalah pengetahuan pekerjaan. Individu dengan rasa tanggung jawab yang tinggi dianggap dapat memberikan waktu dan usaha untuk mencapai tingkat pengetahuan pekerjaan yang tinggi sehingga memiliki *performance* yang lebih baik dibandingkan individu yang mempunyai rasa tanggung jawab lebih rendah. Tanggung jawab dan performa kerja juga berhubungan dengan *goal setting* atau penentuan tujuan. Individu dengan rasa tanggung jawab tinggi menunjukkan kecenderungan yang tinggi untuk menentukan (mempersiapkan) kinerja yang berhubungan dengan tujuan yang nantinya akan mempengaruhi *job performance*. Terakhir tanggung jawab dan *job performance* juga dipengaruhi motivasi. Barrick, Stewan dan Piotrowski (2002 dalam Jex & Britt, 2008) menemukan bahwa rasa tanggung jawab berhubungan dengan perbandingan tingkat kinerja pekerja melalui usaha pekerja untuk menyelesaikan pekerjaan secara lebih saat bekerja dan mencapai posisi yang lebih tinggi. Gambar 2.1 dapat memberi gambaran umum tentang hubungan berbagai variabel dan *job performance*.

Gambar 2.1
Ringkasan Variabel-Variabel Paling Penting pada Perbedaan Individu sebagai Prediktor *job performance* menurut Jex dan Britt



2.2.3 Pengukuran *In-Role Performance*

Salah satu contoh pengukuran *performance* yang cukup terkini dilakukan oleh Van Dyne dan LePine (1998). *Job performance* diukur pada kedua kategori yaitu *in-role* dan *extra-role performance* yang dilakukan oleh karyawan, rekan kerja, dan atasan. *In-role performance* diukur melalui empat *item* yang menunjukkan sejauh apa karyawan mencapai tingkat *performance* berdasarkan ekspektasi yang diberikan, yaitu sesuai dengan deksripsi kerja. *Extra-role* diukur melalui tiga belas *item* yang menunjukkan tingkah laku yang tidak termasuk dalam tugas karyawan tetapi diharapkan muncul pada karyawan, seperti membantu rekan kerja dan bekerja sama dengan baik (Jex & Britt, 2008).

Campbell (1990) juga mengembangkan alat ukur *job performance* yang ditujukan pada tentara di Amerika Serikat. Campbell (1990) membagi *job performance* dalam dua kategori besar, yaitu *in-role* yang memiliki dua dimensi (*job specific* dan *nonjob specific task proficiency*) dan *extra-role performance* yang memiliki enam dimensi (*written and oral communication task proficiency*, *demonstrating effort*, *maintaining personal dicipline*, *facilitating peer and team performance*, *supervision/leadership*, dan *management/administration*). Akan tetapi, tidak semua dimensi tersebut tidak relevan untuk setiap pekerjaan (Jex & Britt, 2008). Campbell (1990) kemudian menyatakan bahwa hanya tiga dari delapan dimensi dalam alat ukur tersebut yang menjelaskan komponen *performance* utama pada setiap pekerjaan, yaitu *core task proficiency*, *demonstrating effort*, dan *maintanance of personal dicipline*.

Fang, Evans, dan Zou (2005) menyatakan bahwa pengukuran *job performance* pada tenaga penjualan pada umumnya dilakukan berdasarkan *outcome performance* (seperti penghasilan rupiah dari penjualan dan dibukanya akun baru) dan *behavior performance* (seperti aktivitas seorang tenaga penjualan, pengetahuan, dan keahlian). Pengukuran *in-role performance* dalam penelitian ini dilakukan oleh atasan langsung partisipan. Hal ini dilakukan atas adanya anggapan bahwa penilaian dari atasan langsung merupakan cara penilaian yang paling baik dibandingkan dengan penilaian oleh rekan kerja, komite penilai, penilaian oleh bawahan, maupun penilaian diri sendiri (Dessler, 2008). Anggapan ini berkaitan dengan posisi sebagai atasan langsung merupakan posisi terbaik

untuk mengobservasi dan mengevaluasi *performance* bawahan, dan bertanggung jawab atas *performance* bawahan-bawahannya (Dessler, 2008). Atasan merupakan pihak yang paling familiar dengan *performance* bawahannya dan dapat menghubungkan *performance* individu tujuan pekerjaan pada departemen dan organisasi (Cascio, 2003). Penilaian oleh rekan kerja dinilai menimbulkan *error* dimana para karyawan saling menilai dengan nilai yang tinggi. Sedangkan karyawan yang melakukan penilaian terhadap diri sendiri pada umumnya menilai dirinya berada pada tingkat yang lebih tinggi daripada ketika dinilai oleh atasan maupun rekan kerja (Dessler, 2008).

Dalam pengukuran *performance*, terdapat banyak potensi terjadinya *error*, antara lain penilai tidak memiliki kesempatan untuk mengobservasi *performance*, penilaian bias karena ada perbedaan perasaan suka atau tidak suka pada pihak yang dinilai, serta adanya perbedaan dalam standar penilaian antar penilai (Jex & Britt, 2008). Kekurangan tersebut dapat diatasi dengan mengonstruksi *behaviorally anchored rating scales* yang menjabarkan dengan jelas mengenai perilaku karyawan yang menunjukkan *performance* buruk, sedang, dan baik (Campbell, 1990).

2.3 *Sales Promotion Girls* (SPG) di PT X

SPG didefinisikan sebagai suatu pekerjaan yang berkaitan dengan pemasaran atau promosi suatu produk (www.obarsocial.com, 2011). Berdasarkan wawancara dengan manajemen PT X, terdapat beberapa kriteria yang ditetapkan oleh PT X untuk menjadi seorang SPG, antara lain: berusia antara 18-25 tahun, berpenampilan menarik dan atraktif, memiliki tinggi badan minimal 155 cm, berat badan minimal 45 kg, dan ukuran baju *medium*. Selain kriteria fisik, PT X juga mempertimbangkan kemampuan komunikasi dan kemampuan menjual. Hal ini berkaitan dengan tugas sehari-hari SPG yang kerap melakukan hubungan interpersonal baik dengan konsumen maupun pihak toko. Lebih lanjut lagi, SPG juga harus memenuhi tingkat pendidikan minimal SMA atau sederajat.

Untuk dapat bekerja dengan baik, seorang tenaga penjualan harus mempunyai pengetahuan tentang produk (*product knowledge*), keterampilan berkomunikasi yang baik, dan keterampilan diagnostik untuk memahami

kebutuhan konsumen dalam setiap usahanya menjual produk (Goodman, 1971). Selain itu, SPG memerlukan kemampuan berjualan dan persuasi serta informasi tentang produk kompetitor. Sebelum terjun ke lapangan, perusahaan membekali SPG dengan informasi produk (*product knowledge*) dan melatih kemampuan berjualan (*selling skill*) melalui *training*. Kedua *training* ini diadakan secara berkala agar terus diingat dan diaplikasikan oleh pada SPG. Kemampuan komunikasi yang baik disertai dengan informasi produk serta keterampilan berjualan yang telah dilatih sebelumnya dapat membantu SPG dalam mendorong terjadinya transaksi penjualan. Melalui komunikasi, SPG dapat menciptakan interaksi dengan konsumen. Kemampuan komunikasi juga akan membantu SPG dalam mendapatkan respon positif akan produk yang ditawarkan pada konsumen. Jika respon positif telah terbentuk pada konsumen, diharapkan penjualan akan terjadi dan tidak hanya pada saat itu saja tetapi dapat berjalan secara kontinyu (www.obarsocial.com, 2011).

Dalam menjalankan pekerjaannya sehari-hari, SPG dihadapkan dengan berbagai tuntutan tugas. Pada umumnya, SPG bertugas untuk melakukan kegiatan promosi untuk menjual produknya pada konsumen toko, menerangkan secara rinci produk yang dipromosikan, memberitahu kelebihan produk, cara menggunakan, kandungan produk, serta fungsi produk. Adapun tuntutan kerja lainnya yang ditetapkan oleh PT X adalah, memantau jumlah stok barang di toko, memesan dan memastikan produk untuk toko, menjaga kerapihan tampilan produk di toko, memantau aktivitas kompetitor, menanggapi keluhan serta kepuasan konsumen, membagikan hadiah pada konsumen, dan membuat laporan. Seluruh tuntutan kerja SPG tersebut pada akhirnya bertujuan untuk mendukung terjadinya transaksi penjualan produk yang ditawarkan. Tuntutan-tuntutan kerja inilah yang merupakan *in-role performance* pada SPG.

Berdasarkan wawancara, diketahui pula bahwa SPG dipimpin oleh seorang *team leader* (TL) dimana seorang TL membawahi sepuluh hingga lima belas orang SPG. SPG bekerja selama delapan jam setiap harinya. Dapat dikatakan bahwa SPG harus berada di toko sepanjang hari, kecuali pada hari-hari diadakannya pertemuan dengan TL maupun pihak manajemen PT X. SPG terikat

kontrak dalam jangka waktu tiga bulan. Setelah satu periode selesai, kontrak pada umumnya diperpanjang dengan mempertimbangkan *performance* SPG tersebut.

Penilaian *performance* dilakukan berdasarkan jumlah barang yang masuk ke toko, penampilan, *product knowledge*, *selling skill*, serta penjualan produk. Penilaian *performance* dilakukan oleh *team leader* setiap bulan yang tertuang dalam buku rapor SPG. Dari seluruh aspek penilaian *performance* pada SPG tersebut, penjualan produk merupakan tugas terpenting dari seorang SPG dimana penjualan mendapatkan porsi terbesar dalam penilaian *performance* tersebut, yaitu sebanyak 50%. Sedangkan 50% lainnya terdiri dari *product knowledge*, *selling skill*, dan penampilan. Setiap SPG menerima gaji pokok setiap bulannya yang disertai insentif yang besarnya tergantung penjualan yang dicapai selama satu bulan kebelakang.

2.4 Dinamika Hubungan antara *Psychological Capital* dan *In-Role Performance*

Psychological capital, apabila dijalankan dengan tepat, akan dapat memaksimalkan dan mewujudkan potensi-potensi yang ada ke dalam lingkungan pekerjaan (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). Dalam lingkungannya sebagai bagian dari *positive organizational behavior*, *psychological capital* juga dapat meningkatkan *performance* kerja individu dalam lingkungan kerjanya (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007).

Dalam dunia kerja, hubungan antara *self-efficacy* dan *performance* yang berkaitan dengan pekerjaan tidak dapat dipungkiri (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). Peneliti berasumsi bahwa SPG dengan tingkat *self-efficacy* yang tinggi akan dengan sadar menetapkan target yang lebih tinggi daripada target yang ditetapkan oleh perusahaan sehingga pada akhirnya mendapatkan jumlah insentif yang lebih besar. Hal ini juga dapat dilihat sebagai tantangan untuk mengembangkan diri ke arah yang lebih baik. Motivasi diri yang tinggi juga diperlukan untuk mendorong SPG dalam mencapai targetnya tersebut. Dengan adanya motivasi, SPG tidak mudah putus asa dan patah semangat dalam menjalankan pekerjaannya walaupun sedang menghadapi kesulitan. Selain itu, SPG juga akan dengan senang hati melakukan berbagai hal untuk mendapatkan

konsumen baru yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan, misalnya dengan mendatangi para konsumen toko dan menawarkan produk-produknya walaupun sedang tidak mencari produk yang ditawarkan oleh SPG tersebut. Dengan tercapainya target-target tersebut, dapat dikatakan bahwa SPG memiliki tingkat *performance* yang tinggi.

Karyawan yang *hopeful*, optimistik, *efficacious*, dan *resilient* dapat menghadapi hambatan dengan lebih baik pada konteks lingkungan dinamis dan global pada kebanyakan organisasi saat ini dibandingkan individu lain dengan tingkat *psychological capital* yang lebih rendah (Luthans, Avolio, Avey, & Norman, 2007). Lebih jauh lagi, Peterson dan Luthans (2003, dalam Luthans, Avolio, Avey, & Norman, 2007) menemukan bahwa tingkat *hope* manajer restoran cepat saji berhubungan dengan *performance* finansial unit yang ditangani, retensi, dan kepuasan kerja karyawan. Selain itu, tingkat *hope* pada pekerja pabrik di Cina juga berhubungan dengan *supervisory rated performance* dan kenaikan gaji (Luthans, Avolio, Walumbwa, & Li, 2005).

SPG dengan *hope* yang tinggi merupakan individu dengan keinginan dan motivasi kuat dalam menjalankan tugas-tugasnya. SPG juga harus memiliki perencanaan dalam menyelesaikan tugasnya sehingga dapat mencapai *performance* yang tinggi. Contohnya, SPG membagi target kerja bulanan mereka menjadi target kerja mingguan. Jika target minggu pertama tidak tercapai, SPG dapat menganalisis hal apa saja yang membuat dirinya tidak dapat mencapai target kemudian mengatur kembali target di minggu-minggu berikutnya sehingga tetap dapat mencapai target awal. Sebaliknya, jika target minggu pertama dapat dicapai, SPG juga dapat mengambil risiko dan memberikan tantangan bagi diri sendiri dengan menetapkan target mingguan baru yang lebih tinggi daripada sebelumnya.

Selanjutnya, dalam komponen *optimism*, studi yang dilakukan oleh Seligman (1998 dalam Luthans, Youssef, & Avolio, 2007) pada tenaga penjualan asuransi menemukan bahwa *sales representatives* yang optimis lebih berhasil daripada *sales representatives* yang pesimis dari waktu ke waktu, bahkan diantara mereka yang gagal dalam tes seleksi industri tradisional. Lebih lanjut lagi, Seligman (1998 dalam Luthans, Youssef, & Avolio, 2007) menyimpulkan bahwa *optimism* sangat penting dalam posisi tenaga penjualan asuransi, bahkan melebihi

pengetahuan teknisnya. Youssef dan Luthans (dalam Luthans, Avolio, Walumbwa, & Li, 2005) membuktikan bahwa *optimism* karyawan berkaitan dengan evaluasi *performance*, *job satisfaction*, dan kebahagiaan.

SPG dengan *optimism* yang tinggi dapat dengan mudah menerima adanya perubahan, misalnya ketika muncul produk baru atau pergantian sistem promosi. SPG dapat dengan cepat menyesuaikan diri dan kembali fokus pada pekerjaannya tanpa terganggu dengan adanya juga dapat melihat adanya kesempatan untuk berkembang di masa yang akan datang, misalnya dengan bekerja dan mencapai penjualan melebihi target selama beberapa bulan berturut-turut, SPG bisa mendapatkan kesempatan untuk dipromosikan menjadi *team leader*. Kesempatan tersebut pada dasarnya terbuka untuk seluruh SPG, tetapi hanya SPG dengan tingkat *optimism* tinggi yang dapat memanfaatkan kesempatan tersebut.

Penelitian pada komponen *resiliency* yang dilakukan oleh Luthans, Avolio, Walumbwa, dan Li (2005) menemukan hubungan signifikan antara *resiliency* pekerja Cina yang sedang berada dalam perubahan dan transformasi yang signifikan dan *rated performance* mereka. Selain itu, Maddi (1987 dalam Luthans, Avolio, Walumbwa, & Li, 2005) menjelaskan bahwa karyawan yang *hardy* dan *resilient* pada sebuah firma yang sedang mengalami pengurangan karyawan secara besar-besaran dapat mempertahankan kesehatan, kebahagiaan, dan *performance* mereka.

Ketika menghadapi kesulitan seperti ditolak konsumen atau gagal mencapai target penjualan, SPG dengan *resiliency* yang tinggi dapat bangkit kembali dari keadaan negatif tersebut, tidak berlarut-larut dalam kesedihan dan kembali melaksanakan pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya. Lebih jauh lagi, tidak hanya kembali ke keadaan normal dari suatu kondisi yang tidak menyenangkan, individu dengan tingkat *resiliency* yang tinggi dapat bangkit dan mencapai *performance* yang lebih tinggi daripada sebelumnya.

Berdasarkan ilustrasi contoh yang telah dijelaskan di atas, peneliti berasumsi bahwa SPG dengan tingkat *psychological capital* yang tinggi akan memiliki *job performance* yang tinggi pula. Tingkat *psychological capital* yang tinggi dapat dilihat berdasarkan perilaku-perilaku berkaitan dengan keempat komponen pembentuknya yaitu *self-efficacy*, *hope*, *optimism*, dan *resiliency*.

BAB 3

METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai masalah penelitian, hipotesis, variabel-variabel yang akan diteliti termasuk definisi konseptual dan operasional dari masing-masing variabel. Selain itu, bab ini juga akan menjelaskan tentang metode penelitian yang terdiri dari tipe dan desain penelitian, partisipan, metode pengumpulan data, instrumen, prosedur penelitian dan metode analisis.

3.1 Masalah Penelitian

Masalah penelitian yang dijelaskan dalam bagian ini terdapat dua jenis yaitu masalah konseptual dan masalah operasional.

3.1.1 Masalah Konseptual

Masalah konseptual pada penelitian ini adalah: “Apakah terdapat hubungan antara *psychological capital* dan *in-role performance* pada *sales promotion girl* (SPG)?”

3.1.2 Masalah Operasional

Masalah operasional pada penelitian ini adalah: “Apakah terdapat korelasi yang signifikan antara skor total *psychological capital* dari alat ukur *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ) dan skor total *in-role performance* dari alat ukur *In-Role Performance* (IRP) pada SPG?”

3.2 Hipotesis Penelitian

Berikut adalah dua jenis hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini, yaitu Hipotesis Null (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_a).

3.2.1 Hipotesis Alternatif (H_a)

H_a : Skor total *psychological capital* dari alat ukur PCQ berkorelasi secara signifikan dengan skor total *in-role performance* dari alat ukur IRP pada SPG.

3.2.2 Hipotesis Null (H_0)

H_0 : Skor total *psychological capital* dari alat ukur PCQ tidak berkorelasi secara signifikan dengan skor total *in-role performance* alat ukur IRP pada SPG.

3.3 Variabel penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian korelasional yang menggunakan dua variabel, yaitu *psychological capital* dan *in-role performance*. Pada subbab ini akan dijelaskan definisi konseptual dan operasional kedua variabel tersebut.

3.3.1 Variabel *Psychological Capital*

Variabel pertama di dalam penelitian ini adalah *psychological capital*. Definisi konseptual dari *psychological capital* adalah keadaan perkembangan psikologis yang positif dengan empat karakteristik yaitu *self-efficacy*, *optimism*, *hope*, dan *resiliency* (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). Definisi operasional dari variabel *psychological capital* dalam penelitian ini adalah skor total yang diperoleh dari alat ukur *Psychological Capital Questionnaire* (PCQ) yang diadaptasi dari Luthans, Youssef, dan Avolio (2007). Skor total tersebut diperoleh dari skor empat komponen yang membentuk *psychological capital* yaitu *self efficacy*, *optimism*, *hope*, dan *resiliency*. Semakin tinggi skor total yang diperoleh menunjukkan semakin tinggi tingkat *psychological capital* individu tersebut.

3.3.2 Variabel *In-role Performance*

Variabel kedua yang diteliti di dalam penelitian ini adalah *in-role performance* yang merupakan bagian dari konstruk *job performance*. Dalam penelitian ini, kategori *job performance* yang akan diukur hanyalah *in-role performance*. Keputusan ini dibuat berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pihak PT X yang menyatakan bahwa *job performance* pada SPG hanya diukur berdasarkan berbagai poin yang tercantum pada deskripsi kerja mereka dan tidak mempertimbangkan hal-hal diluar tuntutan tugasnya tersebut. Pemisahan kategori *in-role* dan *extra-role performance* dapat dilakukan berdasarkan hasil penelitian Van Dyne dan LePine (1998) yang menyatakan bahwa *in-role*, *helping*, dan *voice* dapat dibedakan secara empiris.

Oleh karena itu, definisi konseptual *in-role performance* adalah perilaku yang dituntut atau diharapkan dan merupakan dasar dari *job performance* reguler dan yang sedang berjalan (Katz, 1964 dalam Van Dyne & LePine, 1998). Selanjutnya, definisi operasionalnya adalah skor total yang diperoleh dari alat ukur *In-Role Performance* yang diadaptasi dari alat ukur yang dikembangkan oleh Van Dyne dan LePine (1998) dimana semakin tinggi skor yang diperoleh individu menunjukkan semakin tinggi tingkat *in-role performance* individu tersebut.

3.4. Tipe dan Desain Penelitian

Berikut ini akan dijelaskan mengenai tipe dan desain yang digunakan dalam penelitian ini.

3.4.1 Tipe penelitian

Kumar (2005) menggolongkan tipe penelitian berdasarkan tiga aspek yaitu aplikasi, tujuan, dan tipe pencarian informasi. Berdasarkan aplikasi, penelitian ini termasuk dalam tipe penelitian aplikatif (*applied research*) yang merupakan penelitian dimana teknik, prosedur, dan metode dalam penelitian tersebut diaplikasikan pada sekumpulan informasi mengenai berbagai aspek dari sebuah situasi, isu, masalah, atau fenomena sehingga informasi yang didapatkan dari penelitian dapat bermanfaat—seperti pembentukan peraturan, administrasi, dan peningkatan pemahaman akan suatu fenomena (Kumar, 2005). Berdasarkan tujuan, penelitian ini digolongkan dalam penelitian korelasional karena bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan/asosiasi/saling ketergantungan antara dua aspek situasi atau lebih (Kumar, 2005). Furlong, Lovelace & Lovelace (2000) menyatakan bahwa penelitian korelasional tidak menggunakan manipulasi dari sebuah variabel bebas sehingga dapat dikatakan penelitian korelasional memiliki pendekatan *non-intervention*. Berdasarkan tipe pencarian informasi, penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dimana penelitiannya ingin menguantifikasi data yang diperoleh ke dalam bentuk angka-angka yang kemudian diolah dengan perhitungan statistik untuk mengetahui hubungan antarvariabel (Kumar, 1996). Dijelaskan pula bahwa penelitian kuantitatif dilakukan berdasarkan pengukuran terhadap respon individual untuk mendapatkan

skor yang akan digunakan dalam analisis statistik untuk mendapatkan hasil keseluruhan dan juga interpretasi (Gravetter & Forzano, 2009).

3.4.2 Desain penelitian

Kumar (2005) membagi desain penelitian menjadi tiga perspektif yaitu, *number of contacts*, *reference period*, dan *nature of investigation*. *Number of contacts* mengacu pada berapa kali peneliti mengambil data pada partisipan. Dalam penelitian ini, peneliti hanya melakukan satu kali kontak dengan partisipan. Oleh karena itu, penelitian ini dapat digolongkan sebagai penelitian *cross-sectional* dimana desain ini cocok untuk meneliti fenomena, situasi, masalah, tingkah laku atau isu, dengan melakukan satu kali pengambilan data partisipan (Kumar, 2005). Desain ini berguna untuk mendapatkan gambaran umum partisipan pada saat dilakukannya penelitian (Kumar, 2005). Berdasarkan periode referensi, penelitian ini termasuk dalam penelitian retrospektif yang menginvestigasi fenomena, situasi, masalah, atau isu yang telah terjadi di masa lalu atau sudah ada sebelumnya (Kumar, 2005), yaitu tingkat *psychological capital* dan *in-role performance* pada SPG yang telah ada. Berdasarkan sifatnya, penelitian ini dapat digolongkan sebagai penelitian non-eksperimental dimana dalam penelitian ini tidak dilakukan manipulasi atau kontrol terhadap variabel yang diteliti namun hanya melakukan pengamatan dan berusaha menjelaskan hubungan dari kondisi variabel-variabel yang diteliti (Kumar, 2005).

3.5 Partisipan Penelitian

Dalam subbab ini akan dijelaskan berbagai informasi yang terkait dengan partisipan dalam penelitian ini seperti karakteristik, jumlah, dan teknik pengambilan sampel.

3.5.1 Karakteristik Partisipan Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah *sales promotion girls*. Penelitian ini dilakukan pada sebuah perusahaan produk susu dan turunannya, yaitu PT X. PT X dipilih karena adanya kemudahan akses bagi peneliti untuk melakukan penelitian pada perusahaan tersebut. Selain itu, PT X juga memproduksi susu berkalsium

untuk dewasa yang dikenal luas oleh masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, peneliti beranggapan bahwa SPG di PT X dapat mewakili SPG pada umumnya dari segi jumlah dan kualitas.

PT X memiliki lebih dari seribu SPG yang tersebar di seluruh Indonesia yang bertugas untuk mempromosikan dan menjual produk PT X. seluruh SPG dalam penelitian ini bertugas di daerah Jabodetabek dengan masa kerja sekurang-kurangnya satu bulan. Hal ini ditujukan untuk mendapatkan informasi mengenai pencapaian target penjualan terakhir sebagai salah satu data demografis para SPG. SPG pada PT X menangani tiga jenis produk susu, yaitu produk A, B, dan C. Produk A merupakan produk susu berkalsium untuk usia 19 tahun ke atas. Produk B merupakan produk susu berkalsium untuk remaja. Sedangkan produk C merupakan produk susu untuk ibu hamil, ibu menyusui, serta untuk bayi.

Peneliti membagi kelompok partisipan berdasarkan tahap perkembangan karir yang dinyatakan oleh Dessler (2008), yaitu tahap eksplorasi, tahap pematangan, dan tahap pemeliharaan. Tahap eksplorasi (15 – 24 tahun), yaitu tahap dimana seseorang berusaha menggali berbagai alternatif kemampuan secara serius dengan membandingkan alternatif yang ada. Tahap pematangan (25 – 44 tahun), yaitu tahap dimana seseorang telah memasuki inti kehidupan bekerja pada umumnya. Sedangkan tahap pemeliharaan (45 – 65 tahun), yaitu tahap dimana seseorang telah menciptakan suatu tempat dalam dunia kerja dan semua upaya umumnya diarahkan untuk mengamankan tempat tersebut. Selain masa kerja dan batasan usia, tidak ada batasan pada penghasilan, maupun tingkat pendidikan pada partisipan yang menjadi sampel pada penelitian ini. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai tingkat *psychological capital* dan *in-role performance* pada SPG-SPG tersebut.

3.5.2 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dimana tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel dalam penelitian (Kumar, 2005). Lebih spesifik lagi, penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* dimana pemilihan partisipan hanya didasarkan pada ketersediaan atau kemudahan

untuk mengakses partisipan (Kumar, 2005). Peneliti mencari partisipan berdasarkan data jumlah SPG yang didapatkan dari PT X. Selanjutnya peneliti membagikan kuisisioner pada setiap SPG dari tiga produk susu dan mengumpulkan kembali kuisisioner yang telah diisi. Menurut Kumar (2005) metode ini memudahkan untuk mengakses sampel dari populasi dan cara yang lebih murah dalam menyeleksi partisipan.

3.5.3 Jumlah Partisipan Penelitian

Sampel penelitian haruslah representatif mewakili populasi karena sampel yang cukup besar dan mendekati populasi akan dapat menggambarkan kondisi dari atribut penelitian yang ada pada populasi (Guilford & Fruchter, 1978). Selanjutnya, Gravetter dan Wallnau (2007) menyatakan bahwa diperlukan sekurang-kurangnya tiga puluh sampel untuk distribusi data dapat dikatakan mendekati kurva normal. Di sisi lain, Kumar (2005) juga menjelaskan bahwa semakin besar jumlah sampel yang digunakan, semakin akurat pula data penelitian yang dihasilkan dalam menggambarkan populasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar sampel penelitian yang digunakan, maka semakin kecil perbedaan antara sampel dengan nilai populasi (Anastasi & Urbina, 1997). Oleh karena itu, peneliti menyebarkan kuisisioner kepada 280 SPG yang bekerja pada tiga produk susu yang diproduksi oleh PT X.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Kumar (2005) menggolongkan teknik pengumpulan data menjadi dua yaitu dari sumber primer dan sumber sekunder. Berdasarkan hal itu, penelitian ini mengaplikasikan teknik pengumpulan data dari sumber primer yang didapatkan melalui observasi, wawancara, kuisisioner, dan skala sikap (Kumar, 2005). Dalam penelitian ini, alat yang digunakan untuk mengumpulkan data menggunakan instrumen berupa skala sikap. Pada penelitian ini tipe skala sikap yang akan digunakan adalah skala Likert yang merupakan skala sikap yang paling mudah dibentuk. Skala Likert memiliki asumsi bahwa setiap item yang digunakan memiliki bobot yang sama dan bertujuan untuk mengukur sikap seseorang terhadap suatu persoalan (Kumar, 2005). Pada penelitian ini peneliti ingin melihat

sikap SPG terhadap *psychological capital* dan *in-role performance* yang diukur oleh atasan langsung mereka.

3.7 Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini digunakan dua buah alat ukur yang mewakili setiap variabel. Alat ukur pertama, yaitu PCQ, mengukur tingkat *psychological capital*. Alat ukur kedua, yaitu IRP, bertujuan untuk mengukur tingkat *in-role performance* pada partisipan.

3.7.1 Alat Ukur *Psychological Capital*

Instrumen yang digunakan untuk mengukur *psychological capital* dalam penelitian ini adalah alat ukur PCQ yang dikembangkan oleh Luthans, Youssef, dan Avolio (2007). Alat ukur tersebut kemudian diterjemahkan dari bahasa Inggris menjadi bahasa Indonesia untuk kepentingan penelitian ini. Di dalam alat ukur ini terdapat 24 *item* yang terdiri dari empat komponen yaitu *self-efficacy*, *optimism*, *hope*, dan *resiliency*. Setiap komponen tersebut masing-masing enam *item*. Alat ukur ini akan ditunjukkan kepada SPG untuk melihat tingkat *psychological capital* dalam diri mereka.

Tabel 3.1

Komponen Psychological Capital

Komponen	No. <i>Item</i>	Contoh <i>Item</i>
<i>Self-efficacy</i>	1, 2, 3, 4, 5, 6	Saya mampu memberikan kontribusi dalam rapat strategi organisasi (3)
<i>Hope</i>	7, 8, 9, 10, 11, 12	Terdapat berbagai alternatif solusi dibalik setiap masalah (9)
<i>Resiliency</i>	13*, 14, 15, 16, 17, 18	Saya biasa mengatasi dengan mudah hal-hal yang membuat stres saat bekerja (16)
<i>Optimism</i>	19, 20*, 21, 22, 23*, 24	Saya optimis dengan apapun yang mungkin terjadi pada pekerjaan saya di masa depan (22)

**item unfavorable*

3.7.1.1 Metode Scoring PCQ

Alat ukur PCQ menggunakan skala Likert dengan pilihan respon dari 1 hingga 6 yaitu dari “*Strongly Disagree*” hingga “*Strongly Agree*” yang kemudian diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia menjadi “Sangat Tidak Setuju (STS)” dengan skor 1 hingga respon “Sangat Setuju (SS)” dengan skor 6. Pada alat ukur ini, terdapat tiga *item unfavorable* sehingga pemberian skor pada *item-item* tersebut dibalik dimana respon “Sangat Tidak Setuju (STS)” memiliki skor 6 hingga respon “Sangat Setuju (SS)” memiliki skor 1. *Scoring* alat ukur ini dilakukan dengan menjumlahkan seluruh respon partisipan pada *item favorable* dan *unfavorable* sehingga didapatkan skor total. Skor total PCQ berada dalam rentang 24–144. Namun, skor yang dapat dihasilkan oleh alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini berkisar dari 21-126, berdasarkan penghapusan *item* nomor 13, 20, dan 23.

3.7.1.2 Uji Coba Alat Ukur PCQ

Proses yang dilalui sebelum melakukan pengambilan data adalah melakukan adaptasi alat ukur dengan menerjemahkan setiap *item* dari bahasa Inggris menjadi bahasa Indonesia. Proses penerjemahan ini dilakukan agar *item-item* tersebut dapat dengan mudah dimengerti oleh partisipan yang mengisi tanpa mengubah makna dari alat ukur yang dikembangkan oleh Luthans, Youssef, dan Avolio (2007). Penerjemahan ini dilakukan bersama dengan kelompok payung penelitian serta dosen pembimbing. Dengan adanya kehadiran dosen pembimbing dalam proses penerjemahan ini, alat ukur ini juga sudah melalui proses *expert judgement* sehingga penelitian ini bisa langsung dilanjutkan ke tahapan selanjutnya yaitu tahap uji coba.

Uji coba alat ukur PCQ dilakukan bersama-sama dengan kelompok payung penelitian pada 274 pekerja pada berbagai perusahaan. Tujuan dilakukannya uji coba ini adalah untuk mengetahui reliabilitas dan validitas alat ukur yang telah diterjemahkan sehingga *item-item* dapat diperbaiki dan disempurnakan sebelum memulai proses pengambilan data. Tujuan dilakukannya tahap uji coba dengan kelompok payung penelitian adalah untuk melihat gambaran yang lebih menyeluruh mengenai kualitas alat ukur PCQ. Dari tahap uji

coba, didapatkan hasil uji reliabilitas alat ukur PCQ secara keseluruhan memiliki nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,822. Menurut Anastasi & Urbina (1997), nilai ini menandakan bahwa alat ukur PCQ sudah konsisten antaritem dalam mengukur *psychological capital* karena nilai tersebut sudah berada di atas batas minimal reliabilitas yaitu 0,7.

Selanjutnya, dilakukan pula pengujian validitas alat ukur PCQ tersebut dengan menggunakan metode *internal consistency* yaitu skor yang didapatkan pada subtes dibandingkan dengan skor total tes tersebut (Anastasi & Urbina, 1997). Tujuan dilakukannya pengujian validitas adalah untuk mengetahui apakah *item-item* pada alat ukur PCQ benar-benar mengukur *psychological capital*. Aiken & Groth-Marnat (2006) menetapkan batas minimal indeks korelasi *item* untuk dapat dikatakan valid adalah 0,2.

Berdasarkan hasil uji validitas, nilai validitas *item* alat ukur PCQ berada dalam rentang -0,195 hingga 0,593 dimana terdapat empat *item* yang memiliki indeks *corrected item-total correlation* dibawah 0,2. *Item* 13 memiliki indeks validitas sebesar 0,146, *item* 20 memiliki indeks validitas dengan nilai -0,195, *item* 23 memiliki indeks validitas sebesar -0,060, dan *item* 24 memiliki indeks validitas sebesar 0,182. Berdasarkan hasil uji validitas tersebut, peneliti menghapus dua *item* dengan nilai negatif, yaitu *item* 20 dan 23. Selain itu, peneliti juga memutuskan untuk menghapus *item* 13 karena memiliki indeks validitas di bawah 0,2, yaitu 0,146. *Item* ini termasuk dalam komponen *resiliency* sehingga jumlah *item* pada komponen tersebut berkurang menjadi lima *item*. Akan tetapi, peneliti memutuskan untuk mempertahankan *item* 24 yang memiliki indeks validitas 0,182 karena masih mendekati batas minimal indeks validitas yaitu 0,2. Selain itu, peneliti telah menghapus dua dari enam *item* pada komponen *optimism*, yaitu *item* 20 dan 23. Jika *item* 24 juga dihapus maka jumlah *item* yang tersisa hanya tiga *item*. Dalam hal ini, peneliti mengkhawatirkan ketiga *item* yang tersisa tidak cukup mewakili komponen *optimism* yang ingin diukur. Setelah melakukan penghapusan *item*, nilai reliabilitas alat ukur PCQ24 naik menjadi 0,862 dengan indeks validitas berkisar antara 0,169 – 0,630. Berdasarkan perubahan ini, rentang skor yang dihasilkan dari alat ukur ini antara 21–126.

Tabel 3.2

Komponen Psychological Capital Setelah Uji Coba

Komponen	No. Item	Jumlah Item
<i>Self-efficacy</i>	1, 2, 3, 4, 5, 6	6
<i>Hope</i>	7, 8, 9, 10, 11, 12	6
<i>Resiliency</i>	14, 15, 16, 17, 18	5
<i>Optimism</i>	19, 21, 22, 24	4

3.7.2 Alat Ukur *In-Role Performance*

Penelitian ini menggunakan alat ukur *job performance* yang dikembangkan oleh Van Dyne dan LePine (1998). Alat ukur ini terdiri dari dua kategori yaitu, *in-role* dan *extra-role*. Dalam hal ini, peneliti ingin memfokuskan penelitian pada *in-role performance* saja. Pada kategori *in-role performance* terdapat empat *item*. Peneliti kemudian menerjemahkan keempat *item* ini dari bahasa Inggris menjadi bahasa Indonesia. Alat ukur ini akan ditujukan pada atasan langsung SPG, yaitu *Team Leader* (TL). Hal ini berkaitan dengan penilaian *performance* yang lebih objektif jika dilakukan oleh atasan daripada melakukan penilaian tersebut sendiri.

3.7.2.1 Metode Scoring IRP

Alat ukur *In-Role Performance* yang dikembangkan oleh Van Dyne dan LePine (1998) menggunakan skala Likert dengan rentang pilihan respon dalam rentang 1 – 7 yaitu dari “*Strongly Disagree*” hingga “*Strongly Agree*”. Dalam penelitian ini, peneliti mengubah rentang skala tersebut menggunakan skala Likert dengan pilihan respon dari 1 hingga 6 yaitu dari “*Strongly Disagree*” hingga “*Strongly Agree*” dengan menghilangkan skala 4 (netral) pada alat ukur asli. Pengurangan pilihan respon ini dilakukan untuk menghindari *error* yang sering terjadi di Indonesia jika individu dihadapkan dengan pilihan respon berjumlah ganjil. Terdapat kecenderungan bahwa individu akan menjawab pilihan tengah, dalam hal ini netral (skala 4). Alat ukur ini kemudian diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia menjadi “Sangat Tidak Setuju (STS)” dengan skor 1 hingga respon “Sangat Setuju” dengan skor 6. Pada alat ukur ini, keempat *item* merupakan *item favorable* sehingga tidak ada *item* yang perlu dibalik dalam pemberian skornya. Rentang skor yang dihasilkan dari alat ukur ini antara 4 – 24.

Universitas Indonesia

3.7.2.2 Uji Coba Alat Ukur IRP

Sebelum melakukan uji coba, peneliti menerjemahkan alat ukur Van Dyne dan LePine (1998) terlebih dahulu. Proses penerjemahan alat ukur ini sama dengan proses yang dilalui pada alat ukur PCQ. Uji coba alat ukur IRP dilakukan pada 37 tenaga penjualan yang bekerja di berbagai perusahaan. Dari tahap uji coba, didapatkan hasil uji reliabilitas alat ukur *in-role performance* secara keseluruhan memiliki *Alpha Cronbach* sebesar 0,773. Menurut Anastasi & Urbina (1997), nilai ini menandakan bahwa alat ukur IRP sudah konsisten antaritem dalam mengukur *in-role performance* karena nilai tersebut sudah berada di atas batas minimal reliabilitas yaitu 0,7. Van Dyne dan LePine (1998) menggunakan alat ukur yang sama untuk mengukur penilaian *performance* oleh diri sendiri, atasan, dan rekan kerja. Van Dyne dan LePine (1998) mengganti kata ‘saya’ untuk menilai diri sendiri, ‘subordinat’ untuk penilaian oleh atasan langsung, dan ‘rekan kerja’ untuk penilaian oleh rekan kerja. Dalam tahap uji coba ini, alat ukur IRP diisi oleh tenaga penjualan itu sendiri sedangkan dalam tahap pengambilan data, alat ukur *in-role performance* ini diisi oleh atasan langsung tenaga SPG tersebut.

Selanjutnya, dilakukan pula pengujian validitas alat ukur *in-role performance* tersebut dengan menggunakan metode *internal consistency*. Berdasarkan hasil uji validitas, nilai validitas *item* alat ukur ini berada dalam rentang 0,471 hingga 0,688. Berdasarkan hasil uji validitas alat ukur yang secara keseluruhan $>0,2$, maka peneliti tidak melakukan perubahan apapun pada alat ukur untuk kemudian digunakan dalam tahap pengambilan data.

3.8 Prosedur Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan melalui beberapa tahapan seperti tahapan persiapan penelitian, tahapan pelaksanaan penelitian, serta tahapan pengolahan data yang akan dijabarkan di bawah ini. Akan dijelaskan pula metode pengolahan data yang digunakan dalam mengolah data pada penelitian ini.

3.8.1 Tahap Persiapan

Beberapa persiapan yang dilakukan oleh peneliti sebelum memulai penelitian diantaranya adalah pencarian literatur, pencarian alat ukur, konsultasi

dengan dosen pembimbing penelitian, berdiskusi dengan tim peneliti lainnya, modifikasi dan adaptasi *item* alat ukur, *expert judgment*, uji coba alat ukur, uji validitas dan reliabilitas, revisi *item* alat ukur, membuat permohonan izin untuk melakukan penelitian pada perusahaan yang bersangkutan, mencetak dan memperbanyak kuesioner, serta mempersiapkan *reward*.

3.8.2 Tahap Pelaksanaan

Sebelum melaksanakan penelitian, peneliti melakukan uji coba terhadap kedua alat ukur dari kedua variabel yang telah diadaptasi menjadi bahasa Indonesia. Alat ukur *psychological capital* diujicobakan pada 274 pekerja sedangkan alat ukur *in-role performance* diujicobakan pada 37 tenaga penjualan. Tahap berikutnya adalah melakukan penghapusan *item-item* pada alat ukur PCQ yang tidak valid. Setelah mendapatkan kedua alat ukur yang telah valid dan reliabel, peneliti membuat *booklet* yang terdiri dari kata pengantar, lembar persetujuan, petunjuk pengisian, kedua alat ukur, serta data diri yang kemudian diperbanyak sesuai dengan jumlah partisipan yang diteliti.

Peneliti melaksanakan proses pengambilan data pada 280 SPG yang bekerja di PT X dari tanggal 1 – 10 Mei 2012. Proses pengambilan data dilakukan dengan cara menghadiri tujuh sesi *training* SPG yang sedang diberikan dari PT X. Peneliti diberikan waktu di awal atau akhir sesi pelatihan oleh penyelenggara untuk menyebarkan *booklet* instrumen penelitian ini. Setelah dibagikan, peneliti menjelaskan secara verbal mengenai cara mengisi instrumen penelitian tersebut. Peneliti juga menjelaskan secara mengisi instrumen penelitian pada atasan SPG (TL) dalam menilai bawahan-bawahannya. Kemudian peneliti memberikan waktu pada partisipan untuk mengisi *booklet* tersebut. Setelah selesai, *booklet* langsung dikembalikan kepada peneliti dan diberikan *reward* kepada partisipan. Dalam tahap pelaksanaan ini, *booklet* yang dikembalikan pada peneliti setelah pengisian adalah 280 *booklet*.

3.8.3 Tahap Pengolahan Data

Data yang telah dikumpulkan pada tahap pelaksanaan diseleksi agar kuesioner yang tidak diisi dengan lengkap tidak dimasukkan dalam pengolahan

data. Setelah kuesioner diseleksi, didapatkan bahwa hanya 221 dari 280 kuesioner yang dapat diolah dalam penelitian ini. Data yang dapat digunakan dalam penelitian ini diolah secara kuantitatif dengan program IBM SPSS Statistic Version 20.

3.8.4 Metode Pengolahan Data

Metode dan teknik statistika yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, *Pearson product-moment*, *One-Way Analysis of Variance* (ANOVA), dan analisis regresi. Metode statistik deskriptif digunakan untuk mendapatkan nilai *mean*, standar deviasi, dan frekuensi pada setiap variabel. Dengan *mean* dan standar deviasi untuk menentukan norma sehingga dapat dilihat tingkat secara keseluruhan setiap komponen dari variabel pada partisipan. Norma dibagi menjadi tiga kategori, yaitu rendah (di bawah -1 SD dari *mean*), sedang (di antara -1 SD dan +1 SD dari *mean*) dan tinggi (di atas +1 SD dari *mean*). Berdasarkan kategori-kategori tersebut, peneliti kemudian melihat frekuensi partisipan dalam setiap kategori. Metode ini diterapkan pada kedua variabel.

Metode lainnya yang digunakan untuk melihat korelasi antara kedua variabel adalah *Pearson product-moment*. Hal tersebut berkaitan dengan kedua alat ukur yang merupakan skala interval. Korelasi ini digunakan untuk menguji adanya hubungan antara *psychological capital* dan *in-role performance* pada SPG.

Metode selanjutnya yang digunakan dalam penelitian ini adalah *One-Way Analysis of Variance* (ANOVA). Metode ini digunakan untuk mengetahui signifikansi perbedaan *mean* antara lebih dari dua kelompok sebagai satu variabel terhadap variabel lainnya. Teknik ini digunakan untuk mengetahui signifikansi perbedaan *mean* pada data demografis partisipan, yaitu usia, pendidikan terakhir, masa kerja, penghasilan pokok bulanan, produk yang ditangani, dan persentase pencapaian target penjualan.

Metode statistik terakhir yang digunakan dalam penelitian ini adalah *multiple regression*. Metode ini bertujuan untuk melihat sumbangan setiap komponen pada suatu variabel pada variabel lainnya. Dalam metode ini dapat dilihat pula komponen mana pada suatu variabel yang memberikan sumbangan paling besar pada variabel lainnya.

BAB 4

HASIL DAN ANALISIS PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini, peneliti akan memaparkan hasil yang diperoleh dari penelitian berdasarkan analisis hasil secara statistik. Hasil penelitian yang akan dijabarkan meliputi gambaran umum partisipan, gambaran umum hasil utama penelitian, dan hasil tambahan penelitian. Jumlah partisipan dalam penelitian ini sejumlah 221 orang SPG.

4.1. Gambaran Umum Partisipan

Berikut ini akan dipaparkan gambaran umum partisipan penelitian berdasarkan data demografis partisipan, gambaran *psychological capital*, dan gambaran *in-role performance* pada partisipan penelitian.

4.1.1 Gambaran Demografis Partisipan

Pada saat pengambilan data, peneliti menyebarkan 280 kuesioner kepada SPG PT X. Peneliti menyebarkan kuesioner tersebut pada tujuh sesi *training* SPG sehingga setiap kuesioner yang disebarkan dapat kembali kepada peneliti. Akan tetapi, hanya 221 dari 280 kuesioner yang dapat digunakan dan diolah datanya. Kuesioner yang tidak dapat digunakan dalam penelitian ini disebabkan oleh ketidaklengkapan pengisian kuesioner oleh partisipan, baik pada bagian data diri atau identitas partisipan maupun pada alat ukur kedua variabel yang diteliti.

Gambaran demografis penyebaran partisipan diperoleh melalui data diri atau identitas partisipan yang terletak di halaman terakhir pada kuesioner penelitian. Data diri yang dicantumkan antara lain jenis kelamin, usia, masa kerja, pendidikan terakhir, produk yang ditangani, gaji pokok bulanan, serta persentase pencapaian target kerja bulan April 2012. Peneliti kemudian melakukan pengelompokan sebagai dasar penjelasan pada data demografis. Distribusi frekuensi dari gambaran demografis tersebut dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut.

Tabel 4.1

Gambaran Demografis Partisipan

Data Partisipan	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
Perempuan	221	100%
Kelompok Usia		
18 – 24 tahun	134	60,6%
25 – 39 tahun	87	39,4%
Pendidikan Terakhir		
SMA	216	97,7%
Diploma	3	1,4%
S1	2	0,9%
Masa Kerja		
< 1 tahun	89	40,3%
1 – 2 tahun	62	28,1%
2 – 3 tahun	32	14,5%
3 – 4 tahun	25	11,3%
> 4 tahun	13	5,9%
Gaji Pokok Bulanan		
Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000	111	50,2%
Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000	99	44,8%
Rp 2.000.001 – Rp 2.500.000	9	4,1%
Rp 2.500.001 – Rp 3.000.000	2	0,9%
Persentase Pencapaian Target Penjualan April 2012		
< 50 %	4	1,8%
50,01 % - 75 %	14	6,3%
75,01 % – 100%	78	35,3%
100,01 % - 125 %	100	45,2%
125,01 % - 150 %	18	8,1%
> 150,01 %	7	3,2%
Produk yang Ditangani		
A (Susu kalsium dewasa)	144	67,6%
B (Susu kalsium remaja)	58	26,2%
C (Susu ibu hamil, menyusui, bayi)	19	8,6%

Berdasarkan tabel 4.1, diketahui bahwa semua SPG dalam penelitian ini berjenis kelamin wanita, yaitu sebanyak 221 orang. Hal ini berkenaan dengan pekerjaan sebagai *sales promotion girl* yang memang pada umumnya dilakoni oleh wanita. Selanjutnya, usia termuda SPG dalam penelitian ini adalah 18 tahun dan yang tertua yaitu 39 tahun. Diketahui pula bahwa SPG dengan frekuensi terbanyak berada pada tahap eksplorasi (18 – 24 tahun) yaitu sebanyak 134 orang (60,6%). Di samping itu, terdapat SPG dengan kelompok usia 25 – 39 tahun, yaitu sebanyak 87 orang (39,4%), yang tergolong dalam tahap pematangan.

Dalam hal pendidikan, 216 orang (97,7%). SPG menempuh Sekolah Menengah Atas (SMA) sebagai pendidikan terakhirnya. Berdasarkan tabel, dapat dilihat bahwa latar belakang pendidikan tertinggi SPG dalam penelitian ini adalah S1 dan yang terendah adalah SMA. Sebanyak 89 partisipan (40,3%) baru bekerja selama kurang dari setahun sebagai SPG pada PT X. Sedangkan 13 orang partisipan yang sudah bekerja pada PT X selama lebih dari 4 tahun (5,9%) yang merupakan masa kerja paling panjang di antara seluruh SPG yang menjadi partisipan dalam penelitian ini.

Dalam pekerjaannya, sebanyak 144 SPG (67,6%) menangani produk A dari PT X yang merupakan produk susu berkalsium untuk dewasa. Selanjutnya, 58 orang SPG (26,2%) dalam penelitian ini menangani produk B yang merupakan produk susu kalsium untuk remaja dan 19 SPG lainnya menangani produk C (8,6%) yang merupakan susu untuk ibu hamil, menyusui, dan bayi. Produk A merupakan kategori dengan SPG terbanyak dalam penelitian ini dan produk C sebagai kategori dengan SPG paling sedikit dalam penelitian ini.

Penghasilan pokok bulanan SPG dalam penelitian ini paling banyak berada dalam rentang Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000 yaitu sebanyak 111 orang (50,2%) dan diikuti dengan 99 partisipan (44,8%) yang memiliki penghasilan antara Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000. 2 orang SPG (0,9%) memiliki penghasilan pokok bulanan tertinggi yaitu antara Rp 2.500.001 hingga Rp 3.000.000.

Dalam persentase target penjualan, didapatkan informasi bahwa terdapat 4 orang SPG (1,8%) yang mencapai target penjualan terkecil yaitu kurang dari 50% pada bulan April 2012. Lebih jauh lagi, diketahui bahwa sebagian besar SPG, yaitu 100 orang (45,2%) dalam penelitian ini mencapai target penjualan pada

bulan April 2012 dalam rentang 100,01% - 125%. Rentang 100,01% - 125% merupakan rentang dengan frekuensi partisipan terbanyak berkaitan dengan persentase target penjualan pada bulan April 2012. Selain itu, sebanyak 7 orang SPG (3,2%) mencapai target penjualan tertinggi yaitu lebih dari 150,1%.

4.1.2. Gambaran Umum *Psychological Capital*

Dalam penelitian ini, peneliti melihat gambaran *psychological capital* pada partisipan berdasarkan skor *mean*, standar deviasi, nilai minimum dan maksimum.

Tabel 4.2

Statistik Deskriptif Psychological Capital

Variabel	<i>M</i>	<i>SD</i>	Nilai Minimum	Nilai Maksimum
<i>Psychological Capital (n = 221)</i>	97,59	8,174	71	120

Berdasarkan perhitungan statistik yang ditampilkan pada tabel 4.2, didapatkan nilai *mean* partisipan mengenai *psychological capital* sebesar 97,59 (*SD* = 8,174) dengan nilai minimum sebesar 71 dan nilai maksimum sebesar 120.

Selanjutnya, gambaran *psychological capital* dibagi berdasarkan tingkat yang dikategorikan rendah, sedang, dan tinggi. Pembuatan kategorisasi dilakukan didasarkan pada nilai *mean* dan standar deviasi yang diketahui.

Tabel 4.3

Kategori Tingkat Psychological Capital

Tingkat	Skor	Frekuensi	Persentase
Rendah	74 – 88	27	12,2%
Sedang	89 – 106	165	74,7%
Tinggi	107 – 120	29	13,1 %

Seperti yang tercantum pada tabel 4.3, diketahui bahwa terdapat 27 orang (12,2%) yang berada dalam kategori rendah dengan skor antara 74 – 88. Selanjutnya, 165 orang (74,7%) dalam kategori sedang yang memiliki skor dalam

rentang 89 – 106 serta 29 orang (13,1%) berada dalam kategori *psychological capital* yang tinggi dengan rentang skor antara 107 – 120.

4.1.3. Gambaran Umum *In-Role Performance*

Di samping *psychological capital*, peneliti juga melihat gambaran *in-role performance* pada partisipan yang dapat dilihat pada tabel 4.4 di bawah ini.

Tabel 4.4
Statistik Deskriptif In-Role Performance

Variabel	<i>M</i>	<i>SD</i>	Nilai Minimum	Nilai Maksimum
<i>In-Role Performance</i> (<i>n</i> = 221)	19,62	2,109	8	24

Berdasarkan perhitungan statistik, didapatkan nilai *mean* partisipan mengenai *in-role performance* sebesar 19,62 (*SD* = 2,109) dengan nilai minimum sebesar 8 dan nilai maksimum sebesar 24. Gambaran *in-role performance* juga dibagi berdasarkan tingkat perilaku yang dikategorikan rendah, sedang, dan tinggi. Pembuatan kategorisasi dilakukan didasarkan pada nilai *mean* dan standar deviasi yang diketahui. Informasi mengenai tingkat *in-role performance* yang dinilai oleh atasan dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5
Kategori Tingkat In-Role Performance

Tingkat	Skor	Frekuensi	Persentase
Rendah	8 – 17	24	10,9 %
Sedang	18 – 22	185	83,7 %
Tinggi	23 – 24	12	5,4 %

Berdasarkan data dari tabel 4.5, sebagian besar atasan menilai partisipan penelitian memiliki *in-role performance* yang berada pada tingkat sedang yaitu sebanyak 185 orang (83,7%) yang memiliki rentang skor 18 – 22. Sebanyak 24 orang partisipan (10,9%) memiliki tingkat *in-role performance* pada kategori rendah dan sebanyak 12 orang lainnya (5,4%) memiliki tingkat *in-role performance* pada kategori tinggi.

4.2 Hasil Utama Penelitian

Hasil utama pada penelitian ini adalah mengenai hubungan antara *psychological capital* dan *in-role performance* pada SPG. Hasil yang diperoleh selanjutnya digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan membuktikan hipotesis penelitian.

4.2.1 Hubungan antara *Psychological Capital* dan *In-Role Performance*

Peneliti menggunakan teknik statistik *Pearson Product Moment* untuk mengetahui hubungan antara *psychological capital* dan *in-role performance*. Tabel 4.6 di bawah ini menunjukkan hasil perhitungan korelasi tersebut.

Tabel 4.6

Hasil Perhitungan Korelasi antara Psychological Capital dan In-Role Performance

Variabel	<i>r</i>	Sig (<i>p</i>)
<i>Psychological Capital dan In-Role Performance</i>	0,189**	0,005

** Signifikan pada L.o.S. 0,01 (2-tailed)

Berdasarkan proses tersebut didapatkan hasil koefisien korelasi sebesar $r = 0,189$ dan $p = 0,005$ yang berarti signifikan pada L.o.S 0,01. Dengan adanya hubungan yang signifikan, maka Hipotesis Null ditolak dan Hipotesis Alternatif diterima. Interpretasi dari hubungan tersebut adalah bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *psychological capital* dan *in-role performance* pada SPG. Koefisien korelasi yang bernilai positif menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *psychological capital*, maka semakin tinggi pula nilai *in-role performance* pada individu. Berdasarkan klasifikasi yang ditetapkan oleh Guilford dan Fruchter (1978), hubungan antara *psychological capital* dan *in-role performance* yang memiliki nilai r sebesar 0,189 dapat digolongkan pada kategori sangat lemah.

4.3 Hasil Tambahan Penelitian

Hasil tambahan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah perbandingan perbandingan lebih dari dua kelompok dengan menggunakan perhitungan *one-way analysis of variable* (ANOVA). Perbandingan tersebut

dibuat berdasarkan data pribadi partisipan dengan *in-role performance*. Hasil tambahan penelitian yang kedua adalah sumbangan komponen *psychological capital* yang memiliki pengaruh paling besar terhadap *in-role performance* dengan menggunakan perhitungan regresi ganda.

4.3.1 Gambaran *In-Role Performance* berdasarkan Data Demografis Partisipan

Pada bagian ini, hasil yang diperoleh merupakan gambaran *in-role performance* yang ditinjau dari demografis partisipan, seperti usia, pendidikan terakhir, masa kerja, gaji pokok perbulan, produk yang ditangani, serta persentase pencapaian target penjualan bulan April 2012. Ringkasan hasil uji statistik berdasarkan data demografis partisipan terangkum pada tabel 4.7.

Tabel 4.7

Gambaran Skor In-Role Performance berdasarkan Data Demografis Partisipan

Karakteristik	n	M	F	Keterangan
Usia				
18 – 24 tahun	134	19,76	F = 1,632 p = 0,203	Tidak Signifikan
25 – 39 tahun	87	19,39		
Pendidikan Terakhir				
SMA	216	19,61	F = 0,034 p = 0,966	Tidak Signifikan
Diploma	3	19,67		
S1	2	20,00		
Masa Kerja				
< 1 tahun	89	19,16	F = 3,145 p = 0,015	Signifikan
1 – 2 tahun		62		
2 – 3 tahun		32		
3 – 4 tahun		25		
> 4 tahun		13		
Produk yang ditangani				
A	144	20,13	F = 18,221 p = 0,000	Signifikan
B	58	18,29		
C	19	19,74		

Tabel 4.7 (lanjutan)

Gambaran Skor In-Role Performance berdasarkan Data Demografis Partisipan

Karakteristik	n	M	F	Keterangan
Penghasilan				
Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000	111	19,70	F = 0,459 p = 0,711	Tidak signifikan
Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000	99	19,56		
Rp 2.000.001 – Rp 2.500.000	9	19,00		
Rp 2.500.001 – Rp 3.000.000	2	20,50		
Persentase Pencapaian Target Bulan April 2012				
< 50 %	4	20,00	F = 0,421 p = 0,834	Tidak signifikan
50,01 % - 75 %	14	19,64		
75,01 % - 100 %	78	19,68		
101,01% - 125%	100	19,53		
125,01% - 150%	18	19,33		
> 150,01 %	7	20,57		

Berdasarkan perhitungan statistik yang dirangkum pada tabel 4.7, didapatkan beberapa hasil tambahan mengenai hubungan data demografis partisipan yang dihubungkan dengan *in-role performance*. Dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini hanya terdapat dua data demografis yang diteliti dalam penelitian ini yang memiliki perbedaan *mean* skor yang signifikan terhadap *in-role performance* pada SPG yaitu masa kerja dan jenis produk yang ditangani. Data demografis lainnya terbukti tidak memiliki perbedaan *mean* skor yang signifikan terhadap *in-role performance*, yaitu usia, pendidikan terakhir, penghasilan pokok bulanan, dan persentase pencapaian target penjualan. Penjabaran hasil pada masing-masing perhitungan perbedaan *mean* terhadap *in-role performance* akan dijelaskan di bawah ini.

Hasil pertama menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan *mean* yang signifikan antara kelompok partisipan berusia kurang dari 24 tahun dan 25 – 44 tahun terhadap *in-role performance* dengan nilai F sebesar 1,632 pada L.o.S .05 ($p = 0,203$). Selanjutnya, perbedaan nilai *mean* juga yang tidak signifikan dengan nilai F sebesar 0,034 juga muncul antara latar belakang pendidikan yang berbeda terhadap *in-role performance* pada L.o.S .05 ($p = 0,966$). Oleh karena itu, dapat

Universitas Indonesia

disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan *mean* yang signifikan antara kelompok pendidikan terakhir SMA, diploma, dan S1.

Lebih jauh lagi, tidak terdapat perbedaan *mean* yang signifikan berdasarkan besar penghasilan perbulan dengan nilai F sebesar 0,459 dan tidak signifikan pada L.o.S .05 ($p = 0,711$). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan *mean* skor yang signifikan antara kelompok yang memiliki penghasilan Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000, Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000, Rp 2.000.001 – Rp 2.500.000, dan Rp 2.500.001 – Rp 3.000.000. Pengujian selanjutnya menunjukkan perbedaan *mean* berdasarkan persentase pencapaian target penjualan pada bulan April 2012 didapatkan hasil F sebesar 0,421 yang tidak signifikan pada L.o.S .05 ($p = 0,834$). Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa tidak terdapat perbedaan *mean* skor yang signifikan antara kelompok partisipan dengan persentase pencapaian target penjualan pada bulan April 2012 sebesar kurang 50%, 50,01% - 75%, 75,01% - 100%, 100,01% -125%, 125,01% - 150%, dan lebih dari 150%.

Pada pengujian perbedaan *mean* berdasarkan masa kerja partisipan pada PT X didapatkan hasil F sebesar 3,145 yang signifikan pada L.o.S .05 ($p = 0,015^*$). Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan *mean* skor yang signifikan antara kelompok partisipan dengan masa kerja kurang dari 1 tahun, 1 – 2 tahun, 2 – 3 tahun, 3 – 4 tahun, dan lebih dari 4 tahun. Berdasarkan hasil tersebut pula diketahui bahwa *mean* skor *in-role performance* terbesar muncul pada partisipan dengan masa kerja lebih dari 4 tahun, yaitu sebesar 20,62, dibandingkan dengan kelompok masa kerja lainnya.

Hasil pengujian kelima menunjukkan bahwa terdapat perbedaan *mean* yang signifikan antara kelompok partisipan yang menangani produk A, B, dan C terhadap *in-role performance* dengan nilai F sebesar 18,221 pada L.o.S .01 ($p = 0,000^*$). Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan *mean* skor yang signifikan antara kelompok partisipan yang menangani produk A, B, dan C. Nilai *mean* terbesar muncul pada kelompok partisipan yang menangani produk A ($M = 20,13$) dibandingkan nilai *mean* pada partisipan dengan kelompok partisipan yang menangani produk B dan C.

4.3.2 Sumbangan Komponen *Psychological Capital* terhadap *In-Role Performance*

Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Regresi Komponen *Psychological Capital* dan *In-Role Performance*

<i>R</i>	<i>R</i> ²	Sig.
0,216	0,047	0,035*

*Signifikan pada L.o.S 0,05 (2-tailed)

Tabel 4.8 menunjukkan hasil perhitungan regresi dengan nilai *R* sebesar 0,216 dengan nilai $p = 0,035$ yang signifikan pada L.o.S .05. Dengan nilai *R*² sebesar 0,047, dapat dikatakan bahwa *psychological capital* menyumbang sebesar 4,7% terhadap *in-role performance* sedangkan 95,3% lainnya disebabkan oleh variabel lain.

Hasil lain yang diperoleh dari perhitungan regresi ganda adalah melihat komponen *psychological capital* manakah yang memiliki sumbangan terbesar terhadap *in-role performance*. Tabel 4.9 menunjukkan hasil beta dari masing-masing komponen *psychological capital*.

Tabel 4.9

Hasil Perhitungan Regresi Ganda Komponen *Psychological Capital* dan *In-Role Performance*

Komponen <i>Psychological Capital</i>	Beta (β)	Sig.
<i>Self-efficacy</i>	0,151	0,041*
<i>Hope</i>	-0,028	0,721
<i>Resiliency</i>	0,115	0,140
<i>Optimism</i>	0,041	0,568

*Signifikan pada L.o.S .05

Berdasarkan data pada tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa *self-efficacy* ($Beta = 0,151$; $p = 0,041^*$) memberikan sumbangan paling besar terhadap *in-role performance*. Komponen *psychological capital* lainnya (*hope*, *optimism*, dan *resiliency*) memiliki nilai yang tidak cukup besar dan tidak signifikan dalam memberikan sumbangan bagi *in-role performance*.

BAB 5

KESIMPULAN, DISKUSI, DAN SARAN

Pada bab ini akan dibahas kesimpulan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian pada rumusan masalah berdasarkan analisis dan interpretasi data. Selain itu, akan dipaparkan diskusi mengenai hasil utama dan tambahan penelitian, serta diskusi metodologi penelitian. Selanjutnya, peneliti juga akan menguraikan saran-saran berkenaan dengan hasil penelitian ini.

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara *psychological capital* dan *in-role performance* pada *sales promotion girls*. Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap hasil penelitian, diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *psychological capital* dan *in-role performance* pada SPG. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *psychological capital* maka semakin tinggi pula tingkat *in-role performance* pada SPG. Begitu pula ketika SPG memiliki tingkat *psychological capital* yang rendah, maka SPG tersebut juga memiliki tingkat *in-role performance* yang rendah. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang peneliti ajukan dalam penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *psychological capital* memiliki hubungan positif yang signifikan dengan *in-role performance*.

Gambaran tingkat *psychological capital* pada SPG yang menjadi partisipan penelitian ini secara umum menunjukkan tingkat *psychological capital* pada tingkat sedang dimana terdapat lebih banyak partisipan dengan skor pada tingkat *psychological capital* tinggi daripada rendah. Untuk gambaran *in-role performance* pada SPG yang menjadi partisipan dalam penelitian ini, secara umum sebagian besar SPG juga berada pada tingkat *in-role performance* sedang. Terdapat lebih banyak partisipan yang berada dalam tingkat *in-role performance* rendah daripada tinggi.

Berdasarkan data demografis partisipan, peneliti melakukan analisis tambahan terhadap *in-role performance* berdasarkan data demografis partisipan

Berdasarkan analisis tersebut didapatkan bahwa tidak terdapat perbedaan *mean* yang signifikan pada *in-role performance* berdasarkan aspek data demografis yaitu pendidikan terakhir, usia, pencapaian target penjualan, dan penghasilan pokok bulanan.

Hasil tambahan hanya menunjukkan perbedaan *mean* yang signifikan pada masa kerja dan jenis produk yang ditangani oleh SPG tersebut. Analisis tambahan lainnya juga dilakukan untuk melihat sumbangan setiap komponen *psychological capital* terhadap *in-role performance*. Dalam hasil analisis tersebut, dapat diketahui bahwa *self-efficacy* merupakan komponen yang memberikan sumbangan paling besar terhadap *in-role performance* di antara keempat komponen pembentuk *psychological capital*. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat *self-efficacy* pada partisipan, maka semakin tinggi pula tingkat *in-role performance* mereka.

5.2. Diskusi

Pada bagian ini peneliti menguraikan diskusi mengenai hasil utama dan hasil tambahan penelitian yang didapatkan dalam penelitian kali ini. Di samping hasil utama dan hasil tambahan tersebut, peneliti juga akan menjabarkan secara rinci diskusi mengenai metodologi pelaksanaan penelitian.

5.2.1 Diskusi Hasil Utama Penelitian

Berdasarkan hasil utama pada penelitian ini, ditemukan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara *psychological capital* dan *in-role performance* pada SPG. Hasil ini dapat diinterpretasikan sebagai suatu keadaan dimana semakin tinggi tingkat *psychological capital* pada SPG maka semakin tinggi pula tingkat *in-role performance* mereka. Hasil penelitian ini mendukung beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Luthans et al. (2007), Luthans et al. (2005), dan Sun et al. (2012). Akan tetapi, penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya ditujukan pada jenis pekerjaan yang berbeda-beda. Luthans et al. (2007) melakukan penelitian pada mahasiswa manajemen, insinyur, dan teknisi pada sebuah pabrik teknologi. Luthans et al. (2005) melakukan penelitian mengenai hubungan antara *psychological capital* dan *performance* pada pekerja di

Cina. Sedangkan partisipan dalam penelitian yang dilakukan oleh Sun et al. (2012) adalah perawat. Berdasarkan konteks pekerjaan yang berbeda-beda tersebut, hubungan antara *psychological capital* dan *performance* masih spesifik pada pekerjaan-pekerjaan tertentu saja dan belum dapat digeneralisir pada populasi pekerja pada umumnya. Lebih jauh lagi, SPG tidak termasuk ke dalam sampel penelitian-penelitian sebelumnya sehingga dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini memberikan kontribusi terhadap penelitian sebelumnya untuk melihat hubungan antara *psychological capital* dan *in-role performance*.

Dalam penelitian ini, peneliti hanya menjadikan SPG dari satu perusahaan saja sebagai sampel. Dalam penelitian yang akan datang, pelaksanaan penelitian pada perusahaan yang berbeda juga diperlukan untuk menentukan apakah hasil temuan pada penelitian ini dapat digeneralisasi untuk organisasi lain atau hanya terbatas pada organisasi tertentu saja.

Sebagian besar SPG memiliki tingkat *psychological capital* dan *in-role performance* sedang. Peneliti menduga hal ini terjadi karena target penjualan bulanan yang ditetapkan oleh perusahaan untuk SPG tidak cukup tinggi dan masih dapat tercapai tanpa harus memberikan usaha keras. Hal ini dapat dilihat dari data demografis partisipan yang menunjukkan bahwa terdapat 45,2% SPG yang dapat memenuhi target sebesar 100,01% - 125%. Di samping itu, peneliti juga beranggapan bahwa gaji pokok yang diberikan oleh perusahaan cukup besar untuk pekerjaan sebagai SPG. Dengan adanya kemudahan dalam target kerja dan gaji pokok yang tinggi, SPG menjadi kurang termotivasi untuk mencapai tingkat *in-role performance* yang lebih tinggi. SPG menganggap bahwa mereka dapat mencapai target penjualan dan meraih gaji serta insentif yang tinggi tanpa harus bekerja keras. Dapat dikatakan pula bahwa pekerjaan sebagai SPG pada PT X tidak sesuai dengan sifat dasar pekerjaan tenaga penjualan yang sulit dan rentan terhadap stres seperti yang dikemukakan oleh Rich (1999).

Diketahui pula bahwa nilai korelasi antara *psychological capital* dan *in-role performance* berada dalam kategori sangat lemah berdasarkan kategorisasi Guilford dan Fruchter (1978). Korelasi yang lemah ini diduga juga berkaitan dengan target penjualan yang tidak cukup tinggi serta besarnya gaji pokok sehingga sulit untuk meningkatkan motivasi SPG sehingga banyak hal lain yang

lebih mendorong pencapaian *in-role performance* SPG. Dalam hal ini, SPG tidak merasa perlu untuk meningkatkan *psychological capital* dalam mencapai tingkat *in-role performance* karena target kinerja tersebut memang dapat dengan mudah dicapai serta telah diberikan penghargaan yang baik oleh perusahaan.

5.2.2 Diskusi Hasil Tambahan Penelitian

Berdasarkan data demografis partisipan, peneliti melakukan analisis tambahan untuk melihat gambaran *in-role performance*. Berdasarkan analisis tersebut, didapatkan hasil bahwa tidak terdapat perbedaan *mean* yang signifikan pada *in-role performance* berdasarkan aspek data demografis yaitu pendidikan terakhir, usia, pencapaian target penjualan, dan penghasilan pokok bulanan. Hasil tambahan hanya menunjukkan perbedaan *mean* yang signifikan pada masa kerja dan jenis produk yang ditangani oleh SPG tersebut.

Semua partisipan dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan dimana sebagian besar di antaranya berada dalam kelompok usia 18 – 24 tahun yang tergolong dalam tahap eksplorasi yang merupakan tahap dimana seseorang berusaha menggali berbagai alternatif kemampuan secara serius dengan membandingkan alternatif yang ada (Dessler, 2008). Hasil ini diduga karena adanya syarat usia untuk melamar menjadi SPG pada PT X yaitu 18 – 25 tahun sehingga sebagian besar partisipan berada dalam rentang usia tersebut. 39,4% SPG lainnya berada dalam tahap pemantapan dimana SPG telah memasuki inti kehidupan bekerja dan telah memutuskan bahwa pekerjaan tersebut yang akan terus dijalankannya. Di samping itu, tidak ada satupun partisipan dalam penelitian ini yang tergolong dalam tahap pemeliharaan, yaitu dengan usia antara 45-65 tahun.

Peneliti berasumsi bahwa hal ini terjadi karena pada usia tersebut seharusnya seorang SPG sudah mendapatkan promosi menjadi *team leader* sehingga berada dalam jenjang karir yang lebih tinggi walaupun promosi dilakukan tidak berdasarkan usia tetapi pada *in-role performance* kerjanya. Hasil analisis yang menunjukkan tidak adanya perbedaan *mean* yang signifikan pada usia partisipan ini bertolak belakang dengan penelitian Luthans et al. (2005) dan Sun et al. (2012) yang menunjukkan adanya perbedaan *mean* yang signifikan pada

supervisor-rated performance. Tingkat *in-role performance* akan meningkat seiring dengan bertambahnya usia tidak terbukti dalam penelitian ini.

Mayoritas partisipan menempuh pendidikan SMA atau sederajat sebagai pendidikan terakhirnya. Hasil analisis yang menunjukkan tidak adanya perbedaan *mean* yang signifikan pada usia partisipan ini diduga berkaitan dengan syarat untuk melamar sebagai SPG di PT X adalah individu yang telah menempuh pendidikan terakhir minimal SMA atau sederajat yang telah diseragamkan sehingga tingkat pendidikan tidak berpengaruh pada tingkat *in-role performance* yang dicapai SPG. Lebih jauh lagi, PT X juga memberikan *training* mengenai *product knowledge* dan *selling skill* kepada setiap SPG secara berkala untuk mendukung pekerjaan mereka. Peneliti menduga bahwa *training* inilah yang menjadi sumber pembelajaran bagi SPG dalam menjalankan pekerjaannya sehingga tingkat pendidikan formal tidak lagi menjadi patokan dan tidak memberikan pengaruh dalam pencapaian *in-role performance* pada SPG.

Sebagian besar partisipan bekerja sebagai SPG pada PT X selama kurang dari satu tahun. Hasil perbandingan *mean* menunjukkan hasil yang signifikan pada masa kerja partisipan. *Mean* paling besar muncul pada partisipan dengan masa kerja lebih dari empat tahun sedangkan *mean* paling kecil muncul pada partisipan dengan masa kerja kurang dari satu tahun. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Luthans et al. (2005) dimana *performance* akan meningkat seiring dengan bertambahnya masa kerja individu. Masa kerja merupakan pengukuran pengalaman kerja yang dilihat dari sisi kuantitatif (Jex & Britt, 2008). Pengalaman kerja merupakan prediktor umum *job performance* dimana individu dengan tingkat pengalaman kerja yang lebih tinggi akan menunjukkan *performance* yang lebih baik daripada individu dengan pengalaman yang lebih sedikit atau tidak memiliki pengalaman kerja sama sekali (Jex & Britt, 2008). Pengalaman kerja muncul sebagai prediktor tingkat *in-role performance* yang signifikan berkaitan dengan SPG dengan masa kerja lebih lama sudah lebih terbiasa menjelaskan *product knowledge* dengan konsumen, menghadapi pertanyaan konsumen, serta mengetahui cara-cara untuk meningkatkan penjualan dibandingkan SPG dengan masa kerja lebih singkat.

Sebanyak 67,6% partisipan bertugas untuk mempromosikan dan menjual produk A. A merupakan susu berkalsium untuk dewasa yang populer di Indonesia dan merupakan salah satu perintis susu berkalsium. B merupakan susu berkalsium untuk remaja yang kurang dikenal masyarakat dan bukan pelopor susu berkalsium untuk remaja. Sedangkan C menawarkan susu pada ibu hamil, menyusui, serta bayi yang juga bukan merupakan pelopor dalam industri susu tersebut.

Dalam penelitian ini didapatkan bahwa terdapat perbedaan *mean* yang signifikan pada *in-role performance* ditinjau dari produk yang dipromosikan. Peneliti memang tidak mengontrol produk yang dipromosikan oleh partisipan sehingga persebarannya kurang merata. Dari hasil perhitungan ditemukan bahwa *mean* tertinggi *in-role performance* ditemukan pada partisipan yang bertanggung jawab pada produk A, disusul dengan produk C, dan terakhir produk B.

Peneliti menduga adanya perbedaan kepopuleran produk dan jumlah konsumen yang dirasakan oleh SPG mempengaruhi tingkat *in-role performance* mereka. Dalam hal ini, SPG yang bertugas untuk mempromosikan produk A yang memang sudah dikenal pasar tidak harus bekerja sekeras SPG produk B dan C dalam mempromosikan dan menjual produk mereka. Akan tetapi, peneliti juga menduga bahwa ada kemungkinan bahwa tingginya penjualan produk A tidak hanya dipengaruhi oleh peran SPG melainkan juga didukung oleh tingkat kepopuleran produk tersebut di mata masyarakat. Produk A mungkin saja tidak memerlukan SPG dalam usaha penjualan produk karena produk tersebut telah memiliki konsumen tersendiri.

Di samping itu, tidak banyak masyarakat yang mengetahui bahwa produk A, B, dan C diproduksi oleh perusahaan yang sama. Peneliti menduga bahwa jika masyarakat mengetahui bahwa produk B dan C berasal dari produsen yang sama dengan produk A yang telah dikenal masyarakat, penjualan produk B dan C dapat meningkat. Hal ini berkaitan dengan kepercayaan masyarakat yang telah terbentuk pada produk A maupun produsennya sehingga masyarakat akan lebih mempertimbangkan untuk mengonsumsi produk lain dari produsen yang sudah dikenal daripada mencoba produk baru yang belum dikenal latar belakangnya.

Hasil regresi setiap komponen *psychological capital* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hanya terdapat satu komponen yang berkorelasi signifikan

dengan *in-role performance*, yaitu *self-efficacy*. Hasil ini sesuai dengan kondisi kerja SPG yang menuntut kepercayaan diri yang tinggi dalam menjelaskan *product knowledge* pada konsumen serta mempersuasi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Dalam hal ini, tanpa kepercayaan diri SPG akan kesulitan dalam menghadapi para konsumennya. Lebih jauh lagi, SPG dengan *self-efficacy* tinggi juga dapat menetapkan target penjualan untuk diri sendiri yang lebih tinggi daripada yang ditetapkan perusahaan sehingga dapat memotivasi dirinya untuk bekerja sehingga menerima insentif yang lebih besar. SPG dengan *self-efficacy* tinggi juga akan mengerahkan usaha dan melakukan berbagai cara untuk dapat mencapai targetnya tersebut. Selain itu, penjualan yang lebih tinggi juga akan meningkatkan penilaian *in-role performance* SPG di mata perusahaan.

5.2.3 Diskusi Metode Penelitian

Peneliti menyadari akan banyaknya keterbatasan dalam pelaksanaan penelitian ini. Keterbatasan-keterbatasan tersebut dapat menjadi sumber *error* yang pada akhirnya dapat mempengaruhi hasil dari penelitian ini sendiri. Salah satu kekurangan tersebut penerjemahan alat ukur. Peneliti merasa bahwa *item-item* terjemahan dalam penelitian ini, khususnya *psychological capital*, masih perlu diperbaiki. Dalam tahap uji coba, peneliti memutuskan untuk menghapus ketiga *item unfavorable* berdasarkan nilai validitas yang rendah. Peneliti menduga validitas rendah tersebut terjadi karena proses penerjemahan yang kurang baik sehingga *item-item* tersebut tidak menunjukkan makna sesuai dengan alat ukur asli.

Selanjutnya, pengadministrasian alat ukur juga perlu diperbaiki lagi. Pengambilan data dilakukan dengan meminta waktu selama 20 menit pada awal atau akhir sesi *training* yang sedang diberikan pada SPG. Akan tetapi, SPG tidak diberitahukan sebelumnya bahwa mereka akan diminta untuk mengisi kuesioner. Dampak dari keadaan ini adalah ketidakseriusan dalam mengisi kuesioner di akhir sesi *training* karena partisipan telah bersiap-siap untuk meninggalkan tempat acara. Lain halnya dengan penyebaran kuesioner yang dilakukan pada awal sesi *training* dimana masih banyak SPG yang datang terlambat. Dampak dari hal ini adalah kesulitan yang dihadapi oleh peneliti dalam menjelaskan berulang kali

instruksi untuk mengisi kuesioner tersebut. Terdapat kemungkinan yang semakin besar bahwa instruksi tersebut tidak seragam satu dengan lainnya. Hal ini dapat berakibat pada cara penginterpretasian yang berbeda antarpartisipan.

Kendala lainnya yang peneliti hadapi adalah banyaknya jumlah kuesioner yang tidak diisi dengan lengkap, baik pada bagian data partisipan maupun pada bagian alat ukur. Dengan tidak lengkapnya kuesioner maka data pada kuesioner tersebut tidak dapat digunakan dan diolah untuk kepentingan penelitian ini sehingga jumlah partisipan dalam penelitian ini terus berkurang. Hal ini mungkin terjadi karena singkatnya waktu yang diberikan untuk mengisi kuesioner sehingga partisipan tidak dapat berkonsentrasi dan pada akhirnya melewatkan poin-poin yang harus diisi dalam kuesioner.

5.3. Saran

Berdasarkan penelitian, terdapat beberapa saran yang peneliti ajukan untuk dapat penelitian-penelitian selanjutnya, yaitu saran metodologis dan saran praktis.

5.3.1 Saran Metodologis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, peneliti memberikan beberapa saran untuk penelitian-penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dan lebih luas mengenai *psychological capital* dan *in-role performance* di Indonesia dengan karakteristik partisipan dan perusahaan yang lebih variatif serta jumlah partisipan yang lebih besar untuk mendapatkan analisa yang lebih mendalam pada kedua variabel.
2. Penelitian ini hanya menggunakan *behavior performance* dalam mengukur *in-role performance*. Pada penelitian-penelitian selanjutnya, pengukuran *in-role performance* sebaiknya juga melibatkan *outcome* pekerjaan SPG, yaitu pencapaian target penjualan untuk meningkatkan keakuratan penilaian *in-role performance* pada partisipan. Di samping itu, *behavior performance* dalam penelitian ini dilihat hanya berdasarkan pada *supervisory-rated performance*. Penelitian selanjutnya dapat juga menggabungkan data tersebut dengan *self-rated performance* serta *peer-rated performance* (jika ada).

3. Melakukan penelitian untuk melihat pengaruh *psychological capital* terhadap *in-role performance*. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan data yang lebih stabil dan merepresentasikan secara konsisten mengenai gambaran *in-role performance* pada sampel. Selain itu, untuk dapat meningkatkan kualitas penggambaran kondisi yang ada, peneliti dapat pula melakukan penelitian yang membandingkan SPG pada satu kota dengan kota lainnya, SPG yang menangani produk yang berbeda, SPG pada toko yang berbeda karena setiap toko memiliki target konsumen yang bermacam-macam sehingga mungkin terdapat variasi karakteristik konsumen, perbandingan SPG pada perusahaan sejenis, dan perbandingan antara SPG yang memenuhi dan tidak memenuhi target penjualan yang ditetapkan perusahaan.
4. Penerjemahan alat ukur sebaiknya dibantu dengan orang yang memiliki keahlian dalam bahasa Inggris sehingga penyampaian makna dalam kalimat yang digunakan dalam alat ukur yang sudah diterjemahkan dapat tersampaikan dengan baik dan sesuai dengan makna kalimat dalam alat ukur aslinya. Hal ini pada akhirnya dapat mempengaruhi reliabilitas dan validitas alat ukur yang sudah diadaptasi.
5. Peneliti sebaiknya mengatur jalannya proses pengambilan data dengan lebih teratur dan harus dirancang sedetil mungkin sebelum dilaksanakan. Selain itu, koordinasi dengan berbagai pihak yang akan terlibat maupun terpengaruh juga harus dilakukan sebelum proses pengambilan data untuk mencegah kesimpangsiuran informasi.
6. Pemberian instruksi dalam mengisi kuesioner diseragamkan di setiap tempat dan dirancang agar dapat dimengerti dengan mudah dan jelas oleh partisipan. Penjelasan ketika pengambilan data, skala 1 – 6 dijelaskan batasan-batasan perilakunya sehingga penilaian dapat seragam.

5.3.2 Saran Praktis

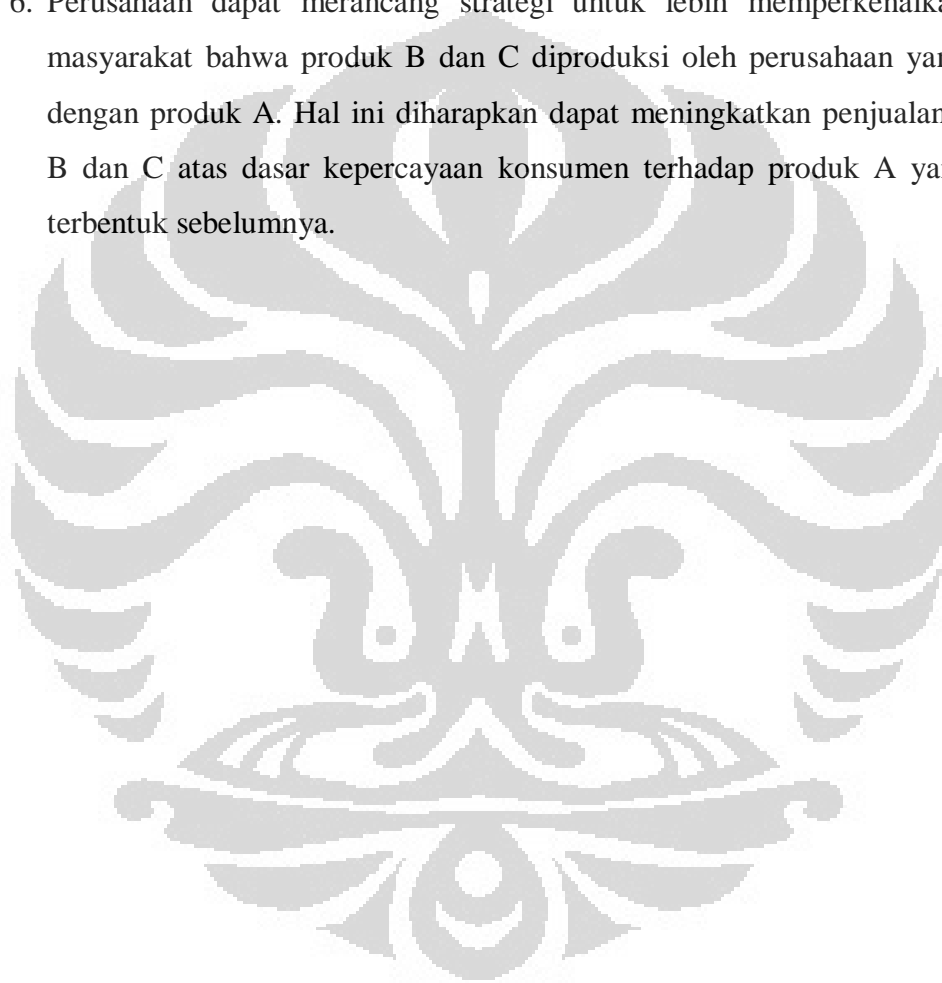
Di samping saran metodologis, peneliti juga mengajukan beberapa saran praktis untuk penelitian di masa yang akan datang, yaitu:

1. Perusahaan dapat merancang cara-cara yang dapat digunakan untuk mempertahankan dan meningkatkan *psychological capital* pada SPG. Salah

satunya dengan memberikan penghargaan pada SPG yang mencapai *in-role performance* tertinggi setiap bulannya dengan menjadikan mereka “SPG Bulan Ini”. Perusahaan juga dapat memberikan pin atau seragam khusus yang dapat dikenali sehingga konsumen juga mengetahui bahwa SPG tersebut sedang menerima penghargaan atas prestasinya. Penghargaan ini dapat meningkatkan motivasi SPG untuk berusaha lebih keras lagi di kemudian hari untuk mencapai tingkat *in-role performance* yang lebih tinggi.

2. Di samping itu, *team leaders* juga dapat memberikan penghargaan verbal atas prestasi-prestasi yang dicapai oleh SPG. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan diri SPG bahwa mereka dapat mencapai tingkat *in-role performance* yang tinggi. Penghargaan verbal juga dapat memotivasi SPG untuk meningkatkan *in-role performance* di kemudian hari.
3. SPG juga dapat meningkatkan tingkat *psychological capital*nya dengan menetapkan target yang lebih mudah dicapai yaitu target penjualan mingguan berdasarkan target penjualan bulanan yang ditetapkan oleh perusahaan. SPG juga dapat merancang strategi utama dan alternatif yang akan dilakukan untuk mencapai target tersebut sehingga SPG sudah siap dengan berbagai kemungkinan serta hambatan dalam pencapaian *in-role performance* yang lebih tinggi. Penetapan target pribadi ini dilakukan untuk memberikan pengalaman berhasil pada SPG sehingga dapat meningkatkan *in-role performance* di kemudian hari.
4. Pada penelitian ini ditemukan hasil bahwa tingkat *in-role performance* pada SPG masih tergolong sedang. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya memfasilitasi SPG dengan kondisi kerja yang dapat meningkatkan *performance* kerjanya. Perusahaan juga dapat mengulas kembali metode penilaian *performance* pada SPG dan tidak hanya memfokuskan pada pencapaian target penjualan saja tetapi juga dengan *in-role* dan *extra-role performance* untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif. Selain itu, perusahaan juga dapat lebih memberikan perhatian pada 50% penilaian *performance* selain target penjualan sebagai dasar pemberian insentif dan penghargaan lainnya.

5. Dalam menyeleksi SPG, perusahaan juga dapat memberikan tes untuk melihat *general mental ability* SPG, khususnya dalam tanggung jawab bekerja. Hal ini belum dilakukan oleh PT X sebelumnya. Pemberian tes ini dilakukan untuk mendapatkan SPG yang bertanggung jawab dalam melakukan pekerjaannya sehingga dapat mencapai *in-role performance* yang tinggi dan dapat berkontribusi penuh dalam pencapaian kesuksesan perusahaan.
6. Perusahaan dapat merancang strategi untuk lebih memperkenalkan pada masyarakat bahwa produk B dan C diproduksi oleh perusahaan yang sama dengan produk A. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk B dan C atas dasar kepercayaan konsumen terhadap produk A yang telah terbentuk sebelumnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Admin. (2011, Mei 22). *Sales Promotion Girl in the Business*. Diunduh dari <http://www.obarsocial.com/2011/05/22/sales-promotion-girl-in-the-business/>
- Admin. (2012). *Consumer Products: Background*. Diunduh dari <http://globaledge.msu.edu/Industries/Consumer-Products/Background>
- Aiken, L. R., & Groth-Marnat, G. (2006). *Psychological Testing and Assessment* (12th ed). Boston: Pearson Education Group, Inc.
- Anastasi, A. & Urbina, S. (1997). *Psychological testing* (7th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Avey, J. B., Luthans, F., & Jensen, S. M. (2009). Psychological capital: A positive resource for combating employee stress and turnover. *Human Resource Management*, 48(5), 677-693. doi: 1.1002/hrm.20294.
- Avey, J. B., Luthans, F., & Youssef, C. M. (2009). The additive value of positive psychological capital in predicting work attitudes and behaviors. *Journal of Management*. doi: 10.1177/0149206308329961.
- 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. *Human Resource Development Quarterly*, 22(2), 127-152. DOI: 10.1002/hrdq.20070.
- Blumberg, M., & Pringle, C. D. (1982). The missing opportunity in organizational research: Some implication for a theory of work performance. *Academy of Management Review*, 7(4), 560-569. doi:10.2307/257222
- Brown, S.P. (1996). A meta-analysis and review of organizational research on job involvement. *Psychological Bulletin*, 120, 235-255.
- Cameron, K. S. Dutton, J. E. & Quinn, R. E. (2003). *Positive Organizational Scholarship*. San Fransisco: Berrett-Koehler.
- Campbell, J. P. (1990). Modelling the performance prediction problem in industrial and organizational psychology. Dalam M. D. Dunnette & L. M. Hough (Eds.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology: Vol.1*(2nd ed.)(pp. 687-732). Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.
- Cascio, W. F. (2003). *Managing human resources: Productivity, quality of worklife, profits* (6th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Cetin, F. (2011). The effects of organizational psychological capital on the attitudes of commitment and satisfaction: A public sample in Turkey. *European Journal of Social Sciences*, 21(3), 373-380.

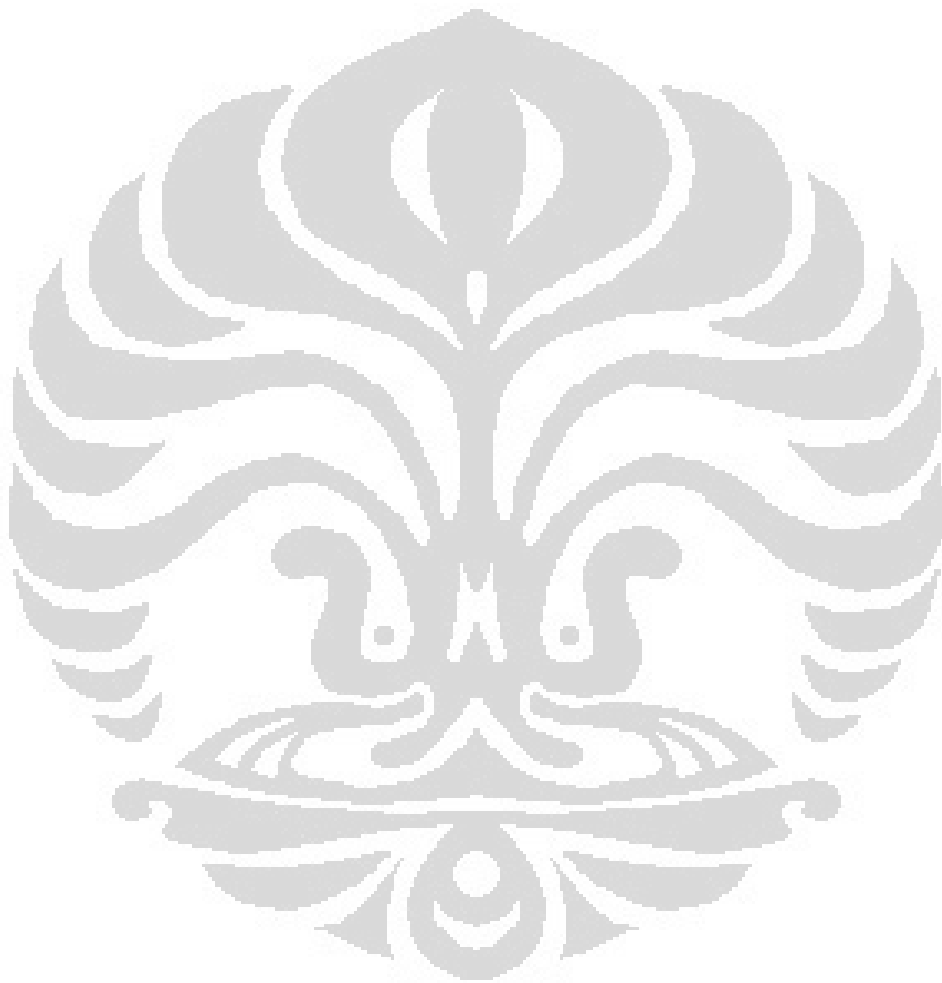
- Darley, W. K., Luethge, D. J., & Thatte, A. (2008). Exploring the relationship of perceived automotive salesperson attributes, customer satisfaction and intentions to automotive service department patronage: The moderating role of customer gender. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 15(6), 469-479. doi:[10.1016/j.jretconser.2008.01.002](https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2008.01.002)
- Dessler, G. (2008). *Human resource management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Fang, E., Evans, K. R., & Zou, S. (2005). The moderating effect of goal-setting characteristics on the sales control. *Journal of Business Research*, 58(9), 1214–1222. doi:[10.1016/j.jbusres.2004.03.006](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2004.03.006)
- Furlong, N., Lovelace, E., & Lovelace, K. (2000). *Research Methods and Statistics: An Integrated Approach*. California: Wadsworth.
- Goodman, C. S. (1971). *Management of the personal selling function*. Philadelphia: Holt, Rinehart & Winston, Inc.
- Gravetter, F. J., & Forzano, L. B. (2009). *Research methods for the behavioral sciences* (3rd Ed.). California: Wadsworth Cengage Learning.
- Gravetter, F. J., & Wallnau, L. B. (2007). *Statistic for the behavioral sciences* (7th ed.). Belmont, CA: Thomson/Wadsworth.
- Guilford, J. P., & Fruchter, B. (1978). *Fundamental Statistic in Psychology and Education* (6th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Hedissa, Aldia Thirzady. (2010). *Hubungan Psychological Capital dengan Kepuasan Kerja pada Anggota Polri yang sedang Mengikuti Pendidikan di Perguruan Tinggi Ilmu Kepolisian (PTIK)*. Skripsi. Depok: Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Hunter, J. E., Schmidt, F. L., & Huy, L. (2006). Implications of direct and indirect range restriction for meta-analysis methods and findings. *Journal of Applied Psychology*, 91, 594-612.
- Jex, S. M., & Britt, T. W. (2008). *Organizational Psychology: A Scientist-Practitioner Approach* (2nd ed.). New Jersey: John Wiley dan Sons, Inc.
- Kerlinger, F. N. & Lee, H. B (2000). *Foundations of behavioral research* (4th Ed). California: Wadsworth.
- Kumar, R. (1999). *Research methodology: A step-by-step guide for beginners*. Australia: Addison Wesley Longman Australia Pty Limited.
- Luthans, F. (2002). Positive organizational behavior (POB): Implications for leadership and HR development, authentic leadership development, and motivation. Dalam Steers, R., Porter, L. W. & Begley, G. A., *Motivation and Leadership at Work*. New York: McGraw-Hill.

- Luthans, F., Avey, J.B., Clapp-Smith, R., & Li, W. (2008). More Evidence On The Value of Chinese Workers' Psychological Capital: A Potentially Unlimited Competitive Resource?. *The International Journal of Human Resource Management*, 19(5), 818-827. DOI: 10.1080/09585190801991194.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60(3), 541-572.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Walumbwa, F. O., & Li, W. (2005). The psychological capital of Chinese workers: Exploring the relationship with performance. *Management and Organization Review*, 1(2), 249-271.
- Luthans, F., Luthans, K. W., & Luthans, B. C. (2004). Positive psychological capital: Beyond human and social capital. *Business Horizons*, 47(1), 45-50.
- Luthans, F., Norman, S.M., Avolio, B.J., & Avey, J.B. (2008). The mediating role of psychological capital in supportive organizational climate: Employee performance relationship. *Journal of Organizational Behavior*, 29, 219-238. doi: 10.1002/job.507
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2007). *Psychological capital: Developing the human competitive edge*. New York: Oxford University Press.
- Maharani, Noor Isti. (2005). *Hubungan antara Psychological Capital dengan Authentic Leadership pada Entrepreneur Usaha Kecil di Jakarta Timur*. Skripsi. Depok: Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Organ, D. W., Podsakoff, P. M. & MacKenzie, S. B. (2006). *Organizational Citizenship Behavior. It's Nature, Antecedents and Consequences*. California: Sage.
- Pramono, C. (2008, Maret 17). *Jangan mengaku sebagai salesman*. Diunduh dari http://waspada.co.id/index.php?option=com_content&view=article&id=13842:jan-gan-mengaku-sebagai-salesman&catid=24:tinjauan-ekonomi
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Paine, J. B., & Bachrach, D. G. (2000). Organizational Citizenship Behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of Management*, 26(3), 513-563.
- Ramli, Lunardi. (2012). *Hubungan antara Workplace Well-Being dengan Job Performance pada Sales Executive PT X*. Skripsi. Depok: Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Rich, G. A. (1999). Salesperson optimism: Can sales managers enhance it and so what if they do?. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 7(1), 53-63.
- Titisari, Tyas. (2004). *Hubungan antara Persepsi Sales Person terhadap Kepemimpinan Transformasional dan Transaksional Sales Supervisor dengan*

Work-self efficacy Sales Person. Skripsi. Depok: Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

- Schmidt, F. L., & Hunter, J. E. (1998). The validity and utility of selection methods in personnel psychology: Practical and theoretical implications of 85 years of research findings. *Psychological Bulletin*, *124*, 262-274.
- Schmidt, F. L., Hunter, J. E., & Outerbridge, A. N. (1986). The impact of job experience and ability on job knowledge, work sample performance, and supervisory ratings of performance. *Journal of Applied Psychology*, *71*, 432-439.
- Schulman, P. (1999). Applying “learned optimism” to increase sales productivity. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, *19*(1), 31-37.
- Seashore, S. E., Indik, B. P., & Georgopoulos, B. S. (1960). Relationships among criteria of job performance. *Journal of Applied Psychology*, *44*(3), 195-202.
- Seligman, M. & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology. *American Psychologist*, *55*, 5–14.
- Sun, T., Zhao, X. W., Yang, L. B., & Fan, L. H. (2012). The impact of psychological capital on job embeddedness and job performance among nurses: A structural equation approach. *Journal of Advanced Nursing*, *68*(1), 69-79. doi: [10.1111/j.1365-2648.2011.05715.x](https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2011.05715.x)
- Van Dyne, L., Jehn, K. A., & Cummings, A. (2002). Differential effects of strain on two forms of work performance: Individual employee sales and creativity. *Journal of Organizational Behavior*, *23*, 57-74. doi: [10.1002/job.127](https://doi.org/10.1002/job.127)
- Van Dyne, L. & LePine, J. (1998). Helping and voice extra-role behaviors: Evidence of construct and predictive validity. *The Academy of Management Journal*, *41*(1), 108-119.
- Van Scotter, J., Motowidlo, S. J., & Cross, T. C. (2000). Effects of task performance and contextual performance on systemic rewards. *Journal of Applied Psychology*, *85*, 526–535.
- Viswesvaran, C. Schmidt, F. L., & Ones, D. S. (2005). Is there a general factor in ratings of job performance? A meta-analytic framework for disentangling substantive and error influences. *Journal of Applied Psychology*, *90*(1), 108-131. doi: [10.1037/0021-9010.90.1.108](https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.1.108)
- Wang, G. & Netemeyer, R. G. (2002). The effects of job autonomy, customer demandingness, and trait competitiveness on salesperson learning, self-efficacy, and performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *30*(3), 217-228. doi: [10.1177/0092070302303003](https://doi.org/10.1177/0092070302303003)
- Yun, S., Takeuchi, R., & Liu, W. (2007). Employee self-enhancement motives and job performance behaviors: Investigating the moderating effects of employee role

ambiguity and managerial perceptions of employee commitment. *Journal of Applied Psychology*, 92(3), 745-756. doi: [10.1037/0021-9010.92.2.745](https://doi.org/10.1037/0021-9010.92.2.745)



LAMPIRAN A
(Hasil Uji Coba Alat Ukur PCQ dan IRP)

A.1. Uji Reliabilitas dan Validitas Alat Ukur PCQ

A.1.1. Hasil Uji Reliabilitas

A.1.1.1 Sebelum dilakukan penghapusan *item*:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.822	.834	24

A.1.1.2 Setelah dilakukan penghapusan *item*:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.862	.863	21

A.1.2. Hasil Uji Validitas

A.1.2.1 Sebelum dilakukan penghapusan *item*:

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
psycap1	99.79	150.373	.582	.610	.805
psycap2	99.68	156.254	.473	.414	.811
psycap3	99.77	152.667	.551	.483	.807
psycap4	99.18	159.195	.467	.465	.813
psycap5	99.55	155.223	.464	.426	.811
psycap6	99.41	148.316	.560	.804	.806
psycap7	98.81	160.831	.483	.415	.813
psycap8	99.55	145.047	.593	.797	.803
psycap9	99.35	145.768	.528	.817	.807
psycap10	99.88	157.103	.457	.406	.812
psycap11	98.84	160.145	.430	.405	.814
psycap12	100.32	161.318	.282	.220	.819
psycap13	99.75	163.552	.146	.498	.828

psycap14	99.15	160.667	.400	.426	.815
psycap15	99.25	161.931	.294	.307	.819
psycap16	99.64	159.300	.414	.376	.814
psycap17	99.19	159.847	.462	.422	.813
psycap18	100.20	156.102	.447	.338	.812
psycap19	99.20	161.099	.289	.254	.819
psycap20	101.23	176.901	-.195	.391	.842
psycap21	98.88	159.110	.404	.326	.814
psycap22	98.71	161.906	.418	.443	.815
psycap23	99.97	171.812	-.060	.403	.837
psycap24	98.43	167.661	.182	.274	.822

A.1.2.2 Setelah dilakukan penghapusan *item*:

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
psycap1	89.29	146.448	.591	.605	.850
psycap2	89.18	153.000	.456	.402	.856
psycap3	89.27	148.471	.569	.477	.851
psycap4	88.68	155.867	.449	.457	.856
psycap5	89.05	151.525	.464	.424	.856
psycap6	88.91	143.900	.583	.803	.850
psycap7	88.31	156.807	.496	.393	.856
psycap8	89.05	140.133	.630	.793	.848
psycap9	88.85	141.026	.557	.816	.852
psycap10	89.38	153.072	.468	.403	.855
psycap11	88.34	156.180	.439	.404	.857
psycap12	89.82	157.342	.288	.208	.862
psycap14	88.65	156.559	.414	.420	.857
psycap15	88.75	158.101	.296	.289	.861
psycap16	89.14	155.082	.432	.373	.857
psycap17	88.69	155.753	.477	.417	.856
psycap18	89.70	152.577	.440	.323	.856
psycap19	88.70	157.295	.290	.199	.862
psycap21	88.38	155.430	.401	.325	.858
psycap22	88.21	158.431	.404	.429	.858
psycap24	87.93	164.069	.169	.264	.864

A.2. Uji Reliabilitas dan Validitas Alat Ukur IRP

A.2.1. Hasil Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	37	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	37	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	4

A.2.2. Hasil Uji Validitas Alat Ukur IRP

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
perf1	16.81	4.880	.614	.698
perf2	16.86	5.342	.542	.736
perf3	17.78	5.230	.471	.776
perf4	16.97	4.694	.688	.658

LAMPIRAN B
(Gambaran Umum Partisipan)

B.1. Gambaran Umum Karakteristik Partisipan

B.1.1 Persebaran Usia Partisipan

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tahap Eksplorasi	134	60,6	60,6	60,6
	Tahap Pemantapan	87	39,4	39,4	100,0
	Total	221	100,0	100,0	

B.1.2 Pendidikan Terakhir Partisipan

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Diploma	3	1,4	1,4	1,4
	S1	2	,9	,9	2,3
	SMA	216	97,7	97,7	100,0
	Total	221	100,0	100,0	

B.1.3 Masa Kerja Partisipan

		Masa Kerja			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1 tahun	89	40.3	40.3	40.3
	1 - 2 tahun	62	28.1	28.1	68.3
	2 - 3 tahun	32	14.5	14.5	82.8
	3 - 4 tahun	25	11.3	11.3	94.1
	>4 tahun	13	5.9	5.9	100.0
	Total	221	100.0	100.0	

B.1.4 Gaji Pokok Bulanan Partisipan**Penghasilan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	111	50,2	50,2	50,2
Rp 1.500.001 - Rp 2.000.000	99	44,8	44,8	95,0
Valid Rp 2.000.001 - Rp 2.500.000	9	4,1	4,1	99,1
Rp 2.500.001 - Rp 3.000.000	2	,9	,9	100,0
Total	221	100,0	100,0	

B.1.5 Persentase Pencapaian Target Penjualan Partisipan pada Bulan April 2012**Pencapaian Target Penjualan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
> 150,01 %	7	3,2	3,2	3,2
0 % - 50 %	4	1,8	1,8	4,0
100,01 % - 125 %	100	45,2	45,2	49,2
Valid 125,01 % - 150 %	18	8,1	8,1	57,4
50,01 % - 75 %	14	6,3	6,3	64,7
75,01 % - 100 %	78	35,3	35,3	100,0
Total	221	100,0	100,0	

B.1.6 Produk yang Ditangani Partisipan**Produk**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
A	144	65,2	65,2	65,2
Valid B	58	26,2	26,2	91,4
C	19	8,6	8,6	100,0
Total	221	100,0	100,0	

B. 2 Gambaran Umum *Psychological Capital*

Statistics

TotalPCQ

N	Valid	221
	Missing	0
Mean		97,59
Median		98,00
Mode		93
Std. Deviation		8,174
Minimum		71
Maximum		120

TotalPCQ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	27	12,2	12,2
	Sedang	165	74,7	86,9
	Tinggi	29	13,1	100,0
	Total	221	100,0	100,0

B.3. Gambaran Umum *In-Role Performance*

Statistics

TotalPerf

N	Valid	221
	Missing	0
Mean		19,62
Median		20,00
Mode		20
Std. Deviation		2,109
Minimum		8
Maximum		24
Sum		4335

Recode_TotalPerf

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	24	10,9	10,9
	Sedang	185	83,7	94,6
	Tinggi	12	5,4	100,0
	Total	221	100,0	100,0

LAMPIRAN C
(Hasil Utama Penelitian)

C.1 Hasil Korelasi antara *Psychological Capital* dan *In-Role Performance*

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
TotalPerf	19,62	2,109	221
TotalPCQ	97,59	8,174	221

Correlations

		TotalPerf	TotalPCQ
TotalPerf	Pearson Correlation	1	,189**
	Sig. (2-tailed)		,005
	N	221	221
TotalPCQ	Pearson Correlation	,189**	1
	Sig. (2-tailed)	,005	
	N	221	221

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN D
(Hasil Tambahan Penelitian)

D.1. Gambaran *In-Role Performance* Ditinjau dari Usia

Descriptives

TotalPerf

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
					Tahap Eksplorasi	134		
Tahap Pemantapan	87	19.39	2.374	.255	18.88	19.90	8	24
Total	221	19.62	2.109	.142	19.34	19.89	8	24

ANOVA

TotalPerf

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	7.237	1	7.237	1.632	.203
Within Groups	971.071	219	4.434		
Total	978.308	220			

D.2. Gambaran *In-Role Performance* Ditinjau dari Pendidikan Terakhir

Descriptives

TotalPerf

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Mean			
					Lower Bound	Upper Bound		
SMA	216	19,61	2,132	,145	19,33	19,90	8	24
D1	2	19,50	,707	,500	13,15	25,85	19	20
D3	1	20,00	20	20
S1	2	20,00	,000	,000	20,00	20,00	20	20
Total	221	19,62	2,109	,142	19,34	19,89	8	24

ANOVA

TotalPerf

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,474	3	,158	,035	,991
Within Groups	977,833	217	4,506		
Total	978,308	220			

D.3. Gambaran *In-Role Performance* Ditinjau dari Masa Kerja

Descriptives

TotalPerf

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
<1 tahun	89	19.16	2.468	.262	18.64	19.68	8	24
1 - 2 tahun	62	19.53	1.706	.217	19.10	19.97	12	24
2 - 3 tahun	32	20.00	1.741	.308	19.37	20.63	16	24
3 - 4 tahun	25	20.44	1.873	.375	19.67	21.21	15	24
>4 tahun	13	20.62	1.660	.460	19.61	21.62	17	24
Total	221	19.62	2.109	.142	19.34	19.89	8	24

ANOVA

TotalPerf

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	53.838	4	13.459	3.145	.015
Within Groups	924.470	216	4.280		
Total	978.308	220			

D.4. Gambaran *In-Role Performance* Ditinjau dari Penghasilan Pokok Bulanan

Descriptives

TotalPerf

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	111	19,70	2,287	,217	19,27	20,13	10	24
Rp 1.500.001 - Rp 2.000.000	99	19,56	1,981	,199	19,16	19,95	8	23
Rp 2.000.001 - Rp 2.500.000	9	19,00	1,225	,408	18,06	19,94	17	21
Rp 2.500.001 - Rp 3.000.000	2	20,50	,707	,500	14,15	26,85	20	21
Total	221	19,62	2,109	,142	19,34	19,89	8	24

ANOVA

TotalPerf

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6,174	3	2,058	,459	,711
Within Groups	972,134	217	4,480		
Total	978,308	220			

D.5. Gambaran *In-Role Performance* Ditinjau dari Produk yang Ditangani

Descriptives

TotalPerf

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
A	144	20,13	1,525	,127	19,88	20,38	16	24
B	58	18,29	2,797	,367	17,56	19,03	8	22
C	19	19,74	1,821	,418	18,86	20,61	17	24
Total	221	19,62	2,109	,142	19,34	19,89	8	24

ANOVA

TotalPerf

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	140,113	2	70,057	18,221	,000
Within Groups	838,195	218	3,845		
Total	978,308	220			

D.6. Gambaran *In-Role Performance* Ditinjau dari Persentase Pencapaian Target Penjualan Bulan April 2012

Descriptives

TotalPerf

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
<50%	4	20.00	1.633	.816	17.40	22.60	18	22
50,01% - 75%	14	19.64	1.447	.387	18.81	20.48	17	23
75,01% - 100%	78	19.68	2.586	.293	19.10	20.26	10	24
100,01% - 125%	100	19.53	1.899	.190	19.15	19.91	8	24
125,01% - 150%	18	19.33	1.645	.388	18.52	20.15	14	22
>150,01%	7	20.57	1.618	.612	19.07	22.07	19	24
Total	221	19.62	2.109	.142	19.34	19.89	8	24

ANOVA

TotalPerf

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	9.482	5	1.896	.421	.834
Within Groups	968.826	215	4.506		
Total	978.308	220			

D.7. Hasil Analisis Regresi Ganda Komponen *Psychological Capital* terhadap *In-Role Performance*

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
TotalPerf	19,62	2,109	221
TotalEfficacy	27,02	3,495	221
TotalHope	28,60	2,831	221
TotalOptimism	20,79	2,188	221
TotalResiliency	21,18	3,542	221

Correlations

		TotalPerf	TotalEfficacy	TotalHope	TotalOptimism	TotalResiliency
Pearson Correlation	TotalPerf	1,000	,186	,076	,043	,166
	TotalEfficacy	,186	1,000	,268	-,028	,381
	TotalHope	,076	,268	1,000	,328	,434
	TotalOptimism	,043	-,028	,328	1,000	,141
	TotalResiliency	,166	,381	,434	,141	1,000
Sig. (1-tailed)	TotalPerf	.	,003	,132	,261	,007
	TotalEfficacy	,003	.	,000	,337	,000
	TotalHope	,132	,000	.	,000	,000
	TotalOptimism	,261	,337	,000	.	,018
	TotalResiliency	,007	,000	,000	,018	.
N	TotalPerf	221	221	221	221	221
	TotalEfficacy	221	221	221	221	221
	TotalHope	221	221	221	221	221
	TotalOptimism	221	221	221	221	221
	TotalResiliency	221	221	221	221	221

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,216 ^a	,047	,029	2,078	,047	2,640	4	216	,035

a. Predictors: (Constant), TotalResiliency, TotalOptimism, TotalEfficacy, TotalHope

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	45,606	4	11,401	2,640	,035 ^b
1 Residual	932,702	216	4,318		
Total	978,308	220			

a. Dependent Variable: TotalPerf

b. Predictors: (Constant), TotalResiliency, TotalOptimism, TotalEfficacy, TotalHope

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
(Constant)	15,497	1,896		8,172	,000			
TotalEfficacy	,091	,044	,151	2,060	,041	,186	,139	,137
1 TotalHope	-,021	,058	-,028	-,358	,721	,076	-,024	-,024
TotalOptimism	,039	,068	,041	,571	,568	,043	,039	,038
TotalResiliency	,068	,046	,115	1,482	,140	,166	,100	,098

Dependent Variable: TotalPerf

No

PERILAKU KERJA SPG



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS INDONESIA**

DEPOK

2012

Selamat pagi / siang / sore

Bapak/ Ibu / Sdr/ i yang saya hormati,

Saya adalah mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Indonesia yang sedang melakukan penelitian tentang perilaku kerja. Berkaitan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk menjadi partisipan dalam penelitian ini dan memberikan jawaban pada setiap pernyataan dalam booklet sesuai dengan petunjuk yang ada.

Tidak ada jawaban benar atau salah dalam penelitian ini. Oleh karena itu, Bapak/Ibu/Sdr/i dimohon menjawab semua pernyataan **dengan jujur dan sesuai dengan keadaan diri Bapak/Ibu/Sdr/i.** Data yang Bapak/Ibu /Sdr/i berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian ini. **Bapak/Ibu/Sdr/i dimohon menjawab dengan cermat dan teliti, jangan sampai ada pernyataan yang terlewat** agar data dapat diolah.

Apabila ada hal-hal yang ingin ditanyakan berkaitan dengan penelitian ini, Bapak/Ibu/Sdr/i dapat menghubungi peneliti di nomor 0853 1200 3832 atau melalui email monika.paramitha@gmail.com.

Atas partisipasi dan bantuan Bapak/Ibu/Sdr/i, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,
Peneliti

Informed Consent

Seperti yang telah disampaikan di atas, saya secara kebetulan terpilih sebagai partisipan dalam penelitian ini. Dengan saya menandatangani *informed consent* ini, artinya saya secara sukarela bersedia menjadi partisipan penelitian ini.

Jakarta, ... Mei 2012

(Inisial dan tanda tangan)

PETUNJUK PENGISIAN

Pada bagian ini terdapat sejumlah pernyataan yang **menggambarkan perilaku Anda ketika bekerja**. Berilah tanda silang (X) dalam pilihan jawaban yang menurut Anda paling menggambarkan kondisi Anda saat ini.

Pilihan jawaban yang tersedia adalah:

STS : Jika Anda **Sangat Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut

TS : Jika Anda **Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut

ATS : Jika Anda **Agak Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut

AS : Jika Anda **Agak Setuju** dengan pernyataan tersebut

S : Jika Anda **Setuju** dengan pernyataan tersebut

SS : Jika Anda **Sangat Setuju** dengan pernyataan tersebut

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Saya datang tepat waktu ke kantor.	STS	TS	ATS	AS	<input checked="" type="checkbox"/>	SS

Contoh Pengerjaan:

Artinya: Dalam kehidupan sehari – hari, Anda datang tepat waktu ke kantor, hal ini **sesuai** dengan keadaan diri Anda.

Cara Mengoreksi :

Jika Anda ingin mengganti jawaban, coretlah tanda silang (X) pada jawaban awal dengan dua garis horizontal sejajar (=), kemudian berikan tanda silang pada jawaban yang baru (X).

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Saya datang tepat waktu .ke kantor	STS	TS	ATS	AS	S	SS

Artinya: Dalam kehidupan sehari – hari, Anda datang tepat waktu ke kantor, hal ini **tidak sesuai** dengan keadaan diri Anda.

Selamat mengerjakan! Jangan sampai ada pernyataan yang terlewat!

STS : Sangat Tidak Setuju **AS** : Agak Setuju
TS : Tidak Setuju **S** : Setuju
ATS : Agak Tidak Setuju **SS** : Sangat Setuju

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	Saya mampu menemukan solusi bagi masalah yang bersifat jangka panjang.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
2.	Saya mampu bertindak sebagai wakil unit kerja saya dalam rapat manajemen.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
3.	Saya mampu memberikan kontribusi dalam rapat strategi perusahaan.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
4.	Saya mampu memberi masukan dalam penetapan target unit kerja saya.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
5.	Saya mampu membahas masalah dengan pihak di luar perusahaan (pemasok, konsumen, dll).	STS	TS	ATS	AS	S	SS
6.	Saya mampu menyampaikan informasi kepada rekan-rekan kerja saya.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
7.	Jika saya menghadapi masalah dalam pekerjaan, saya memiliki berbagai alternatif untuk menyelesaikannya.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
8.	Saat ini, saya merasa bersemangat untuk mencapai target pekerjaan saya.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
9.	Terdapat berbagai alternatif solusi dibalik setiap masalah.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
10.	Saat ini, saya merasa sukses dalam bekerja.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
11.	Saya memikirkan berbagai cara untuk mencapai target kerja saya.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
12.	Saat ini, saya merasa sudah mencapai apa yang menjadi target kerja pribadi.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
13.	Saya biasa mengatasi masalah dalam pekerjaan dengan berbagai cara.	STS	TS	ATS	AS	S	SS

STS : Sangat Tidak Setuju **AS : Agak Setuju**
TS : Tidak Setuju **S : Setuju**
ATS : Agak Tidak Setuju **SS : Sangat Setuju**

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
14.	Jika kondisi di tempat kerja memaksa, saya bisa mengerjakan sendirian.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
15	Saya biasa mengatasi dengan mudah hal-hal yang membuat stres saat bekerja.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
16.	Saya dapat melalui masa-masa sulit dalam bekerja karena sebelumnya saya sudah pernah mengalaminya.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
17.	Saya mampu mengerjakan berbagai hal sekaligus.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
18.	Jika terjadi ketidakjelasan di tempat kerja, saya berharap yang terbaik.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
19.	Saya selalu melihat sisi baik dari pekerjaan saya.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
20.	Saya optimis dengan apapun yang mungkin terjadi pada pekerjaan saya di masa depan.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
21.	Dalam menjalani pekerjaan ini saya memiliki prinsip “ada hikmah dibalik setiap masalah”.	STS	TS	ATS	AS	S	SS

Data Partisipan

Nama : _____ No HP : _____
 Jenis Kelamin : L / P * (*coret yang tidak perlu*)
 Usia : _____ tahun
 Lama Bekerja : Tahun Bulan

Pendidikan terakhir ** : (*pilih salah satu dengan memberi tanda silang (X)*)

() SMA/SMK () Profesi
 () DI () S1
 () DII () S2
 () DIII Lainnya : _____ (tolong sebutkan)

Brand Susu yang Ditangani : _____
 Pendapatan pokok per bulan : Rp _____
 Target Kerja / bulan : _____
 Pencapaian target bulan lalu : _____

**Mohon periksa kembali jawaban Bapak/ Ibu / Sdr/ i,
 pastikan tidak ada yang terlewat!
 TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASI BAPAK / IBU / SDR / i**

No

PERILAKU KERJA SPG OLEH TEAM LEADER



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS INDONESIA**

DEPOK

2012

Selamat pagi / siang / sore

Bapak/ Ibu / Sdr/ i yang saya hormati,

Saya adalah mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Indonesia yang sedang melakukan penelitian tentang perilaku kerja. Berkaitan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk menjadi partisipan dalam penelitian ini dan memberikan jawaban pada setiap pernyataan dalam booklet sesuai dengan petunjuk yang ada.

Tidak ada jawaban benar atau salah dalam penelitian ini. Oleh karena itu, Bapak/Ibu/Sdr/i dimohon menjawab semua pernyataan **dengan jujur dan sesuai dengan keadaan diri Bapak/Ibu/Sdr/i.** Data yang Bapak/Ibu /Sdr/i berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian ini. **Bapak/Ibu/Sdr/i dimohon menjawab dengan cermat dan teliti, jangan sampai ada pernyataan yang terlewat** agar data dapat diolah.

Apabila ada hal-hal yang ingin ditanyakan berkaitan dengan penelitian ini, Bapak/Ibu/Sdr/i dapat menghubungi peneliti di nomor 0853 1200 3832 atau melalui email monika.paramitha@gmail.com.

Atas partisipasi dan bantuan Bapak/Ibu/Sdr/i, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,
Peneliti

Informed Consent

Seperti yang telah disampaikan di atas, saya secara kebetulan terpilih sebagai partisipan dalam penelitian ini. Dengan saya menandatangani *informed consent* ini, artinya saya secara sukarela bersedia menjadi partisipan penelitian ini.

Jakarta, ... Mei 2012

(Nama dan tanda tangan)

PETUNJUK PENGISIAN

Pada bagian ini terdapat sejumlah pernyataan yang **menggambarkan perilaku SPG yang Anda pimpin ketika bekerja**. Berilah tanda silang (X) dalam pilihan jawaban yang menurut Anda paling menggambarkan kondisi Anda saat ini.

Pilihan jawaban yang tersedia adalah:

STS : Jika Anda **Sangat Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut

TS : Jika Anda **Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut

ATS : Jika Anda **Agak Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut

AS : Jika Anda **Agak Setuju** dengan pernyataan tersebut

S : Jika Anda **Setuju** dengan pernyataan tersebut

SS : Jika Anda **Sangat Setuju** dengan pernyataan tersebut

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	SPG ini datang tepat waktu ke toko.	STS	TS	ATS	AS	<input checked="" type="checkbox"/>	SS

Contoh Pengerjaan:

Artinya: Dalam kehidupan sehari – hari, SPG yang dinilai datang tepat waktu ke toko, hal ini **sesuai** dengan keadaan yang ada .

Cara Mengoreksi :

Jika Anda ingin mengganti jawaban, coretlah tanda silang (X) pada jawaban awal dengan dua garis horizontal sejajar (=), kemudian berikan tanda silang pada jawaban yang baru (X).

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	SPG ini datang tepat waktu .ke toko	STS	TS	ATS	AS	S	SS

Artinya: Dalam kehidupan sehari-hari, SPG yang dinilai datang terlambat ke toko sehingga Anda **tidak setuju** dengan pernyataan tersebut.

Selamat mengerjakan! Jangan sampai ada pernyataan yang terlewat!

Nama Team Leader: _____

No. HP: _____

STS : Sangat Tidak Setuju **AS** : Agak Setuju
TS : Tidak Setuju **S** : Setuju
ATS : Agak Tidak Setuju **SS** : Sangat Setuju

Nama SPG: _____

Store: _____

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	SPG memenuhi tanggung jawab sebagaimana terdapat dalam deskripsi jabatan saya.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
2.	SPG menyelesaikan tugas-tugas saya sesuai dengan tuntutan pekerjaan saya.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
3.	SPG dapat memenuhi target kinerja yang ditetapkan.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
4.	SPG mampu menyelesaikan tugas-tugas dan tanggung jawab saya	STS	TS	ATS	AS	S	SS

Nama SPG: _____

Store: _____

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	SPG memenuhi tanggung jawab sebagaimana terdapat dalam deskripsi jabatan saya.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
2.	SPG menyelesaikan tugas-tugas saya sesuai dengan tuntutan pekerjaan saya.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
3.	SPG dapat memenuhi target kinerja yang ditetapkan.	STS	TS	ATS	AS	S	SS
4.	SPG mampu menyelesaikan tugas-tugas dan tanggung jawab saya	STS	TS	ATS	AS	S	SS