BABI

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Persaingan menjadi salah satu ciri khas tersendiri di era globalisasi. Naik turunnya perekonomian menjadi femonena yang tidak dapat dihindari. Dalam tanggal 22 Mei tahun 2020, Badan Perencanaan siaran persnya, Pembangunan Nasional atau BAPPENAS (Afandi, 2017) menuturkan bonus demografi pada tahun 2030 - 2040 sebagai strategi Indonesia terkait ketenagakerjaan dan pendidikan yang menyatakan sesuai dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) periode 2015-2019, Indonesia fokus pada tenaga kerja dan pendidikan. Bonus demografi yang dimaksud adalah penduduk usia produktif (15 – 64 tahun) berjumlah lebih besar dibandingkan dengan yang non-produktif. Fakta inilah yang dilihat para developer pengembang, baik pengembang perumahan, pengembang area komersial (mall, apartemen, residensial, ruko) sebagai peluang bisnis. Banyaknya developer baru bermunculan, dan tidak sedikit dari developer tersebut yang melakukan penipuan, seperti yang diberitakan oleh beberapa media online di Jawa Timur, di awal tahun 2020. Beberapa developer melakukan penipuan yang jumlahnya mencapai triliunan rupiah, jumlah ini tentu tidak sedikit, apalagi jika dikaitkan dengan bonus demografis dimana banyaknya orang muda yang sudah bekerja dan ingin memiliki rumah sendiri.

Sebagai contoh lain, kasus Sipoa Grup, di Jawa Timur, yang sudah bergulir sejak tahun 2017. Developer ini, melakukan penipuan terhadap konsumen dengan nilai kerugian mencapai miliyaran rupiah. Hingga kini,

kasus tersebut masih diproses hukum, bahkan seperti diberitakan Times Indonesia, pada bulan Desember 2020 (Hasanah, 2020), konsumen masih melakukan upaya hukum guna mendapatkan haknya, dan developer yang dimaksud, mendapatkan hukuman baik pidana dan perdata, dengan properti murah yang dijanjikan serah terima tahun 2017, tidak dibangun.

Penipuan-penipuan tersebut, menjadi atensi banyak pihak, bukan hanya konsumen, tapi juga pemerintah, stakeholders, masyarakat dan juga broker properti secara umum, sebab, broker properti dipilih developer untuk membantu memasarkan produknya. Sehingga kemudian, menjadi tanggung jawab broker juga untuk memastikan properti yang dijual atau ditawarkan kepada konsumen, adalah properti terpercaya, dengan legalitas yang jelas, bukan properti sengketa atau sejenisnya. Broker sendiri terbagi menjadi dua, yakni broker tradisional dan broker professional. Broker tradisional atau bt adalah istilah yang diberikan para broker professional kepada broker yang memasarkan properti tanpa naungan kantor agen yang tergabung dalam AREBI (Asosiasi Real Estate Broker Indonesia). Sementara, broker professional, adalah broker yang tergabung dalam AREBI dan segala aktivitas yang dilakukannya termonitor dengan baik oleh kantor agen serta besarnya komisi yang diberlakukan, harus sesuai dengan Permendag No. 51 tahun 2017 tentang P4 yaitu perusahaan Perantara Perdagangan Properti. Pada pasal 12, disebutkan komisi tersebut adalah sebesar 2 hingga 5% dari nilai transaksi. AREBI sendiri, sudah terbentuk sejak tahun 1992, dengan agenda awal memberikan pelatihan, training untuk para broker properti. Dengan demikian, tentu saja, broker professional menjadi pilihan utama para konsumen, terlebih sejak maraknya kasus penipuan-penipuan yang dilakukan oleh pengembang perumahan.

Untuk menjadi broker professional, tentu saja, para broker harus dibekali dengan *skill* yang mumpuni. Setelah sebelumnya, bagi broker yang ingin melakukan training di LSP-BPN harus pergi ke Jakarta, berkembangnya usaha jual properti di Indonesia secara umum dan di Jawa Timur khususnya, telah mendorong KADIN (Kamar Dagang Indonesia) untuk mendukung pendirian LSP-BPN di regional Jawa Timur. KADIN mendukung penuh pendirian Lembaga Sertifikasi Profesi Broker Properti Nasional (LSP-BPN) untuk menambah *skill* broker properti, sehingga mampu bersaing (Lestari, 2020). Pelatihan ini, tentu saja dapat berdampak positif pada geliat pasar properti, meningkatkan kembali minat klien untuk membeli karena kepercayaan yang timbul lewat pelatihan untuk mencetak broker dengan kompetensi dan *skill* yang baik. Sebab, broker yang sudah tergabung dalam AREBI, sudah terlatih untuk menjual dengan profesionalisme yang tinggi, dan juga kemampuan untuk memilih properti dari pengembang terpercaya dan menjual ataupun menyewakan properti dari *vendor* yang jelas.

Lebih lanjut, broker selayaknya sebuah pekerjaan, tentu mempunyai tugas untuk mendapatkan klien yang menjual atau membeli properti yang ditawarkan, dan menjual properti tersebut sesuai dengan aturan kantor agen dan juga AREBI. Broker yang *perform* tentu lebih disukai oleh kantor agen yang menaunginya, sebab, komisi yang didapatkan broker, akan menjadi nafas hidup bagi keberlangsungan suatu kantor agent. Hal ini seperti simbiosis mutualisme, dimana broker memerlukan kantor agen untuk menaungi dan meningkatkan kepercayaan konsumen, sedangkan kantor agen juga membutuhkan broker untuk biaya operasional kantornya.

Broker sebagaimana seorang sales, adalah sebuah pekerjaan yang layak mendapatkan perhatian spesial untuk kepentingan, kelaziman dan karakter yang unik. Penjualan efektif adalah kunci sukses atau tidaknya perekonomian

sebuah organisasi (Vinchur dkk., 1998). Beberapa faktor yang mungkin berpengaruh terhadap kinerja seseorang, seperti sosial, budaya, atau kondisi demografis dan juga kondisi pekerjaan, serta dapat pula dipengaruhi oleh karakteristik organisasi, lingkungan kerja, atau karakter pekerja dari karakter dengan sifat yang berbeda (Fogaça dkk., 2018).

Job performance atau kinerja adalah konstrak multi dimensi yang mengindikasikan seberapa baik seorang karyawan / pekerja melakukan tugasnya, inisiatif yang diambilnya, dan akal yang digunakan untuk memecahkan masalah (Rothmann & Coetzer, 2003). Kinerja yang tinggi mengisyaratkan kepuasan yang paling nyata dirasakan oleh seseorang dalam satu organisasi. Karenanya, kinerja sangat mempengaruhi kemajuan suatu perusahaan.

Untuk memaksimalkan performasi kerja yang baik dan positif, perusahaan dituntut untuk dapat memanfaatkan sumber daya, atau karyawan, dalam hal ini broker properti, juga memaksimalkan fungsinya. Dengan demikian, organisasi terus berusaha untuk mengoptimalkan segala kecakapan dan potensi karyawannya. Dalam hal ini, pelatihan dan training-training secara rutin dilakukan oleh kantor agen untuk terus menciptakan broker properti yang professional dan mampu menjual. Sebab keberhasilan suatu perusahaan, dalam hal ini, kantor agen, mutlak ditentukan oleh performasi kerja para brokernya.

Broker yang memiliki kemampuan dan keyakinan untuk menjalankan tugas dan pekerjaan pada kinerja spesifik akan dapat menyelesaikan pekerjaan yang diberikan kepadanya dengan maksimal. Hal tersebut dinamakan *self efficacy* yang merupakan teori belajar sosial oleh Bandura, yang pada penelitian ini, secara spesifik pada area pekerjaan.

Shereer dkk (1982) mengungkapkan bahwa perbedaan individu dalam efikasi diri secara umum ada dan perbedaan tersebut berhubungan dengan perilaku, pengalaman masa lalu individu dengan kegagalan dan kesuksesan dalam berbagai situasi kemudian menghasilkan set yang general (umum), ekpektasi yang dibawa terus oleh individu pada set situasi yang baru. Hal ini dikenal dengan istilah, general self efficacy. Hal ini, juga menjelaskan bahwa self efficacy merupakan karakteristik yang seharusnya ada dan dimiliki seseorang untuk berhasil dalam melakukan pekerjaan. Dalam hal ini, seorang broker mutlak memiliki self efficacy untuk sukses menjual properti yang jualnya. Dan social self efficacy atau efikasi diri secara sosial, mengukur self efficacy dalam keterampilan sosial atau kompetensi vokasi. Yang mana, broker juga harus miliki, kaitannya dengan interaksi terhadap orang yang baru dikenalnya, masyarakat luas pada umumnya, kemampuannya untuk mengikuti acara-acara gathering, mewakili perusahaan dalam acara-acara penting.

Sebagai sebuah organisasi, kantor agen berkewajiban memberi bekal training, untuk para karyawannya, dalam hal ini, broker properti. Setiap broker yang baru bergabung dalam satu kantor agen, biasanya harus mengikuti serangkaian training, untuk menguasai market share, memahami prosedur transaksi, membedakan open listing dan exclusive listing, mengiklankan secondary market, serta teknik closing secondary. Berlaku juga, training refresh knowledge bagi broker lama untuk memaksimalkan penjualan. Terdapat puluhan kantor agen yang tersebar di Jawa Timur, dan tentu saja menjadi pilihan para broker untuk memutuskan kantor agen mana yang akan menjadi partner. Karena semua kantor agen tersebut mempunyai nama, dan terpercaya karena tergabung dalam AREBI misalnya saja Mansion Indonesia, RayWhite, A n A Indonesia dan lainnya. Ada kalanya, dimana

broker dari satu kantor agen, pindah dan berpartner dengan kantor agen lainnya. Hal tersebut adalah lumrah dimana, mungkin saja broker tersebut tidak mepersepsikan iklim organisasi dengan baik. Iklim organisasi menurut Litwin & Stringer (1968) adalah konsep yang melukiskan sifat subyektif atau kualitas organisasi. Sehingga, adalah umum, bila broker dari kantor agen satu, pindah ke kantor agen lainnya. Tidak jarang, broker dari kantor agen satu cabang a pindah ke kantor agen satu cabang b. sehingga dibutuhkan iklim organisasi yang positif agar broker mampu bertahan pada satu kantor agen.

Membahas kinerja tentu erat kaitannya dengan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi broker, yaitu faktor internal individu, berupa usaha (effort), abilities, dan role/task perception. Kinerja yang diaktualisasikan karyawan juga didukung oleh Self efficacy (Trisanto 2017). Sejalan dengan penelitian yang juga sudah dibuktikan; adanya hubungan positif signifikan antara self efficacy dengan job performance, adanya hubungan positif signifikan antara iklim organisasi dengan job performance, adanya hubungan bersama antara self efficacy dan iklim organisasi dengan job performance. (Judge & Bono (2001), Eres & Judge (2001). Chasanah (2008), Potosky (2009), Lai (2012), Bhat & Bashir (2016), Fajriah (2016), Husnawati (2016), Sunarsih & Helmiatin (2017), Macmud (2018)).

Sebagaimana yang sudah diuraikan diatas, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah *self efficacy*, dan iklim organisasi memiliki hubungan dengan *job performance*. Selanjutnya, secara lebih spesifik lagi, apakah *self efficacy*, iklim organisasi dan *job performance* saling berhubungan baik secara parsial dan secara simultan.

2. Perumusan Masalah

Broker properti adalah individu yang jasanya sering digunakan konsumen atau klien dalam urusan jual beli properti. Ada lima hal yang bisa dilakukan broker untuk mempermudah proses jual beli rumah; mencari penjual dan pembeli, mengurus dokumen, mempromosikan properti, memonitor properti yang diperjual-belikan dan sebagai manajer investasi para klien yang ini berinvestasi dalam bidang properti. Kelima hal ini, tentu saja membutuhkan keahlian dan kompetensi yang sesuai. Sebab, dengan kompetensi yang dimiliki, didukung jaringan jual-beli dan *database* klien yang dimiliki broker professional, sehingga kemungkinan untuk berhasil menjual satu properti semakin tinggi.

Semakin maraknya kasus penipuan jual-beli properti membuat banyak pihak lebih teliti dan waspada. Penipuan tersebut juga sedikit banyak berpengaruh, baik langsung ataupun tidak langsung pada broker properti. Sebab, tidak sedikit, klien yang membatalkan membeli atau menjualkan rumah dengan bantuan broker, atau bahkan sama sekali tidak mau lagi berurusan dengan broker properti. Tidak sedikit pula, broker properti yang putus asa dan merasa gagal, karena ikut terlibat dalam masalah tersebut, tetapi, banyak juga dari broker yang tetap yakin bisa menjual dan menyelesaikan masalahnya, hal ini lah yang disebut *self efficacy*. Persoalan krusial seperti ini ditanggapi serius oleh para kantor agen, dengan bukti, para kantor agen, yang menaungi para broker properti professional hingga kini tetap eksis di dunia jual beli properti. Tentu saja, ada cara-cara yang dilakukan kantor agen untuk membuat para broker-nya loyal terhadap perusahaan dan terus *perform*. Hal ini dinamakan iklim organisasi, dimana, apabila para broker mempersepsikannya dengan baik, sebuah kantor agen

sebagai organisasi yang menaunginya, maka, broker tersebut juga akan loyal dan *perform* pada pekerjaannya.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan diata, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah ;

- a) Apakah ada hubungan antara *self efficacy*, dengan *job performance* pada broker properti.
- b) Apakah ada hubungan antara iklim organisasi, dengan *job performance* pada broker properti.
- c) Apakah ada hubungan antara *self efficacy*, dan iklim organiasasi dengan *job performance* pada broker properti.

3. Keaslian Penelitian

Sudah ada beberapa penelitian yang dilakukan selama beberapa tahun untuk meneliti hubungan antara *job performance*, *self efficacy*, dan iklim organisasi. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Chasanah (2008) pada penelitiannya, juga menemukan bahwa *self efficacy* berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Kemudian, Macmud (2018) dalam penelitian yang bejudul 'the influence of self efficacy on satisfaction and work related performance' menemukan bahwa *self efficacy* secara signifikan dan positif berpengaruh terhadap work-retaled performance. Penelitian yang dilakukan oleh Liu dari Tilburg University juga menemukan bahwa terdapat pengaruh langsung antara *self efficacy* dengan *individual performance*. Selanjutnya, Suherman & Savitri (2018) dengan penelitian yang berjudul peran *self efficacy* dan motivasi terhadap kinerja marketing dealer mobil, memiliki hasil temuan *self efficacy* berpengaruh secara parsial terhadap kinerja marketing

sebanyak 2,1%, dan temuan lain bahwa *self efficacy* dan motivasi secara simultan berpengaruh terhadap kinerja marketing, yaitu sebanyak 45,6%

Potosky (2009) melalui penelitian yang berjudul "The Moderating Role of Updating Climate Perceptions in the Relationship Between Goal Orientation, Self-Efficacy, and Job Performance" menemukan hasil penelitian; peringkat kinerja secara keseluruhan bila dimediasi dengan self efficacy lebih kuat dirasakan oleh individu dengan iklim organisasi yang supportif. Kemudian, Lai (2012) dengan hasil temuan yang membuktikan adanya hubungan signifikan positif self efficacy terhadap job performance dan job satisfaction. Bhat & Bashir (2016) menemukan hasil penelitian bahwa iklim organisasi, secara signifikan positif mampu memprediksi job performance.

Penelitian yang dilakukan oleh Fajriah (2016) memiliki hasil temuan 19,4% employee performance dipengaruhi oleh self efficacy. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Sunarsih & Helmiatin (2017) dengan hasil temuan penelitian iklim organisasi, dan variable lain (motivasi & kepuasan kerja) secara simultan signifikan dalam mempengaruhi employee performance. Kemudian, Husnawati (2016) dalam penelitiannya terhadap staf- kependidikan di Universitas X, menemukan hasil; ada hubungan positif signifikan antara self efficacy dengan kinerja; ada hubungan positif signifikan antara iklim organisasi dengan kinerja; self efficacy dan iklim organisasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja, dengan iklim organisasi memiliki pengaruh paling dominan dalam meningkatkan kinerja staff. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya self efficacy dan persepsi iklim organisasi untuk menciptakan karyawan yang perform terhadap perusahaan dan pekerjaannya. Self efficacy dan iklim

organisasi juga yang dibutuhkan oleh setiap karyawan, yang dalam penelitian ini, broker properti di Jawa Timur.

Adapun penelitian ini, seperti halnya penelitian-penelitian sebelumnya, mencoba mengungkapkan hubungan antara *self efficacy* dan iklim oganisasi terhadap *job performance* (penelitian oleh Judge 2001, judge dkk 2002, Chasanah 2008, Potosky 2009, Liu & Lai 2012, Bhat & Bashir 2016, Fajriah 2016, Husnawati 2016, Sunarsih & Helmiatin 2017, Macmud 2018) dengan hasil adanya hubungan antar variable bebas dengan variable terikat. Dan setelah menemukan beberapa penelitian untuk masing masing variable secara terpisah dengan hasil penelitian yang signifikan dan positif. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi sangat menarik.

B. Tujuan & Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti-bukti empiris yang berkaitan dengan hubungan antar variable *job performance*, *self efficacy*, dan iklim organisasi, *s*eperti:

- a) Untuk mengetahui hubungan antara *self efficacy*, dengan *job performance* pada broker properti.
- b) Untuk mengetahui hubungan antara iklim organisasi dengan *job performance* pada broker properti.
- c) Untuk mengetahui hubungan antara *self efficacy* dan iklim organisasi dengan *job performance* pada broker properti.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini terbagi menjadi dua yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi ilmu psikologi. Khususnya pada psikologi industri & organisasi, serta psikologi kepribadian, terutama yang berkaitan dengan *self efficacy*, iklim organisasi dan *job performance*.

b. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini mampu dipahami dan dimanfaatkan seluasluasnya sebagai referensi para pelaku bisnis di Propinsi Jawa Timur khususnya para pengembang (*developer*) perumahan, residensial & komersial, para broker properti, hingga konsumen agar hubungan antara semua pihak terkait bisa berjalan secara dinamis serta dapat bersinergi dengan baik dan *supportive*. (halaman ini sengajadikosongi)