



**UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM SARJANA EKSTENSI**

**SKRIPSI**

**PERSEPSI KARYAWAN ATAS PELAKSANAAN  
PELATIHAN SERVICE EXCELLENT DI BAGIAN  
CALL CENTER 147 PADA PT INFOMEDIA  
NUSANTARA**

Oleh :  
**FITRI YUDOWINANTO**  
**0905231332**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Sosial Dalam Bidang Ilmu Administrasi Niaga

**Depok, 2008**



UNIVERSITY OF INDONESIA  
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES  
DEPARTEMENT OF ADMINISTRATIVE SCIENCE  
UNDERGRADUATE EXTENSION PROGRAM

## ABSTRACT

F. Yudowinanto (0905231332)

“Employee Perception of the Service Excellent Training Which is Held by Infomedia Nusantara Company in Call Center 147”

xiv + 130 pages + 26 tables + 30 bibliographies (1989-2007) + 3 articles + 7 enclosures

Liberalization of telecommunication industry which conducted since 2002 had change market structure in Indonesia. Liberalization telecommunication industry had encouraged presence of more operator, so that inter-operators competition among operators in attracting customers more tight as well. Refer to importance of qualified and quality human resource in the company, PT Infomedia Nusantara provide particular attention in the form of training and development of every existing human resources, especially for division Call Center 147. Appropriate training quality, thus it would be resulted employees who have high quality so that will improve company productivity and may compete in a more progressively tight business field nowadays.

Training quality is very important to increase knowledge and skill of the employees. Every company expects to get perfect training thus it will be resulted employees who have high quality. The objective of this research is knowing how the training was held and what the perception of the employees about the training. This research implemented in call center 147 division of PT Infomedia Nusantara. The respondent of this research are totally 120 people. Method of research is survey and simple random sampling technique. Quantity of sample responden is 55 people. Data collecting method is using questioner and interview to the respondent. This research use quantitative approach to describe perception of the employees for the service excellent training which is held by PT Infomedia Nusantara Company.

This research had found that the service excellent training was held for two days that contain about knowledge of the company product and how to operate computer system. Service excellent training had good assessment from the employees it means that service excellent training had been done with good standart. Even that the training had good standart but the company must increase the quality of the training to get more excellent sevice. One of step to increase

the quality of the training is change the place of training to another place that can reach for all of employees and session of the training can be added become three days.





UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM SARJANA EKSTENSI

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fitri Yudowinanto

NPM : 0905231332

Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul

PERSEPSI KARYAWAN ATAS PELAKSANAAN PELATIHAN SERVICE  
EXCELLENT DI BAGIAN CALL CENTER 147 PADA PT INFOMEDIA  
NUSANTARA

benar – benar merupakan hasil karya pribadi dan seluruh sumber yang dikutip  
maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

20 Juni 2008

Fitri Yudowinanto  
0905231332



UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM SARJANA EKSTENSI

## LEMBAR PESETUJUAN SKRIPSI

Nama : Fitri Yudowinanto

NPM : 0905231332

Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga

Judul Skripsi :

PERSEPSI KARYAWAN ATAS PELAKSANAAN PELATIHAN SERVICE  
EXCELLENT DI BAGIAN CALL CENTER 147 PADA PT INFOMEDIA  
NUSANTARA

telah diperiksa oleh Ketua Program Sarjana Ekstensi dan Pembimbing serta  
dinyatakan layak untuk diajukan ke sidang Skripsi Program Sarjana Ekstensi  
Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Indonesia.

Ketua Program Sarjana Ekstensi,

Disetujui oleh

Pembimbing,

Drs. Asrori MA. FLMI  
NIP/NUP 130702932

Drs. Heri Fathurahman, M.Si.  
NIP/NUP 090030012



UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM SARJANA EKSTENSI

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fitri Yudowinanto  
NPM : 0905231332  
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga  
Judul Skripsi :  
PERSEPSI KARYAWAN ATAS PELAKSANAAN PELATIHAN SERVICE  
EXCELLENT DI BAGIAN CALL CENTER 147 PADA PT INFOMEDIA  
NUSANTARA  
telah dipertahankan di hadapan sidang Penguji Skripsi Program Sarjana Ekstensi  
Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Indonesia, pada Hari Jumat Tanggal 20 Juni 2008.

Penguji Skripsi

Ketua Sidang,

Pembimbing,

Drs. Asrori MA. FLMI  
NIP/NUP 130702932

Drs. Heri Fathurahman, M.Si.  
NIP/NUP 090030012

Penguji Ahli,

Sekretaris Sidang,

Drs. Muh Azis Muslim M.Si.  
NIP/NUP 0900500025

Umanto Eko P, S. Sos., M.Si.  
NIP/NUP

*“...Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum kecuali bila mereka sendiri merubah keadaannya....”*

*(Al – Quran, Ar Rad (13): 11)*



*Skripsi ini kupersembahkan kepada:*

*Orang Tuaku tercinta  
Semua teman-temanku  
Juki, Andy, Tomy, Tika,  
Ratna Dewi, Adha, Hendrik,  
Ita, Vega, Tari, Huria, Diah, Agus,  
Aris, Yogi, dan teman-teman yang selalu  
jadi pemacu semangat Serta memberi dukungan*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat ALLAH SWT karena dengan karunia dan nikmatNya skripsi ini dapat terselesaikan. Pada penyusunan skripsi ini, penulis memberikan judul “Persepsi Karyawan Atas Pelaksanaan Pelatihan Service Excellent di Bagian *Call Center* 147 Pada PT Infomedia Nusantara”. Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah dalam rangka memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Administrasi Niaga, Universitas Indonesia.

Dengan segala keterbatasan pengetahuan, kemampuan, dan waktu yang dimiliki, penulis menyadari bahwa tugas karya akhir ini tidak sempurna. Oleh karena itu kritik, saran, dan pandangan mengenai berbagai aspek yang disajikan dalam skripsi ini akan disambut penulis dengan tangan terbuka. Sebuah karya sebenarnya sulit dikatakan sebagai usaha satu orang tanpa bantuan orang lain. Demikian pula skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Dengan tulus, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Bambang Shergi Laksmono, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.
2. Prof. Dr. Eko Prasajo, selaku Ketua Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI.
3. Drs. Asrori, MA, FLMI selaku Ketua Program S1 Ekstensi Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI.



4. Drs. Achmad Fauzi, ME, selaku Ketua Program Studi Administrasi Niaga S1 Ekstensi Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI.
5. Drs. Heri Fathurahman, M.Si. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar menyediakan waktu dan pemikirannya untuk mengarahkan penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Drs. Asrori, MA, FLMI, selaku Ketua Sidang.
7. Drs. Muh Azis Muslim M.Si., selaku Penguji ahli.
8. Umanto Eko P, S. Sos., M.Si., selaku sekretaris sidang.
9. Bp. Zulkarnain, selaku Senior Staf Bagian HRD PT Infomedia Nusantara yang telah banyak membantu penulis mendapatkan informasi selama penelitian.
10. Ibu. Reno, selaku staff administrasi PT Infomedia Nusantara yang selalu memberikan bantuan dan dukungan selama penelitian.
11. Seluruh rekan-rekan *Call Center* 147 yang telah membantu dalam hal dukungan dan informasi yang sangat diperlukan dalam penelitian ini.
12. Kepada Seluruh staf sekretariat Ekstensi dan seluruh staf perpustakaan yang telah banyak membantu penulis dalam kelancaran mengurus administrasi.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi penulis khususnya dan pada pembaca umumnya.

Depok, Juni 2008

Fitri Yudowinanto

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRACT .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
LEMBAR PESETUJUAN SKRIPSI .....	v
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Permasalahan .....	1
B. Pokok Permasalahan .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Signifikansi Penelitian .....	10
E. Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II KERANGKA TEORI DAN METODE PENELITIAN.....</b>	<b>13</b>
A. Tinjauan Pustaka .....	13
B. Konstruksi Model Teoritis .....	16
B.1 Pelatihan .....	16
B.1.1 Pengertian Pelatihan .....	17
B.1.2 Tujuan dan Manfaat Pelatihan .....	18
B.1.3 Jenis-Jenis Pelatihan .....	20
B.1.4 Proses Pelatihan .....	21
B.1.5 Metode Pelatihan .....	25
B.2 Service Excellence .....	27
B.3 Persepsi .....	29
B.4 Persepsi Karyawan Terhadap Pelatihan .....	32
C. Operasionalisasi Konsep .....	36
D. Metode Penelitian .....	38
D.1 Pendekatan Penelitian .....	38
D.2 Jenis Penelitian .....	39
D.3 Teknik Pengumpulan Data .....	40
D.4 Lokasi Penelitian .....	41
D.5 Populasi dan Sampel .....	41
D.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	43

<b>BAB III</b>	<b>GAMBARAN UMUM PT INFOMEDIA NUSANTARA</b> .....	46
	A. Gambaran Umum Perusahaan .....	46
	B. Transformasi Bisnis Infomedia .....	48
	C. Visi .....	49
	D. Misi .....	49
	E. Tata Nilai .....	49
	F. Strategi Perusahaan .....	49
	G. Pelayanan PT Infomedia Nusantara .....	50
	G.1 Majalah Infomedia .....	50
	G.2 Web Site Infomedia .....	51
	G.3 Call Center .....	52
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS PERSEPSI KARYAWAN ATAS PELAKSANAAN PELATIHAN SERVICE EXCELLENT DI BAGIAN CALL CENTER 147 PADA PT INFOMEDIA NUSANTARA</b> .....	55
	A. Program Pelatihan Call Center 147 PT Infomedia Nusantara .....	55
	B. Analisis Statistik Deskriptif .....	59
	B.1 Penyajian Data Karakteristik Responden .....	60
	B.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
	B.1.2 Berdasarkan Usia .....	61
	B.1.3 Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	62
	B.1.4 Berdasarkan Lama Bekerja .....	63
	B.2 Analisis Statistik Deskriptif Persepsi Karyawan Terhadap Dimensi Pelatihan .....	64
	B.2.1 Analisis Dimensi Pembelajaran.....	66
	B.2.2 Analisis Dimensi Perilaku .....	71
	B.2.3 Analisis Dimensi Reaksi .....	77
	B.2.4 Analisis Dimensi Hasil .....	83
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	95
	A. Simpulan .....	95
	B. Saran .....	96
	DAFTAR PUSTAKA .....	97
	LAMPIRAN .....	101
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	130

## DAFTAR TABEL

Tabel II. 1	Operasionalisasi Konsep .....	37
Tabel II. 2	Skor Kepentingan Tiap Indikator Menurut Likert .....	45
Tabel IV. 1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
Tabel IV. 2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	61
Tabel IV. 3	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ....	62
Tabel IV. 4	Distribusi Responden Berdasarkan Lama Bekerja .....	63
Tabel IV. 5	Pelatihan <i>Service Excellent</i> Merupakan Bentuk Penyegaran Pengetahuan .....	66
Tabel IV. 6	Sistem Pengajaran Pelatihan <i>Service Excellent</i> Terarah dan Lancar .....	67
Tabel IV. 7	Penerapan Pengetahuan <i>Service Excellent</i> Pada Pelaksanaan Pekerjaan Sudah Sesuai .....	68
Tabel IV. 8	Pelatihan <i>Service Excellent</i> Memberikan Pengetahuan Yang Mendalam Kepada Karyawan .....	69
Tabel IV. 9	Keahlian Karyawan Dirasakan Meningkat Dari Sebelum Pelatihan <i>Service Excellent</i> .....	70
Tabel IV. 10	Setelah Pelatihan <i>Service Excellent</i> Karyawan Bekerja Lebih Teliti .....	71
Tabel IV. 11	Karyawan Merasa Bersemangat Setelah Mengikuti Pelatihan <i>Service Excellent</i> .....	72
Tabel IV. 12	Hubungan Kerja Yang Baik Antara Karyawan Dan Atasan Dapat Terjadi Dalam Pelatihan <i>Service Excellent</i> .....	73
Tabel IV. 13	Karyawan Memahami Secara Mendalam Tahapan Pekerjaan Setelah Mengikuti Pelatihan <i>Service Excellent</i> ...	74
Tabel IV. 14	Hubungan Antar Karyawan Terjalin Dalam Pelatihan <i>Service Excellent</i> .....	75
Tabel IV. 15	Pelatihan <i>Service Excellent</i> Membantu Dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan .....	76

Tabel IV. 16	Pelatih Memberikan Materi Pelatihan <i>Service Excellent</i> Dengan Baik Dan Persuasif .....	77
Tabel IV. 17	Materi Pelatihan <i>Service Excellent</i> Menunjang Pekerjaan Yang Dilakukan .....	78
Tabel IV. 18	Media Pelatihan Lengkap Dan Memadai .....	79
Tabel IV. 19	Lingkungan Pelatihan Nyaman Dan Bersih .....	80
Tabel IV. 20	Waktu Pelaksanaan Pelatihan Tidak Mengganggu Jadwal Kerja .....	81
Tabel IV. 21	Lokasi Pelatihan Mudah Dijangkau .....	82
Tabel IV. 22	Komitmen Kerja Terhadap Perusahaan Dapat Timbul Dari Pelatihan <i>Service Excellent</i> .....	84
Tabel IV. 23	Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan Menjadi Lebih Mudah .....	85
Tabel IV. 24	Pelatihan <i>Service Excellent</i> Memotivasi Disiplin Dalam Bekerja .....	86
Tabel IV. 25	Pelatihan <i>Service Excellent</i> Memicu Prestasi Kerja Karyawan .....	87
Tabel IV. 26	Rekapitulasi Dimensi Persepsi Karyawan Terhadap Pelatihan <i>Service Excellent</i> .....	93

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner .....	101
Lampiran 2	Pedoman Wawancara .....	105
Lampiran 3	Pelayanan PT Infomedia Nusantara .....	120
Lampiran 4	Call Center .....	121
Lampiran 5	Ruang Pelatihan (Laboratory Training) .....	122
Lampiran 6	Ruang Kelas Pelatihan .....	123
Lampiran 7	Modul Pelatihan Service Excellent .....	124



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Permasalahan

Pertumbuhan industri telekomunikasi di dunia termasuk di Indonesia hingga saat ini tercatat paling tinggi dibandingkan industri yang lain. Pertumbuhan seperti itu bisa terjadi seiring dengan makin dikuasainya semua bidang kehidupan oleh telekomunikasi itu sendiri. Tingkat kebutuhan manusia yang makin tinggi menuntut layanan komunikasi yang cepat pula, tidak terbatas oleh ruang dan jarak. Itu sebabnya, layanan komunikasi yang terutama difasilitasi oleh industri telekomunikasi menjadi kebutuhan yang tidak terelakan. *International Telecommunication Union (ITU)* yang berkedudukan di Jenewa, Swiss mendukung teori bahwa telekomunikasi merupakan salah satu pilar pertumbuhan ekonomi, perangsang, dan pelumas berputarnya roda ekonomi.

Gambaran tingkat kebutuhan akan telekomunikasi dapat dilihat dari penjualan telepon seluler akhir-akhir ini. Barang yang tadinya masuk dalam kategori mewah ini, sekarang telah menjadi barang biasa saja yang siapa pun dapat memilikinya dengan mudah. Telepon seluler tidak hanya dimiliki oleh eksekutif berdasi, seorang pedagang kaki lima pun kini selalu membawa *handphone* dan tidak bisa melepaskan ketergantungannya atas alat yang satu itu. Kini setelah penjualan telepon seluler di negeri kita mencapai angka lebih dari 20 juta bahkan menurut proyeksi bisa mencapai 30-40 juta sampai akhir tahun ini, penggunaan saluran internasional pun terus meningkat.

Penyelenggaraan sambungan telekomunikasi di Indonesia kini diakui memang semakin baik. Pelakunya yang dulu hanya PT Telekomunikasi Indonesia, sekarang bertambah dengan masuknya PT Indosat, karena bertambahnya perusahaan telekomunikasi masyarakat kini seolah makin dimanjakan.<sup>1</sup> Liberalisasi industri telekomunikasi yang dilakukan sejak tahun 2002 belum mampu mengubah struktur pasar secara drastis, namun demikian liberalisasi industri telekomunikasi telah mendorong masuknya lebih banyak operator, sehingga persaingan antar operator dalam menarik pelanggan juga semakin ketat. Secara umum dapat dikatakan bahwa liberalisasi pasar telekomunikasi Indonesia telah membawa dampak yang besar pada industri telekomunikasi sehingga masyarakat luas diuntungkan dengan semakin banyaknya operator yang masuk pasar dan beragamnya jasa telekomunikasi yang ditawarkan di pasar dengan kualitas yang lebih baik dan harga lebih terjangkau.

Saat ini di Indonesia telah hadir 10 operator yaitu Telkom, Telkomsel, Indosat, Excelcomindo (XL), Hutchison (3), Sinar Mas Telecom, Sampoerna Telecommunication, Bakrie Telecom (Esia), Mobile-8 (Fren), dan Natrindo Telepon Selular (sebelumnya Lippo Telecom). Dari jumlah ini, pelanggan *fixed phone* sekitar 9 juta dan pelanggan selular 64 juta pada tahun 2006, kalau dibagi berdasarkan platform yang digunakan, pemakai GSM selular sebanyak 88%, CDMA selular 3%, dan CDMA fixed wireless access (FWA) 9%. Namun, dari sepuluh operator itu hanya 3 operator yang memiliki pangsa pasar lebih dari 5% yaitu Telkom, Indosat dan Excelcomindo. Hal ini menyebabkan tingkat

---

<sup>1</sup> “Tumbuhnya industri telekomunikasi”. [http:// www.industri komunikasi.co.id /](http://www.industri.komunikasi.co.id/) Diakses tanggal 17 September 2007 pukul 23.00



persaingan antar operator di Indonesia mengalami peningkatan dan para pelanggan telepon seluler juga menikmati manfaat dari persaingan tersebut.

Persaingan antar operator dalam pasar ini cukup sengit, bahkan akhir-akhir ini sudah menjurus pada perang harga. Penjelasan berikut akan kita lihat betapa perkembangan pasar seluler yang pesat juga diikuti dengan persaingan yang semakin ketat antar operator, sehingga pelayanan yang ada di pasar juga semakin beragam dengan berbagai fitur yang semakin menarik, jangkauan yang semakin luas, dan harga yang semakin murah sehingga manfaat yang diterima oleh masyarakat dengan semakin berkembangnya pasar seluler dapat dirasakan oleh masyarakat umum.<sup>2</sup>

PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, yang selanjutnya disebut PT Telkom atau Perseroan merupakan perusahaan informasi dan komunikasi (InfoCom) serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap (*full service and network provider*) yang terbesar di Indonesia. PT Telkom menyediakan jasa telepon tetap kabel (*fixed wire line*), jasa telepon tetap nirkabel (*fixed wireless*), jasa telepon bergerak (*mobile service*), data & internet serta jasa multimedia lainnya, dan *network & interkoneksi*, baik secara langsung maupun melalui perusahaan asosiasi.

Pada akhir September 2005, Perseroan menjadi pemegang saham mayoritas di 9 (sembilan) anak perusahaan, termasuk di PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel), yang memiliki pangsa pasar terbesar dalam industri selular di Indonesia dengan EBITDA margin sebesar 72%, merupakan salah satu yang

---

<sup>2</sup> "Persaingan pada Industri Telepon di Indonesia". <http://www.persaingan-industri-komunikasi.co.id/>. Diakses tanggal 18 September 2007 pukul 24.30

tertinggi di dunia. Kepemilikan saham PT Telkom saat ini dimiliki oleh pemerintah RI sebesar 51,19% dan oleh publik 48,81%. Sebagian saham PT Telkom dimiliki oleh investor asing sebesar 45,58% dan sisanya oleh investor lokal sebesar 3,23% dengan kapitalisasi pasar untuk saham Telkom saat ini berkisar 15 % dari total kapitalisasi pasar di BEJ.<sup>3</sup> Menurut data analisis PT Telkom jumlah pelanggan sampai dengan 31 Desember 2006 sebanyak 48,5 juta pelanggan yang terdiri dari pelanggan telepon tidak bergerak kabel sejumlah 8,7 juta, pelanggan telepon tidak bergerak nirkabel sejumlah 4,2 juta pelanggan dan 35,6 juta pelanggan jasa telepon bergerak. Pertumbuhan jumlah pelanggan Telkom di tahun 2006 sebanyak 30,73% telah mendorong kenaikan pendapatan usaha PT Telkom dalam tahun 2006 sebesar 23% dibanding tahun 2005.

PT Telkom memiliki beberapa anak perusahaan salah satunya yaitu PT Infomedia Nusantara. Saham yang dimiliki PT Telkom pada PT Infomedia Nusantara lebih dari 50%. PT Infomedia Nusantara ini lebih banyak bergerak dalam bidang jasa. Produk yang dihasilkan PT Infomedia Nusantara kebanyakan dalam hal pelayanan, seperti penyediaan buku *Yellow Page*, iklan di internet (kiostron), pelayanan informasi alamat dan nomor telepon serta produk-produk telkom, yaitu pelayanan *call center*, dan lain-lain.

PT Infomedia Nusantara menangani salah satu layanan dari PT Telkom yaitu *Contact Center* atau *Call Center*. *Call Center* Telkom dinamai *Contact Center* Telkom 147, dan mulai beroperasi di tahun 1996. *Contact Center* 147 ini awalnya dikelola oleh masing-masing Kantor Daerah Telkom yang tersebar di

---

<sup>3</sup> “*Sekilas tentang Telkom*” .[http:// www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id) /Diakses tanggal 11 Agustus 2007 pukul 22.30

seluruh Indonesia. Pada perkembangannya, kemudian menjadi layanan yang terintegrasi secara regional disamping dengan adanya penambahan layanan, dari semula hanya menangani keluhan pelanggan, menjadi layanan informasi, edukasi pelanggan, manajemen order dan fungsi *help desk*. Layanan yang diberikan kepada pelanggan saat ini antara lain, layanan info produk Telkom (POTS, Flexy, Speedy, dan lain-lain), termasuk yang *outbound call* serta bisa berfungsi juga sebagai manajemen order misalnya untuk penerimaan pasang baru, keluhan pelanggan, penyelesaian gangguan, dan layanan *help desk* yang dapat menyelesaikan solusi permasalahan fasilitas telekomunikasi.

*Contact Center* Telkom 147 yang dikelola oleh anak perusahaan, yaitu PT Infomedia Nusantara, menerapkan layanan 24 jam dalam 7 hari seminggu. Panggilan yang masuk rata-rata perharinya berjumlah 131.000 kali dan dilayani oleh agent sejumlah kurang lebih 3.000 orang di seluruh Indonesia dengan aturan shift. Pada perkembangan berikutnya, *call center* 147 ini bukan saja sebagai etalase perusahaan, tetapi juga menggambarkan citra dan *leadership* perusahaan tersebut dimana selanjutnya *call center* 147 ini menjadi aktivitas yang canggih dan dapat menyediakan *service* terintergrasi serta membantu perusahaan mencapai kesuksesan. *Call Center* 147 menjadi sangat penting dalam menangani jalur atau lalu lintas komunikasi dalam skala besar dengan melihat tuntutan dari perusahaan tersebut untuk menjadi *cost effective* dan *customer oriented* sehingga *call center*

147 menjadi katalis dalam perkembangan dunia bisnis dan dapat membantu perusahaan agar lebih fokus dalam bisnis dan aktivitas intinya.<sup>4</sup>

PT. Infomedia Nusantara menyadari betapa pentingnya arti sumber daya manusia bagi perusahaan seperti yang diungkapkan oleh Anwar Prabu bahwa perkembangan usaha dan organisasi perusahaan sangatlah bergantung pada produktivitas tenaga kerja yang ada di perusahaan tersebut. Dengan pengaturan manajemen sumber daya manusia secara profesional, diharapkan pegawai bekerja secara produktif.<sup>5</sup> PT Infomedia Nusantara menyadari pentingnya sumber daya manusia yang berkualitas dalam perusahaan, maka PT. Infomedia Nusantara memberikan perhatian khusus dalam bentuk pelatihan dan pengembangan dari tiap-tiap sumber daya manusia yang ada khususnya bagian *Call Center* 147, karena *Call Center* 147 adalah ujung tombak dari perusahaan dalam membangun citra perusahaan terutama PT Telkom serta mempertahankan konsumen, dan *Call Center* 147 adalah pihak pertama dari perusahaan yang berinteraksi secara langsung dengan konsumen, jadi kualitas dari pegawai *call center* 147 harus benar-benar dipersiapkan dengan baik.<sup>6</sup> Upaya untuk meningkatkan kualitas dari para karyawan *call center* 147, PT Infomedia Nusantara harus melakukan suatu pengembangan terhadap karyawannya, yaitu dengan memberikan suatu pelatihan

---

<sup>4</sup> "PT Infomedia Nusantara".<http://intra.telkom.co.id> /Diakses tanggal 13 April 2007 pukul 22.00

<sup>5</sup> A. A. Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), hal 01

<sup>6</sup> "PT Infomedia Nusantara".<http://intra.telkom.co.id> /Diakses tanggal 13 April 2007 pukul 22.00

yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan supaya prestasi kerjanya baik dan mencapai hasil yang optimal.<sup>7</sup>

Pada pelaksanaan suatu program pelatihan, biasanya akan timbul berbagai macam pandangan atau persepsi terhadap program yang dilaksanakan tersebut. Pandangan terhadap pelatihan akan timbul dari kedua belah pihak yaitu pihak penyelenggara dan para peserta pelatihan yaitu para karyawan. Pihak penyelenggara memandang bahwa pelatihan dilaksanakan untuk meningkatkan produktifitas para karyawan serta pelatihan merupakan salah satu aspek investasi sumber daya manusia jangka panjang, sedangkan pandangan atau persepsi karyawan adalah apakah perlu diadakan pelatihan atau tidak, apakah akan semakin berat tugas yang akan diberikan, dan lain-lain.<sup>8</sup>

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas maka penulis tertarik untuk meneliti sejauh mana persepsi yang ditunjukkan oleh karyawan atas pelaksanaan pelatihan *service excellent* di bagian *call center* 147 pada PT Infomedia Nusantara.

---

<sup>7</sup> H. Hadari Nawawi, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, cet. 6, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005), hal 215

<sup>8</sup> Sondang P. Siagian, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), hal 183

## **B. Pokok Permasalahan**

Meningkatnya tuntutan konsumen terhadap pelayanan yang berkualitas tinggi serta sesuai dengan kebutuhan konsumen secara personal, menjadikan PT Telkom dan PT Infomedia Nusantara mengoptimalkan fungsi layanan *Call Center* 147. Pelayanan *Call Center* 147 ini berfungsi untuk menjaring sebanyak mungkin informasi mengenai konsumen, informasi produk dan layanan yang diinginkan konsumen, masukan-masukan mengenai kecenderungan konsumen, mengidentifikasi perilaku dan juga untuk menganalisa karakteristik konsumen.

*Call Center* 147 merupakan bagian dari pemberian layanan pada konsumen, terutama yang terkait dengan bisnis dan layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. *Call Center* 147 merupakan ‘jembatan’ yang menghubungkan antara perusahaan dengan pelanggan, sehingga akan terjadi interaksi positif, baik terkait dengan informasi perusahaan atau produk, peningkatan pelayanan, promosi dan pemasaran maupun dalam mengatasi permasalahan yang mungkin dihadapi konsumen. Saat ini kondisi persaingan usaha semakin ketat, sebuah perusahaan memerlukan karyawan-karyawan yang dapat bekerja secara produktif, efektif, dan memiliki kemauan yang kuat untuk secara bersama-sama mencapai tujuan perusahaan terutama karyawan di bagian *Call Center* 147. Karyawan yang berbobot dapat disediakan melalui 2 (dua) cara yaitu melalui rekrutmen dan melatih karyawan yang sudah ada guna menghasilkan potensi penuh mereka.

*Call Center* Telkom 147 yang dikelola oleh PT Infomedia Nusantara merupakan *front liner* yaitu pihak pertama yang berhubungan langsung dengan para konsumen, yang menjadi tolak ukur konsumen terhadap kinerja perusahaan.

Konsumen sering melihat baik atau buruknya suatu perusahaan adalah dari pelayanan yang mereka terima. Upaya untuk menghilangkan *image* buruk dari para konsumen, maka karyawan *Call Center* 147 harus dipersiapkan dengan sebaik-baiknya, karena *Call Center* 147 merupakan faktor penting dalam membangun hubungan antara para konsumen dengan perusahaan. Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas dan kinerja para karyawan *Call Center* 147 adalah dengan memberikan program pelatihan. Program pelatihan tersebut dimaksudkan agar para karyawan dapat meningkatkan kualitasnya dalam melayani para konsumen, lebih yakin dalam memberikan informasi, dan cepat dalam menangani masalah yang terjadi.

Program pelatihan yang diberikan kepada para karyawan *Call Center* 147 PT Infomedia Nusantara adalah Pelatihan *Service Excellent*. Pelatihan ini berisi mengenai *Produk Knowledge* yaitu pengetahuan tentang produk baru yang dikeluarkan oleh perusahaan, kebijakan baru tentang standar pelayanan yang harus dilaksanakan, penerapan sistem baru dari perusahaan, dan penggunaan alat baru atau *software* baru dalam sistem kerja.<sup>9</sup>

*Training* atau pelatihan merupakan hal yang harus diberikan kepada karyawan dalam suatu perusahaan untuk menghasilkan kualitas kerja yang baik, namun dalam perjalanannya sering kali pelatihan karyawan menimbulkan pengaruh-pengaruh yang beragam, ada hal yang terkadang tidak sesuai dengan tujuan awal. Mengingat biaya operasional pelatihan yang tinggi dan waktu yang digunakan adalah jam kerja karyawan, maka bila manfaatnya tidak sesuai dengan

---

<sup>9</sup> “PT Infomedia Nusantara”. <http://intra.telkom.co.id> /Diakses tanggal 13 April 2007 pukul 22.00

tujuan awal pelatihan, maka tujuan dari pelatihan tersebut tidak akan maksimal dan hal tersebut akan menjadi masalah tersendiri, untuk itu yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pelatihan *service excellent* karyawan *call center* 147 pada PT Infomedia Nusantara dilaksanakan?
2. Bagaimana persepsi karyawan terhadap pelaksanaan pelatihan *service excellent* di bagian *call center* 147 yang diadakan oleh PT Infomedia Nusantara?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pokok permasalahan di atas, maka tujuan penelitian adalah:

1. Mengetahui pelaksanaan pelatihan *service excellent* karyawan *call center* 147 pada PT Infomedia Nusantara
2. Mengetahui persepsi karyawan terhadap pelaksanaan pelatihan *service excellent* di bagian *call center* 147 yang diadakan oleh PT Infomedia Nusantara.

### **D. Signifikansi Penelitian**

Adapun signifikansi dari penelitian ini adalah:

#### **1. Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat menjadi bahan referensi dan sebagai penambah bahan kajian ilmiah untuk menganalisis tentang persepsi karyawan terhadap pelatihan yang diselenggarakan oleh perusahaan.



## **2. Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi yang berguna bagi PT Infomedia Nusantara dalam peningkatan pelatihan yang diadakan bagi peningkatan kualitas kerja karyawan.

### **E. Sistematika Penulisan**

Dalam penelitian ini sistematika penulisan terbagi menjadi lima bab yang terdiri dari:

#### **Bab I Pendahuluan**

Menguraikan secara singkat mengenai latar belakang permasalahan, pokok permasalahan, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **Bab II Kerangka Teori Dan Metode Penelitian**

Bab ini berisi tentang kerangka teori serta berbagai konsep yang dibangun secara sistematis agar relevan dengan tema penelitian dan membentuk suatu pemahaman dasar mengenai gejala penelitian. Bab ini juga berisi tentang konstruksi model teoritis yang dibangun berdasarkan teori yang telah diungkap. Dalam bab ini diterangkan mengenai operasionalisasi konsep yang menghubungkan antara penjelasan teoritis dengan instrumen penelitian, dan juga menjelaskan tentang metode penelitian yang menjabarkan mengenai pendekatan penelitian, jenis atau tipe penelitian, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel penelitian, dan teknik analisis data yang digunakan.

### **Bab III Gambaran Umum Objek Penelitian**

Menggambarkan secara umum sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, budaya perusahaan, dan kebijakan pelatihan pada PT Infomedia Nusantara

### **Bab IV Analisis Persepsi Karyawan Atas Pelaksanaan Pelatihan *Service Excellent* di bagian *Call Center 147* Pada PT Infomedia Nusantara**

Menyajikan hasil analisis mengenai persepsi karyawan terhadap pelatihan yang diadakan pada PT Infomedia Nusantara.

### **Bab V Simpulan dan Saran**

Pada bab ini peneliti memberikan kesimpulan yang merupakan jawaban permasalahan yang dikemukakan pada bab pendahuluan serta saran-saran dari peneliti yang berkenaan dengan pembahasan masalah.

## BAB II

### KERANGKA TEORI DAN METODE PENELITIAN

#### A. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Angreni dalam skripsi yang berjudul “Persepsi Karyawan tentang Pelaksanaan Pelatihan di Bagian *Call Center* pada Bank ABC” telah memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai persepsi karyawan terhadap pelatihan yang diadakan oleh sebuah perusahaan. Dengan melihat persepsi karyawan terhadap program pelatihan, diharapkan dapat dihasilkan suatu peningkatan dalam penerapan pelatihan terhadap para karyawan. Di dalam penelitian tersebut dinyatakan bahwa, secara keseluruhan persepsi karyawan tentang pelaksanaan pelatihan di bagian *call center* pada Bank ABC menunjukkan hasil baik. Penilaian tersebut berdasarkan hasil pengukuran dimensi reaksi, dimensi pembelajaran, dimensi perilaku dan dari dimensi hasil.

Berdasarkan persepsi karyawan dinilai dari reaksi terhadap pelaksanaan pelatihan menunjukkan hasil 60% responden mengatakan setuju atau baik. Persepsi ini terbentuk karena karyawan merasa manfaat pelatihan terutama dari subjek pelatihan dan pelatih yang dapat membantu pelaksanaan pekerjaan dengan baik. Berdasarkan persepsi karyawan dinilai dari pembelajaran dalam pelaksanaan pelatihan, menunjukkan hasil 59% responden mengatakan setuju atau baik. Persepsi ini terbentuk karena karyawan dapat menguasai pengetahuan, keahlian yang didapat dalam pelaksanaan pelatihan. Berdasarkan persepsi karyawan dinilai dari perilaku setelah pelaksanaan pelatihan menunjukkan hasil 58% responden

mengatakan setuju atau baik, persepsi ini terbentuk karena karyawan merasa selain pelatihan, faktor penting yang mempengaruhi perubahan perilaku adalah kesadaran dari pribadi masing-masing karyawan untuk dapat melakukan yang terbaik bagi perusahaan. Berdasarkan persepsi karyawan dinilai dari hasil pelaksanaan pelatihan menunjukkan hasil 54% responden mengatakan setuju atau baik, persepsi ini terbentuk karena karyawan merasa bahwa peningkatan prestasi kerja dan kedisiplinan tidak hanya didapat dari pelatihan, melainkan faktor pengalaman kerja yang juga turut mempengaruhi.<sup>10</sup>

Penelitian mengenai pelatihan juga sebelumnya telah dilakukan oleh Hary dalam skripsi yang berjudul “Hubungan Program *Advance Training* dengan Tingkat Produktivitas Agen Leader Wilayah Jakarta Periode Tahun 2007 pada PT Asuransi Takaful Keluarga”. Pada penelitian tersebut diperoleh bahwa ada hubungan yang positif atau kuat antara program pelatihan dengan produktivitas yang dicapai oleh agen *leader* PT Asuransi Takaful Keluarga wilayah Jakarta. Hubungan yang terjadi antara kedua variabel tersebut adalah positif. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara program pelatihan yang dilakukan dengan produktivitas agen *leader* PT Asuransi Takaful Keluarga. Dengan adanya peningkatan kualitas pemberian pelatihan maka akan terjadi peningkatan produktivitas yang dicapai oleh agen *leader* pada wilayah Jakarta.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Angreni, “Persepsi Karyawan tentang Pelaksanaan Pelatihan Di Bagian Call Center Pada Bank ABC Tahun 2005”, *Skripsi FISIP Universitas Indonesia*, 2006, hal 115, tidak diterbitkan

<sup>11</sup> Hary, “Hubungan Program *Advance Training* dengan Tingkat Produktivitas Agen Leader Wilayah Jakarta Periode Tahun 2007 pada PT Asuransi Takaful Keluarga”, *Skripsi FISIP Universitas Indonesia*, 2007, hal 101, tidak diterbitkan

Menurut penelitian eksplanatif yang dilakukan oleh Naomi dalam skripsi yang berjudul “Hubungan antara Program Pelatihan Kerja dengan Produktivitas Karyawan Level Operator, Studi pada Divisi Produksi PT Unitex Tbk Bogor” memberikan gambaran mengenai pengaruh hubungan program pelatihan kerja terhadap produktivitas karyawan pada perusahaan. Pada penelitian tersebut dinyatakan bahwa terdapat hubungan antara program pelatihan dengan produktivitas karyawan. hubungan yang terjadi antara kedua variabel tersebut memiliki implikasi terhadap 3 (tiga) elemen dasar dalam teori proses kerja, yaitu aktivitas personal pekerja, subjek pekerjaan, dan instrumen kerja. Dengan adanya peningkatan pemberian program pelatihan kerja maka terjadi penambahan nilai pada elemen aktivitas personal seorang pekerja, sehingga pekerja mampu mencapai tingkat produktivitas yang lebih tinggi.<sup>12</sup>

Pada skripsi ini persepsi karyawan terhadap pelatihan yang dilakukan pada PT Infomedia Nusantara di bagian *Call Center* 147 akan dianalisis khususnya pada pelatihan *service excellent* yang saat ini *service excellent* sangat diutamakan hampir di semua perusahaan khususnya yang bergerak dalam bidang jasa, karena *service excellent* merupakan salah satu cara untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya dan dapat bertahan atau unggul dalam persaingan usaha. Perbedaan dengan penelitian yang terdahulu, pada penelitian ini menjelaskan lebih rinci mengenai metode penelitian yang digunakan dan untuk memperkuat analisa data, peneliti menggunakan perhitungan skor atas indikator untuk menganalisis persepsi karyawan terhadap pelatihan *service excellent* sehingga dapat diketahui sejauh

---

<sup>12</sup> Naomi, “Hubungan antara Program Pelatihan Kerja dengan Produktivitas Karyawan Level Operator, Studi pada Divisi Produksi PT Unitex Tbk Bogor”, *Skripsi FISIP Universitas Indonesia*, 2006, hal 121, tidak diterbitkan

mana penilaian karyawan terhadap pelatihan *service excellent* yang telah mereka laksanakan. Karyawan dalam pelatihan *service excellent* ini berperan sebagai subjek pelatihan, apabila karyawan merasa pelatihan tersebut sangat bermanfaat dan sudah dirasa sangat menunjang untuk meningkatkan kualitas karyawan, maka program pelatihan tersebut sudah baik dan mungkin bisa untuk ditingkatkan, sedangkan bila karyawan merasa program pelatihan yang diberikan dirasa belum menunjang atau manfaatnya kurang dirasakan oleh karyawan, maka program pelatihan tersebut perlu ditinjau kembali dengan melihat apa yang dirasa kurang atau perlu diperbaiki.

## **B. Konstruksi Model Teoritis**

### **B.1 Pelatihan**

Suatu pelatihan diadakan sebagai akibat adanya tingkat kecelakaan atau pemborosan yang cukup tinggi, semangat kerja dan motivasi yang rendah, atau masalah-masalah operasional lainnya. Sasaran-sasaran pelatihan harus mencerminkan perilaku dan kondisi yang diinginkan dan berfungsi sebagai standar prestasi kerja individual dan efektivitas program organisasi.<sup>13</sup>

Kualitas kinerja karyawan yang baik akan membuat suatu perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dari para pesaingnya. Perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang kuat dengan memperkerjakan dan melatih orang-orang yang lebih baik dari pada pesaing mereka.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Sadili Samsudin, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Bandung: Pustaka Setia, 2006), hal 110

<sup>14</sup> Philip Kotler, terj, Hendra Teguh, et. Al., *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium, Jilid 1*, (Jakarta: PT Indeks, 2004), hal 337

### **B.1.1 Pengertian Pelatihan**

Dalam rangka peningkatan kualitas sumber daya manusia terutama dalam hal kinerja dan produktivitas organisasi, maka diperlukan adanya suatu pelatihan sebagai salah satu upaya pengembangan kemampuan karyawan. Pelatihan menurut Andrew E. Sikula adalah, Pelatihan (*training*) adalah suatu proses pendidikan jangka pendek yang mempergunakan prosedur sistematis dan terorganisir dimana pegawai non managerial mempelajari pengetahuan dan keterampilan teknis dalam tujuan terbatas.<sup>15</sup> Pengertian lain mengenai pelatihan diberikan oleh Hamalik, yang menyebutkan pelatihan adalah suatu proses yang meliputi serangkaian tindak (upaya) yang dilaksanakan dengan sengaja dalam bentuk pemberian bantuan kepada tenaga kerja yang dilakukan oleh tenaga profesional pelatihan dalam satuan waktu yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan kerja peserta dalam bidang pekerjaan tertentu guna meningkatkan efektivitas dan produktivitas dalam suatu organisasi.<sup>16</sup>

Pada beberapa pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pelatihan merupakan suatu program pendidikan yang dilakukan secara sistematis dan terorganisir serta dibimbing oleh tenaga profesional, yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dalam bidang pekerjaan agar mencapai sasaran kerja yang diinginkan oleh perusahaan atau organisasi.

---

<sup>15</sup> Mangkunegara, *Op. Cit.*, hal 43

<sup>16</sup> Oemar Hamalik, *Pengembangan Sumber Daya Manusia Pelatihan Ketenagakerjaan: Pendekatan Terpadu*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), hal 10

### **B.1.2 Tujuan dan Manfaat Pelatihan**

Pelatihan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada karyawannya memiliki tujuan agar dapat memperbaiki sikap dan perilaku karyawan, keterampilan, pengetahuan, sehingga dapat bekerja lebih efektif dan efisien. Menurut Munandar tujuan pelatihan secara umum dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Meningkatkan produktivitas  
Pelatihan selain diberikan kepada tenaga kerja baru, juga diberikan kepada tenaga kerja yang sudah lama berkerja di perusahaan. Pelatihan dapat meningkatkan taraf prestasi tenaga kerja pada jabatannya sekarang. Prestasi kerja yang meningkat mengakibatkan peningkatan dari produktivitas. Produktivitas adalah keluaran dibagi dengan masukan. Salah satu unsur keluaran adalah prestasi kerja. Jadi prestasi kerja meningkat, keluaran meningkat, produktivitas meningkat.
- b. Meningkatkan mutu  
Pelatihan yang tepat tidak saja meningkatkan kuantitas dari keluaran tetapi juga meningkatkan kualitas/mutu dari keluaran. Tenaga kerja yang berpengetahuan dan berketerampilan baik hanya akan membuat sedikit kesalahan, dan cermat dalam pelaksanaan pekerjaan.
- c. Meningkatkan ketepatan dalam perencanaan sumber daya manusia  
Pelatihan yang tepat dapat membantu perusahaan untuk memenuhi keperluannya akan tenaga kerja dengan pengetahuan dan keterampilan tertentu di masa yang akan datang. Jika suatu saat diperlukan, maka lowongan yang ada dapat secara mudah diisi oleh tenaga dari dalam perusahaan sendiri.
- d. Meningkatkan semangat kerja  
Iklim dan suasana organisasi pada umumnya menjadi lebih baik jika perusahaan mempunyai program pelatihan yang tepat. Suatu rangkaian reaksi positif dapat dihasilkan dari program pelatihan perusahaan yang direncanakan dengan baik.
- e. Menarik dan menahan tenaga kerja yang baik  
Para tenaga kerja, terutama para manajernya memandang kemungkinan untuk mengikuti pelatihan sebagai bagian dari imbalan jasa dari perusahaan terhadap karyawan. Karyawan



berharap perusahaan membayar program pelatihan yang mengakibatkan mereka bertambah pengetahuan dan keterampilan dalam keahlian masing-masing. Karena itu banyak perusahaan yang menawarkan program pelatihan yang khusus untuk menarik tenaga kerja yang berpotensi baik.

- f. Menjaga kesehatan dan keselamatan kerja.  
Pelatihan yang tepat dapat membantu menghindarkan timbulnya kecelakaan di perusahaan dan dapat menimbulkan lingkungan kerja yang lebih aman dan sikap mental yang lebih stabil.
- g. Menghindari keusangan (*obsolescence*).  
Usaha pelatihan diperlukan secara terus-menerus supaya para tenaga kerja dapat mengikuti perkembangan terakhir dalam bidang kerja mereka masing-masing. Ini berlaku untuk tenaga kerja pekerja non manajerial maupun untuk tenaga kerja manajerial.
- h. Menunjang pertumbuhan pribadi (*personal growth*).  
Pelatihan tidak hanya menguntungkan perusahaan, tapi juga menguntungkan tenaga kerja sendiri.<sup>17</sup>

Penyelenggaraan pelatihan diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dari para karyawan sehingga perusahaan akan memiliki karyawan yang terlatih. Karyawan yang terlatih dapat dilihat dari karakteristik yang ada. Menurut Kotler, karakteristik dapat dilihat pada kemampuan yang ada pada diri karyawan, yaitu karyawan memiliki keahlian dan pengetahuan yang diperlukan. Kesopanan yaitu karyawan memiliki sifat yang ramah, menghormati, dan penuh perhatian. Karyawan tersebut mempunyai kredibilitas dan dapat dipercaya. Karyawan tersebut dapat diandalkan dengan memberikan pelayanan secara konsisten dan akurat. Cepat tanggap yaitu karyawan cepat menanggapi permintaan dan permasalahan konsumen serta memiliki kemampuan komunikasi,

---

<sup>17</sup> Ashar Sunyoto Munandar , *Psikologi Industri dan Organisasi*, (Jakarta: UI Press, 2001), hal. 85

yaitu karyawan akan berusaha untuk memahami pelanggan dan berkomunikasi dengan jelas.<sup>18</sup>

Manfaat pelatihan yang dilakukan perusahaan terhadap karyawan akan dirasakan dalam jangka panjang, karena pelatihan berorientasi kepada peningkatan keahlian dan pengetahuan karyawan yang hasilnya akan terlihat di masa yang akan datang. Manfaat pelatihan dapat berupa pemanfaatan sumber daya yang lebih efektif hingga pertimbangan tujuan perusahaan secara keseluruhan sehingga pelatihan yang dilakukan dengan baik oleh perusahaan akan memberikan dampak yang bersifat keseluruhan bagi perusahaan.<sup>19</sup>

### **B.1.3 Jenis-Jenis Pelatihan**

Dari definisi pelatihan yang kita gunakan, dapat disimpulkan bahwa pelatihan terdiri dari berbagai jenis dengan tujuan yang berbeda. Beberapa pelatihan yang ditemukan di hampir semua organisasi adalah sebagai berikut:<sup>20</sup>

1. Pelatihan dasar (prajabatan)  
Pelatihan dasar diberikan kepada calon-calon tenaga kerja atau calon anggota organisasi tentang bagaimana melaksanakan pekerjaan atau tugas-tugas yang akan dilakukannya dalam jabatan atau pekerjaannya nanti. Pelatihan dasar ini biasanya berlangsung beberapa jam, beberapa hari, beberapa bulan dan beberapa tahun. Pelatihan dasar ini tentunya harus diberikan kepada calon-calon karyawan yang sama sekali belum pernah mendapatkan pelatihan dan belum berpengalaman dalam pekerjaan tersebut.
2. Pelatihan penyegaran (*refresher course*)  
Biasanya diberikan kepada karyawan yang sudah melaksanakan suatu pekerjaan cukup lama dalam sebuah

---

<sup>18</sup> Kotler, *Op. Cit.*, hal 337

<sup>19</sup> Derek Torrington, terj, A. Sandiwan Suharto, *et. Al.*, *Seri Pedoman Manajemen: Manajemen Umum*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 1989), hal 346

<sup>20</sup> Achmad S. Ruky, *Sumber Daya Manusia Berkualitas mengubah Visi Menjadi Realitas* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), Hal 232

organisasi. Pelatihan yang dianggap perlu diberikan biasanya karena perusahaan melakukan dua perubahan :

- a. Perubahan dalam teknologi yang digunakan sehingga menjadi sesuatu yang baru karyawan lama. Dalam situasi ini, karyawan harus dilatih tentang cara menggunakan peralatan tersebut.
  - b. Perubahan dalam cara kerja atau prosedur operasi atau prosedur produksi.
3. Pelatihan penyembuhan (*remedial*)  
Pelatihan yang bersifat remedial pada dasarnya adalah pelatihan yang bertujuan menghilangkan kelemahan yang ditemukan pada karyawan dalam melaksanakan tugas-tugas tertentu. Di dalam buku istilah digunakan biasanya digunakan berbentuk intervensi pelatihan (*training intervention*). Pelatihan seperti itu hanya diberikan bila dapat dipastikan bahwa kelemahan tersebut disebabkan oleh kurang latihan dan kekurangpahaman pekerja dan bukan karena motivasi yang lemah. Pelatihan bukanlah “obat” untuk meningkatkan motivasi.
4. Pelatihan penjenjangan  
Istilah pelatihan penjenjangan banyak digunakan oleh instansi pemerintahan dan badan usaha milik Negara. Pelatihan berjenjang sangat erat hubungannya dengan program pengembangan karier. Pelatihan ini dilaksanakan untuk karyawan yang diarahkan dan dicalonkan untuk menduduki jabatan-jabatan yang lebih tinggi daripada jabatannya sekarang.

#### **B.1.4 Proses Pelatihan**

Sebagai bagian proses pelatihan maka departemen personalia dan para manajer harus melakukan 4 (empat) langkah dalam melakukan pelatihan yaitu, penilaian dan identifikasi kebutuhan, sasaran-sasaran latihan dan pengembangan, menentukan isi program, dan prinsip-prinsip belajar. Tahap pertama yaitu penilaian dan identifikasi kebutuhan. Untuk memutuskan pendekatan yang akan digunakan, organisasi perlu mengidentifikasikan kebutuhan-kebutuhan latihan dan pengembangan. Penilaian kebutuhan mendiagnosa masalah-masalah dan tantangan-tantangan lingkungan yang dihadapi organisasi sekarang, kemudian manajemen mengidentifikasikan berbagai masalah dan tantangan yang diatasi

melalui latihan atau pengembangan jangka panjang. Kadang-kadang perubahan strategi organisasi dapat menciptakan kebutuhan akan latihan.<sup>21</sup> Menurut Dessler, tahap penilaian dan identifikasi kebutuhan yaitu:

Tahap dimana perusahaan berusaha mengetahui keterampilan kerja spesifik yang dibutuhkan, menganalisis keterampilan dan kebutuhan calon yang akan dilatih, dan mengembangkan pengetahuan khusus yang terukur serta tujuan prestasi.<sup>22</sup>

Tahap kedua dari proses pelatihan adalah sasaran-sasaran pelatihan dan pengembangan. Setelah evaluasi kebutuhan-kebutuhan latihan dilakukan, maka sasaran-sasaran dinyatakan dan ditetapkan. Sasaran-sasaran ini mencerminkan perilaku dan kondisi yang diinginkan, dan berfungsi sebagai standar-standar dengan mana prestasi kerja individual dan efektivitas program dapat diukur.

Tahap ketiga yaitu menentukan isi program. Isi program ditentukan oleh identifikasi kebutuhan-kebutuhan dan sasaran-sasaran latihan. Program mungkin berupaya untuk mengajarkan berbagai keterampilan tertentu, menyampaikan pengetahuan yang dibutuhkan atau mengubah sikap. Apapun isinya, program hendaknya memenuhi kebutuhan-kebutuhan organisasi dan peserta. Bila tujuan-tujuan organisasi diabaikan, upaya pelatihan dan pengembangan akan sia-sia. Para peserta juga perlu meninjau isi program, apakah relevan dengan kebutuhan, atau motivasi mereka untuk mengikuti program tersebut rendah atau tinggi. Prinsip-prinsip belajar harus diperhatikan agar isi program efektif.

Tahap yang keempat adalah prinsip-prinsip belajar. Meskipun studi tentang proses belajar telah banyak dilakukan, tetapi masih sedikit yang dapat

---

<sup>21</sup> T. Hani Handoko, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2001), hal 107

<sup>22</sup> Gary Dessler, terj, Eli Tanya, *Manajemen Sumber Daya Manusia .Edisi kesembilan, jilid I*, (Jakarta: PT Indeks, 2004), hal 217

diketahui tentang proses tersebut. Masalah pokoknya adalah bahwa proses belajar tidak dapat diamati, hanya hasilnya dapat diukur. Bagaimana pun, ada beberapa prinsip belajar (*learning principles*) yang bisa digunakan sebagai pedoman tentang cara-cara belajar yang paling efektif bagi para karyawan. Prinsip-prinsip ini adalah bahwa program bersifat partisipatif, relevan, pengulangan (*repetisi*) dan pemindahan, serta memberikan umpan balik mengenai kemajuan para peserta latihan. Semakin terpenuhi prinsip-prinsip tersebut, latihan akan semakin efektif. Disamping itu, perancangan program juga perlu menyadari perbedaan individual, karena pada hakekatnya para karyawan mempunyai kemampuan, sifat dan sebagainya yang berbeda satu dengan yang lainnya.<sup>23</sup>

Pada tahap keempat disebutkan bahwa proses belajar tidak dapat diamati, hanya hasilnya dapat diukur. Pengukuran dapat dilakukan dengan cara mengadakan evaluasi, karena evaluasi adalah proses menilai keberhasilan atau kegagalan proses pelatihan yang telah dijalankan pada penerapannya ke dalam realita pekerjaan. Proses evaluasi dilakukan untuk melihat pencapaian sasaran dari program pelatihan yang dilaksanakan.

Evaluasi pelatihan juga dilakukan untuk mengetahui efektif tidaknya suatu program pelatihan, diantaranya yaitu mengetahui reaksi para peserta, keterampilan baru apa yang diperoleh mereka, perbaikan apa yang dapat dilakukan mereka, dan perubahan apa yang terjadi baik dalam diri peserta yang bersangkutan maupun dalam diri manajer yang menggunakan tenaga kerja yang baru selesai mengikuti pelatihan tersebut.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Handoko, *Op. Cit.*, hal 109

<sup>24</sup> Sondang P. Siagian, *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), hal 163

Menurut pendapat Gomes, program pelatihan bisa dievaluasi berdasarkan informasi yang bisa diperoleh pada kelima tingkatan berikut:

(1) *Reactions*

Ukuran mengenai reaksi ini didesain untuk mengetahui opini dari para peserta mengenai program pelatihan. Dengan menggunakan *Questionnaire*, pada akhir pelatihan, para peserta ditanya tentang seberapa jauh mereka merasa puas terhadap pelatihan secara keseluruhan, terhadap pelatih/instruktur, materi yang disampaikan, isinya, bahan-bahan yang disediakan, dan lingkungan pelatihan (ruangan, waktu istirahat, makanan, suhu udara). Para peserta juga diminta pendapat mengenai materi mana yang paling menarik dan mana yang tidak.

(2) *Learning*

Informasi yang ingin diperoleh melalui jenis evaluasi ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh para peserta menguasai konsep-konsep, pengetahuan, dan keterampilan-keterampilan yang diberikan selama pelatihan.

(3) *Behavior*

Langkah ini penting karena sasaran dari pelatihan adalah untuk mengubah perilaku atau performansi para peserta. Perilaku atau performansi dari para peserta dapat diukur berdasarkan sistem evaluasi performansi guna mendapatkan tingkat performansi para peserta.

(4) *Organizational Result*

Tujuan dari pengumpulan informasi pada level ini adalah untuk menguji dampak pelatihan terhadap kelompok kerja atau organisasi secara keseluruhan. Data bisa dikumpulkan sebelum dan sesudah pelatihan atas dasar kriteria produktivitas, pergantian, absen, kecelakaan-kecelakaan, keluhan-keluhan, perbaikan kualitas, kepuasan klien, dan yang sejenis lainnya.

(5) *Cost Effectivity*

Ini dimaksudkan untuk mengetahui besarnya biaya yang dihabiskan bagi program pelatihan, dan apakah besarnya biaya untuk pelatihan tersebut terhitung kecil atau besar dibandingkan biaya yang timbul dari permasalahan yang dialami oleh organisasi.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Cardoso Gomes, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: CV ANDI, 2007), hal 209

### B.1.5 Metode Pelatihan

Program pelatihan dan pengembangan dirancang untuk meningkatkan prestasi kerja, mengurangi perputaran, serta meningkatkan kepuasan kerja. Ada dua metode pelatihan dan pengembangan yaitu metode praktis (*on the job training*) dan metode simulasi (*off the job training*).<sup>26</sup>

Program pelatihan yang sering dilakukan oleh perusahaan adalah program pelatihan *on the job training*. Program pelatihan *on the job training* merupakan metode pelatihan yang meminta seorang karyawan untuk mempelajari pekerjaan tersebut dengan langsung mengerjakannya.<sup>27</sup>

Ada beberapa teknik *on the job training* yang banyak digunakan oleh perusahaan, yaitu:

1. Rotasi Jabatan  
Memberikan kepada karyawan pengetahuan tentang bagian-bagian organisasi yang berbeda dan praktek berbagai macam keterampilan manajerial.
2. Latihan Instruksi Pekerjaan  
Petunjuk-petunjuk pengerjaan diberikan secara langsung kepada pekerja dan digunakan terutama untuk melatih para karyawan tentang cara pelaksanaan pekerjaan mereka sekarang.
3. Magang (*Apprenticeships*)  
Merupakan proses belajar dari seorang atau beberapa orang yang lebih berpengalaman. Pendekatan ini dapat dikombinasikan dengan latihan "*off the job*". Hampir semua karyawan pengrajin (*craft*), seperti tukang kayu dan ahli pipa atau tukang ledeng, dilatih dengan program-program magang formal. *Asistesi* dan *intership* adalah bentuk lain program magang.
4. *Coaching*  
Penyelia atau atasan memberikan bimbingan dan pengarahan kepada karyawan dalam pelaksanaan kerja rutin mereka.

---

<sup>26</sup> Husein Umar, *Riset Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), hal 12

<sup>27</sup> Dessler, *Op. Cit.*, hal 222

Hubungan penyelia dan karyawan sebagai bawahan serupa dengan hubungan tutor- mahasiswa.

5. Penugasan Sementara

Penempatan karyawan pada posisi manajerial atau sebagai anggota panitia tertentu untuk jangka waktu yang ditetapkan. Karyawan terlibat dalam pengambilan keputusan dan pemecahan masalah-masalah organisasional nyata.<sup>28</sup>

Metode yang kedua adalah metode simulasi (*off the job training*). Dengan pendekatan ini karyawan peserta pelatihan menerima representasi tiruan (*artificial*) suatu aspek organisasi dan diminta untuk menanggapi seperti dalam keadaan sebenarnya. Diantara metode-metode simulasi yang paling umum digunakan adalah sebagai berikut:

1. Metode Studi Kasus

Deskripsi tertulis suatu situasi pengambilan keputusan nyata disediakan. Aspek-aspek organisasi terpilih diuraikan pada lembar kasus. Karyawan yang terlibat dalam tipe latihan ini diminta untuk mengidentifikasi masalah-masalah, menganalisa, situasi dan merumuskan penyelesaian-penyelesaian alternatif. Dengan metode kasus, karyawan dapat mengembangkan keterampilan pengambilan keputusan.

2. *Role Play*

Teknik ini merupakan suatu peralatan yang memungkinkan para karyawan (peserta pelatihan) untuk memainkan berbagai peran yang berbeda. Peserta di tugaskan untuk memerankan individu tertentu yang digambarkan dalam suatu episode dan diminta untuk menanggapi para peserta lain yang berbeda perannya. Dalam hal ini tidak ada naskah yang mengatur pembicaraan dan perilaku. Efektivitas metode ini sangat bergantung pada kemampuan peserta untuk memainkan peran (sedapat mungkin sesuai dengan realitas) yang ditugaskan kepadanya. Teknik *role play* dapat mengubah sikap peserta, seperti misal menjadi lebih toleransi terhadap perbedaan individual, dan mengembangkan keterampilan-keterampilan antar pribadi (*interpersonal skills*).

3. *Business Games*

*Business (management) game* adalah suatu simulasi pengambilan keputusan skala kecil yang dibuat sesuai dengan

---

<sup>28</sup> Handoko, *Op. Cit.*, hal 112



situasi kehidupan bisnis nyata. Permainan bisnis yang kompleks biasanya dilakukan dengan bantuan computer untuk mengerjakan perhitungan-perhitungan yang diperlukan. Permainan disusun dengan aturan-aturan tertentu yang diperoleh dari teori ekonomi atau dari studi operasi-operasi bisnis atau industri secara terinci. Para peserta memainkan *game* dengan memutuskan harga produk yang akan dipasarkan, berapa besar anggaran pengiklanan, siapa yang akan ditarik, dan sebagainya. Tujuan adalah untuk melatih para karyawan atau manajer dalam pengambilan keputusan dan cara mengelola operasi-operasi perusahaan.

4. *Vestibule Training*

Agar program latihan tidak mengganggu operasi-operasi normal, organisasi menggunakan *vestibule training*. Bentuk latihan ini dilaksanakan bukan oleh atasan (penyelia), tetapi oleh pelatih-pelatih khusus. Area-area terpisah dibangun dengan berbagai jenis peralatan sama seperti yang akan digunakan pada pekerjaan sebenarnya.

5. Latihan Laboratorium (*Laboratory Training*)

Teknik ini adalah suatu bentuk latihan kelompok yang terutama digunakan untuk mengembangkan keterampilan-keterampilan antar pribadi. Salah satu bentuk latihan laboratorium yang terkenal dengan latihan sensitivitas, dimana para peserta belajar menjadi lebih sensitif (peka) terhadap perasaan orang lain dan lingkungan. Latihan ini juga berguna untuk mengembangkan berbagai perilaku bagi tanggung jawab pekerjaan di waktu yang akan datang.

6. Program-Program Pengembangan Eksekutif

Program-program ini biasanya diselenggarakan di universitas atau lembaga-lembaga pendidikan lainnya. Organisasi bisa mengirimkan para karyawannya untuk mengikuti paket-paket khusus yang ditawarkan; atau bekerja sama dengan suatu lembaga pendidikan untuk menyelenggarakan secara khusus suatu bentuk penataran, pendidikan atau latihan sesuai kebutuhan organisasi.<sup>29</sup>

## **B.2 Service Excellence**

Layanan umum yang dilakukan oleh siapa pun, bentuknya tidak terlepas dari 3 macam, yaitu: 1) layanan dengan lisan, 2) layanan melalui tulisan dan 3) layanan dengan perbuatan. Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas

---

<sup>29</sup> *Ibid.*, hal 113

di bidang hubungan masyarakat (humas), bidang layanan informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan. Agar layanan lisan berhasil sesuai dengan yang diharapkan, ada syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku layanan, yaitu:

- a. Memahami benar masalah-masalah yang termasuk dalam bidang tugasnya. Artinya, jika ia menjadi petugas pada suatu stand pameran barang-barang hasil tambang, ia harus menguasai masalah-masalah tambang, meskipun pada garis besar saja. Demikian juga jika ia menjadi petugas pada stand barang-barang hasil industri mobil, ia harus menguasai masalah-masalah yang berkaitan dengan industri permobilan secara garis besar.
- b. Mampu memberikan penjelasan apa yang perlu dengan lancar, singkat tetapi cukup jelas sehingga memuaskan bagi mereka yang ingin memperoleh kejelasan mengenai sesuatu.
- c. Bertingkah laku sopan dan ramah tamah.
- d. Meski dalam keadaan sepi tidak ngobrol dan bercanda dengan teman, karena menimbulkan kesan tidak disiplin dan melalaikan tugas. Tamu menjadi segan untuk bertanya dengan memutus keasikan “ngobrol”.
- e. Tidak melayani orang-orang yang ingin sekedar “ngobrol” dengan cara yang sopan.<sup>30</sup>

Bagi organisasi yang berorientasi layanan, *service excellence* merupakan prioritas strategik dan diyakini berdampak signifikan pada terciptanya nilai superior, kepuasan pelanggan, keunggulan bersaing, pertumbuhan bisnis, dan profitabilitas.

Ada beberapa hal yang dapat dilakukan oleh organisasi atau perusahaan untuk mencapai *service excellence* salah satunya yaitu:

1. Pelatihan Layanan
  - Setiap karyawan memperoleh pelatihan keterampilan personal yang dapat meningkatkan kemampuan mereka untuk memberikan layanan yang berkualitas tinggi

---

<sup>30</sup> H.A.S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1998), hal 191

- Karyawan meluangkan banyak waktu dan usaha dalam aktivitas pelatihan simulasi yang membantu meningkatkan layanan manakala benar-benar menghadapi pelanggan
  - Selama sesi pelatihan, karyawan melakukan latihan-latihan untuk mengidentifikasi dan memperbaiki sikap terhadap pelanggan
2. Teknologi Layanan
- Karyawan meningkatkan kapabilitas layanan melalui pemanfaatan teknologi mutakhir
  - Teknologi digunakan untuk membentuk dan mengembangkan kualitas layanan yang lebih bagus
  - Karyawan menggunakan teknologi tingkat tinggi untuk mendukung usaha-usaha karyawan pada lini depan
3. *Customer Treatment*
- Karyawan memperhatikan pelanggan sebagaimana mereka ingin diperhatikan
  - Karyawan memberikan “perhatian ekstra” kepada pelanggan
  - Karyawan harus lebih bersahabat dan sopan dibandingkan para pesaing
  - Karyawan berusaha keras mengurangi ketidaknyamanan bagi pelanggan
4. Pencegahan Kegagalan Layanan
- Karyawan berupaya keras mencegah timbulnya masalah-masalah pelanggan
  - Karyawan berusaha sebisa mungkin mencegah atau mengantisipasi masalah-masalah pelanggan ketimbang baru bereaksi manakala timbul masalah
  - Karyawan secara aktif mendengarkan perkataan dari para pelanggan.<sup>31</sup>

### B.3 Persepsi

Persepsi dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana individu-individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka agar memberi makna kepada lingkungan mereka.<sup>32</sup> Sedangkan Menurut Winardi persepsi adalah Persepsi merupakan proses kognitif, dimana seorang individu memberikan arti kepada lingkungan. Mengingat bahwa masing-masing orang memberi artinya

---

<sup>31</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service Quality Satisfaction*, (Jakarta: CV ANDI, 2007), hal 45-48

<sup>32</sup> Stephen Robbins, *Perilaku Organisasi: Konsep, Kontroversi, Aplikasi Jilid I*, (Jakarta: Prenhalindo, 1996), hal 124

sendiri terhadap stimuli, maka dapat dikatakan bahwa individu-individu yang berbeda, “melihat” hal yang sama dengan cara-cara yang berbeda.<sup>33</sup>

Cara seorang karyawan memandang situasi yang berlaku, seringkali memiliki arti lebih penting untuk memahami perilaku, daripada situasi itu sendiri. Bagaimana untuk selanjutnya kita menjelaskan bahwa individu-individu mungkin memandang satu benda yang sama, namun mempersepsikannya secara berbeda? Sebenarnya kunci untuk memahami persepsi adalah terletak pada penafsiran yang unik terhadap situasi, dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi. Seperti yang dikemukakan oleh David Krech, berikut ini:

*The cognitive map of the individual is not, then, a photographic representation of the physical world; it is, rather, a partial, personal construction in which certain objects, selected out by the individual for a major role, are perceived in an individual manner. Every perceiver artist, painting a picture of the world expresses his individual view of reality.*

(Peta kognitif individu itu bukanlah penyajian potografik dari suatu kenyataan fisik, melainkan agak bersifat konstruksi pribadi yang kurang sempurna mengenai objek tertentu, diseleksi sesuai dengan kepentingan utamanya dan dipahami menurut kebiasaannya. Setiap pemahaman (*perceiver*) adalah pada tingkat tertentu bukanlah seniman yang representatif, karena lukisan gambar tentang kenyataan itu hanya menyatakan pandangan realitas individunya).<sup>34</sup>

Proses persepsi dapat menambah, dan mengurangi kejadian senyatanya yang diinderakan oleh seseorang. Perbedaan antara persepsi dan penginderaan itu menurut Luthans selanjutnya dikatakan contoh-contohnya sebagai berikut:

---

<sup>33</sup> J Winardi, *Manajemen Perilaku Organisasi*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hal 203-204

<sup>34</sup> Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: PT RajaGrafindo,2007), hal 142

1. Bagian pembelian membeli peralatan yang diperkirakan menurutnya adalah peralatan yang terbaik, tetapi para insinyur menyatakan bahwa itu bukanlah peralatan yang terbaik.
2. Pekerja yang sama mungkin dilihat oleh satu pengawas sebagai pekerja yang terbaik, dan oleh pengawas yang lainnya dikatakan yang terjelek.
3. Dagangan rambut palsu (*wig*) dinilai oleh penjual mempunyai nilai kualitas yang tinggi, tetapi pembeli mengatakan mempunyai kualitas yang rendah
4. Seorang manajer laki-laki dari suatu perusahaan besar merasakan bahwa wanita mempunyai kesempatan sama untuk menduduki jabatan pimpinan, tetapi asisten manajer kepegawaian putri merasakan tidak ada jalan baginya untuk bisa mendobrak suatu jaringan kepemimpinan tingkat atas.
5. Kepala insinyur yang melakukan tur inspeksi ke suatu pabrik selama seminggu dalam kereta listrik merasakan bahwa di situ adalah tempat kerja yang menyenangkan, tetapi sebaliknya pekerja operator penekan lubang merasakan bahwa tempat itu setingkat dengan penjara.<sup>35</sup>

Sejumlah faktor bekerja untuk membentuk persepsi dan kadang memutar balik persepsi. Faktor-faktor ini dapat berada pada:

1. Pelaku Persepsi  
Bila individu memandang pada suatu target dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya. Penafsiran ini sangat dipengaruhi oleh karakteristik-karakteristik pribadi dari pelaku persepsi individual itu.
2. Target  
Karakteristik-karakteristik dalam target yang akan diamati dapat mempengaruhi apa yang dipersepsikan. Karena target tidak dipandang dalam keadaan terpencil, hubungan suatu target dengan latar belakangnya mempengaruhi persepsi, seperti kecenderungan kita untuk mengelompokkan benda-benda yang berdekatan dan mirip.
3. Situasi  
Unsur-unsur dalam lingkungan sekitar mempengaruhi persepsi kita. Waktu adalah dimana suatu obyek atau peristiwa itu dilihat dapat mempengaruhi perhatian, seperti lokasi, cahaya dan panas.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> *Ibid.*, hal 144

<sup>36</sup> Winardi, *Op. Cit.*, hal 124

Persepsi mencakup penafsiran objek-objek, simbol-simbol dan orang-orang, dipandang dari sudut pengalaman penting. Dengan perkataan lain, persepsi meliputi aktivitas menerima stimuli, mengorganisasi stimuli tersebut dan menerjemahkan atau menafsirkan stimuli yang terorganisasi tersebut demikian rupa, hingga dapat mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap.<sup>37</sup>

Yang termasuk stimulus yaitu misalnya: sistem imbalan organisasi yang bersangkutan, gaya persuasi yang digunakan oleh seorang *supervisor* dan arus pekerjaan. Sementara faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi antara lain:

1. *Stereotyping*
2. Selektivitas
3. Konsep diri
4. Situasi
5. Kebutuhan-kebutuhan
6. Emosi<sup>38</sup>

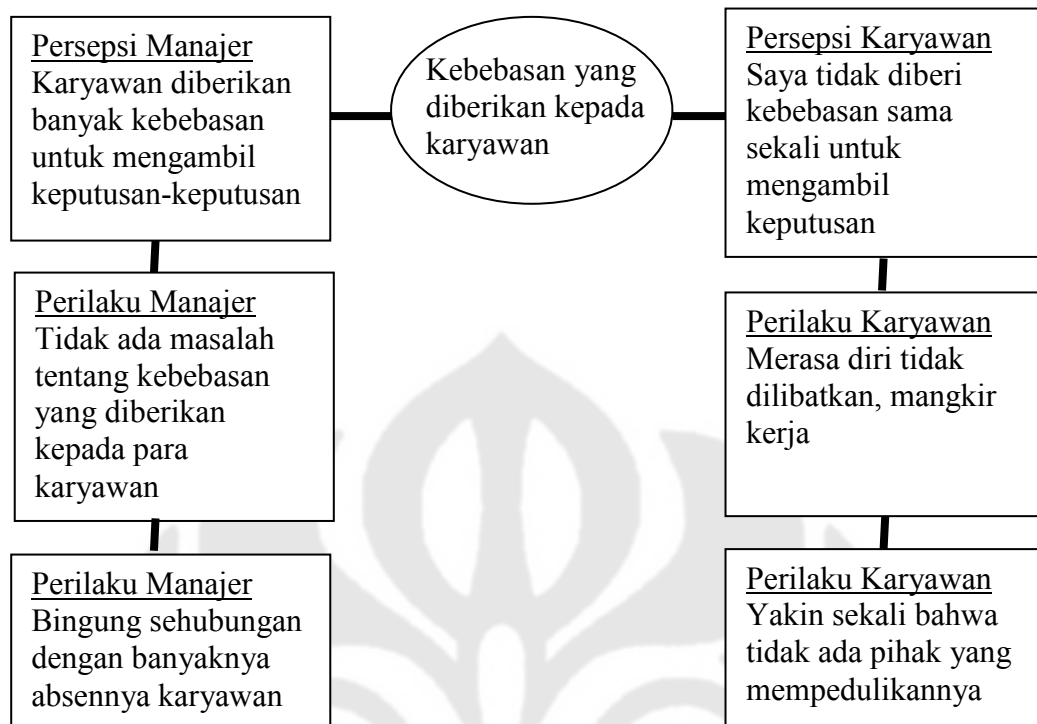
#### **B.4 Persepsi Karyawan terhadap Pelatihan**

Persepsi atasan dengan bawahan tidak selalu sama, hal ini diterangkan oleh seorang pakar manajemen yang bernama Rensis Likert, pernah meneliti persepsi pihak atasan dan pihak bawahan. Gambar berikut merupakan hasil penelitiannya:

---

<sup>37</sup> *Ibid.*, hal 204

<sup>38</sup> *Ibid.*, hal 205



Gambar II.1  
Perbedaan Persepsi Atasan Antara Bawahan

Terlihat Adanya perbedaan-perbedaan yang cukup besar dalam persepsi kedua kelompok (para manajer dan para karyawan). Kelompok atasan dan bawahan menganggap bahwa tipe penghargaan yang diberikan berada pada tingkatan yang berbeda. Pihak bawahan dalam kebanyakan kasus melaporkan bahwa para *supervisor* mereka kurang memberikan perhatian kepada mereka dan bahwa imbalan-imbalan yang diberikan agak langka. Di lain pihak para *supervisor* beranggapan bahwa mereka sudah memberikan varietas luas imbalan-imbalan untuk kerja yang dinilai baik. Studi yang dilakukan menunjukkan bahwa

terdapat adanya perbedaan yang cukup besar antara persepsi para atasan dengan persepsi para bawahan.<sup>39</sup>

Pelatihan sering dianggap sebagai aktivitas yang paling dapat dilihat dan paling umum dari semua aktivitas kepegawaian. Para majikan menyokong pelatihan karena melalui pelatihan para pegawai akan menjadi lebih terampil, dan karenanya lebih produktif, sekalipun manfaat tersebut harus diperhitungkan dengan waktu yang tersita ketika para pegawai sedang dilatih. Para pekerja menyukai pelatihan karena pelatihan membebaskan dari pekerjaan mereka (jika mereka tidak suka pada pekerjaannya) atau meningkatkan kecakapan yang bisa digunakan untuk menguasai kedudukan yang sedang mereka duduki atau yang akan mereka duduki. Pelatihan juga sering dianggap sebagai imbalan dari organisasi, suatu simbol status, atau suatu liburan dari kewajiban kerja sehari-hari.<sup>40</sup>

Keberhasilan belajar sangat ditentukan oleh motivasi. Berdasarkan pada prinsip ini, maka kegiatan pelatihan memerlukan seorang *trainer* yang mampu menciptakan motivasi tinggi bagi para peserta, disamping itu peserta pelatihan perlu dimotivasi baik dari dalam diri maupun oleh pihak manajemen perusahaan, sehingga hasil pelatihan lebih optimal.<sup>41</sup> Untuk mengetahui persepsi karpelatihan maka dapat dilakukan dengan menggunakan suatu metode pengukuran yaitu pengukuran reaksi. Ukuran mengenai reaksi ini didesain untuk mengetahui opini dari para peserta mengenai program pelatihan dengan menggunakan *questionnaire*

---

<sup>39</sup> Winardi, *Op. Cit.*, hal 207

<sup>40</sup> Gomes, *Op. Cit.*, hal 197

<sup>41</sup> Triton PB, *Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: TUGU, 2005), hal 80



pada akhir pelatihan, para peserta ditanya tentang seberapa jauh mereka merasa puas terhadap pelatihan secara keseluruhan, terhadap pelatih/ instruktur, materi yang disampaikan, isinya, bahan-bahan yang disediakan, dan lingkungan pelatihan (ruangan, waktu istirahat, makanan, suhu udara). Para peserta juga diminta pendapat mengenai materi mana yang paling menarik dan mana yang tidak.<sup>42</sup> Sangat penting untuk memperhatikan reaksi peserta baik terhadap pelatihan, pelatih, maupun hal-hal lainnya. Reaksi peserta yang negatif tentunya dapat berdampak kurang efektifnya hasil-hasil kegiatan pelatihan.<sup>43</sup>

Berikut ini beberapa kriteria yang dapat digunakan sebagai acuan dalam rangka melaksanakan pemantauan terhadap pelaksanaan pelatihan. Hal-hal yang dipantau adalah sebagai berikut:

- A. Bidang kegiatan yang dilakukan untuk memantau pelaksanaan pelatihan
  - Mengecek sampai dimana tersedianya bahan-bahan materi
  - Memeriksa apakah tugas-tugas dilaksanakan sebagaimana mestinya
  - Memeriksa kecukupan dan penggunaan peralatan media pengajaran
  - Mengatur ketersediaan waktu yang diperlukan bagi pelaksanaan pelatihan
  - Identifikasi kesulitan-kesulitan yang ditemui peserta selama pelaksanaan pelatihan
  - Mengecek peran dan partisipasi peserta selama pelatihan
  - Mengatur peran dan partisipasi orang luar dalam pelatihan
  - Melaksanakan komunikasi dan informasi yang menunjang pelaksanaan pelatihan
- B. Jenis kegiatan yang dilakukan untuk memantau proses pelaksanaan pelatihan
  - Melakukan pengamatan terhadap para pelatih
  - Mencatat keterangan-keterangan yang diperlukan
  - Penggunaan alat-alat sesuai dengan keperluan dalam proses belajar mengajar

---

<sup>42</sup> Gomes, *Op. Cit.*, hal 209

<sup>43</sup> Triton PB, *Op. Cit.*, hal 83

- Pemanfaatan bahan–bahan yang telah tersedia
- Memberikan saran perbaikan atas kelemahan dalam pelaksanaan pelatihan
- Kebutuhan fasilitas baru yang diperlukan untuk pelatih.<sup>44</sup>

### C. Operasionalisasi Konsep

Menurut Faustino Cardoso Gomes, operasionalisasi konsep adalah unsur pelatihan yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel.<sup>45</sup>

Menurut Gomes, penilaian pelatihan dilihat dari 4 (empat) sub variabel (dimensi), yaitu: reaksi, pembelajaran, perilaku, dan hasil.<sup>46</sup>

Berdasarkan uraian variabel diatas penulis menjabarkan sub variabel menjadi bagian yang lebih kecil lagi yaitu indikator. Indikator diartikan Suharsini Arikunto adalah menunjukan sesuatu yang menjadi petunjuk bagi sub/dimensi atau variabel itu sendiri.<sup>47</sup> Penjabaran variabel pelatihan yang dibagi menjadi sub variabel dan beberapa indikator yang akan diukur adalah sebagai berikut:

---

<sup>44</sup> Oemar Hamalik, *Manajemen Pelatihan Ketenagakerjaan: Pendekatan Terpadu*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), hal 108

<sup>45</sup> Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei, Edisi II*, (Jakarta: LP3ES, 1999), hal 46

<sup>46</sup> Gomes, *Op. Cit.*, hal 209

<sup>47</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1995), hal 181

**Tabel II.1**  
**Operasionalisasi Konsep Pelatihan**

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Persepsi Karyawan Terhadap Pelaksanaan Pelatihan	Pembelajaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelatihan merupakan bentuk penyegaran pengetahuan</li> <li>• Sistem pengajaran dalam pelatihan</li> <li>• Penerapan pengetahuan pada pelaksanaan pekerjaan</li> <li>• Peningkatan pengetahuan</li> <li>• Peningkatan keahlian</li> </ul>	• Ordinal
	Perilaku	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketelitian dalam bekerja</li> <li>• Peningkatan semangat kerja</li> <li>• Peningkatan hubungan kerja yang baik antara karyawan dan atasan</li> <li>• Pemahaman tahapan pekerjaan</li> <li>• Peningkatan hubungan kerja yang baik antar karyawan</li> <li>• Mengatasi keluhan</li> </ul>	• Ordinal

	Reaksi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reaksi karyawan terhadap pelatih</li> <li>• Reaksi karyawan terhadap materi pelatihan</li> <li>• Reaksi karyawan terhadap media pelatihan</li> <li>• Reaksi karyawan terhadap lingkungan pelatihan</li> <li>• Reaksi karyawan terhadap waktu pelaksanaan pelatihan</li> <li>• Reaksi karyawan terhadap lokasi pelatihan</li> </ul>	• Ordinal
	Hasil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peningkatan komitmen kerja terhadap perusahaan</li> <li>• Kemudahan dalam memberikan pelayanan</li> <li>• Peningkatan kedisiplinan</li> <li>• Peningkatan prestasi kerja</li> </ul>	• Ordinal

Sumber: Faustino Cardoso Gomes, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: CV ANDI, 2007), hal 209

## D. Metode Penelitian

### D.1 Pendekatan Penelitian

Proses penelitian dimulai dengan menyusun asumsi dasar dan aturan berpikir yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini asumsi yang ada tidak dengan memasukkan nilai-nilai objektif individu melainkan berdasarkan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang menggunakan data kuantitatif dan didukung oleh data kualitatif.

Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data kualitatif yang diangkakan (skoring) misalnya terdapat dalam skala pengukuran. Pendekatan kuantitatif dilakukan dengan mengumpulkan dan mengolah data untuk mencari fakta yang akurat serta interpretasi yang tepat dan sistematis mengenai persepsi karyawan terhadap pelaksanaan pelatihan di bagian *call center* 147.<sup>48</sup>

## **D.2 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan. Penelitian deskriptif dibuat secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi tertentu. Penelitian deskriptif dilakukan untuk memberi gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena. Hasil akhir dari penelitian ini biasanya berupa tipologi atau pola-pola mengenai fenomena yang sedang dibahas. Berdasarkan waktunya, penelitian ini dilakukan dalam satu waktu tertentu. Sehingga berdasarkan dimensi waktunya maka penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian *cross sectional* yaitu penelitian yang hanya digunakan dalam waktu tertentu, dan tidak akan dilakukan penelitian lain di waktu yang berbeda untuk diperbandingkan.

Berdasarkan manfaatnya, penelitian ini masuk ke dalam penelitian terapan yaitu penelitian yang bertujuan untuk mempergunakan pengetahuan ilmiah yang diketahui untuk menerapkan, menguji dan mengevaluasi kemampuan suatu teori

---

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: CV ALFABETA, 2006), hal 14

yang diterapkan dalam memecahkan masalah-masalah praktis. Penelitian ini merupakan penelitian terapan karena hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk memperbaiki atau meningkatkan program pelatihan yang sedang berjalan dalam suatu perusahaan khususnya pada PT Infomedia Nusantara.

Berdasarkan teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan penelitian survei, dimana dalam penelitian ini peneliti mengajukan pertanyaan tertulis, baik yang telah tersusun dalam kuesioner maupun dalam wawancara lisan yang hasilnya dicatat.<sup>49</sup>

### **D.3 Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Data Primer**

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang bisa dilakukan oleh peneliti.<sup>50</sup> Dalam mengumpulkan data primer dilakukan dengan dua cara, yaitu:

##### **1. Kuesioner**

Yaitu suatu alat pengumpulan bahan-bahan berupa daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya untuk diisi dengan jawaban yang diperlukan. Dalam penelitian ini cara pengumpulan data dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan yang telah tersedia jawabannya.

---

<sup>49</sup> *Ibid.*, hal 37- 45

<sup>50</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2003), hal 99

## 2. Wawancara

Teknik wawancara digunakan untuk mengetahui informasi secara umum tentang obyek penelitian. Wawancara dilakukan dengan model tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan narasumber. Peneliti melakukan wawancara dengan karyawan bagian Sumber Daya Manusia dan karyawan bagian *Call Center*

### b. Data Sekunder

Merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pengumpul data primer maupun pihak-pihak lain, misalnya dalam bentuk tabel atau diagram.<sup>51</sup> Data sekunder yang digunakan adalah buku-buku, jurnal, dan sumber-sumber lain yang terkait dengan judul penelitian.

## D.4 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Infomedia Nusantara, dimana perusahaan tersebut berlokasi di Jl. Mampang Prapatan No.28, Jakarta Selatan. Waktu penelitian dilakukan mulai periode Maret s.d. Juni 2008. Subjek penelitian adalah karyawan *call center*.

## D.5 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan gejala atau satuan yang ingin diteliti.<sup>52</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan *call center* 147 PT Infomedia Nusantara wilayah Jakarta yang telah lulus mengikuti program *Service Excellent*. Sedangkan sampel adalah bagian populasi yang ingin diteliti. Sampel juga

---

<sup>51</sup> *Ibid.*, hal 100

<sup>52</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Op.Cit.*, hal 119

merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci.<sup>53</sup> Adapun jumlah populasi karyawan *call center* 147 PT Infomedia Nusantara mencapai 120 orang dan untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil dipergunakanlah rumus slovin.<sup>54</sup> Dengan ketentuan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + \{N(e)^2\}}$$

Keterangan:

n = besaran sampel

N = besaran populasi

e = Nilai kritis atau (batas ketelitian) yang diinginkan

(persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan penarikan sampel) ditetapkan 10%

Maka :

$$n = \frac{120}{1 + \{120 (0,1)^2\}}$$

$$= 55 \text{ sampel}$$

Berdasarkan rumus slovin, jumlah sampel yang dapat diambil yaitu sebanyak 55 orang dari 120 orang. Jadi jumlah responden yang akan diteliti adalah sekitar 55 orang dari jumlah populasi yaitu 120 orang.

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *probability* sampling, dimana setiap anggota populasi memiliki

---

<sup>53</sup> Singgih Santoso dan Fandi Tjiptono, *Riset Pemasaran, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jakarta: PT ElexMedia Komputindo, 2001), hal 80

<sup>54</sup> Umar, *Op.Cit.*, hal 16



kesempatan yang sama untuk menjadi responden.<sup>55</sup> Sedangkan untuk teknik penarikan sampelnya sendiri menggunakan *simple random sampling* yaitu teknik acak sederhana yang dapat dipakai jika populasi dari suatu penelitian homogen dan tidak terlalu banyak jumlahnya.<sup>56</sup>

#### **D.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

Penganalisisan data merupakan suatu proses lanjutan dari proses pengolahan data untuk melihat bagaimana menginterpretasikan data, kemudian menganalisis data dari hasil yang sudah ada pada tahap hasil pengolahan data.<sup>57</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala ordinal dalam menjabarkan setiap indikator yang ada pada operasionalisasi konsep penelitian yang digunakan. Skala ordinal adalah data yang mempunyai tingkatan data, ada data dengan urutan yang lebih tinggi dan urutan yang lebih rendah. Termasuk kategori data ini adalah data hasil pengolahan kuesioner.<sup>58</sup>

Analisis pengolahan data dari penelitian ini menggunakan analisis univariat. Analisis univariat adalah analisis terhadap satu variabel. Analisis ini dibuat dengan mengaplikasikan distribusi frekuensi. Distribusi frekuensi adalah susunan dalam suatu tabel yang telah diklasifikasikan menurut kelas atau kategori-kategori tertentu.

---

<sup>55</sup> Rianto Adi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, (Jakarta: PT Granit, 2005), hal 101

<sup>56</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Op.Cit.*, hal 123

<sup>57</sup> Adi, *Op.Cit.*, hal 184

<sup>58</sup> Singgih Santoso, *Mengolah data statistik secara profesional*. (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2001), hal 4

Instrumen yang digunakan untuk memperoleh data primer adalah kuesioner yang dibuat berdasarkan skala likert. Skala Likert banyak digunakan dalam penelitian yang menggunakan metode survei untuk mengukur sikap karyawan, persepsi karyawan, tingkat kepuasan karyawan, atau mengukur perasaan karyawan.<sup>59</sup> Dengan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata antara lain sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya: (5) untuk sangat setuju, (4) setuju, (3) ragu-ragu, (2) tidak setuju, dan (1) sangat tidak setuju, seperti terlihat dalam tabel berikut :

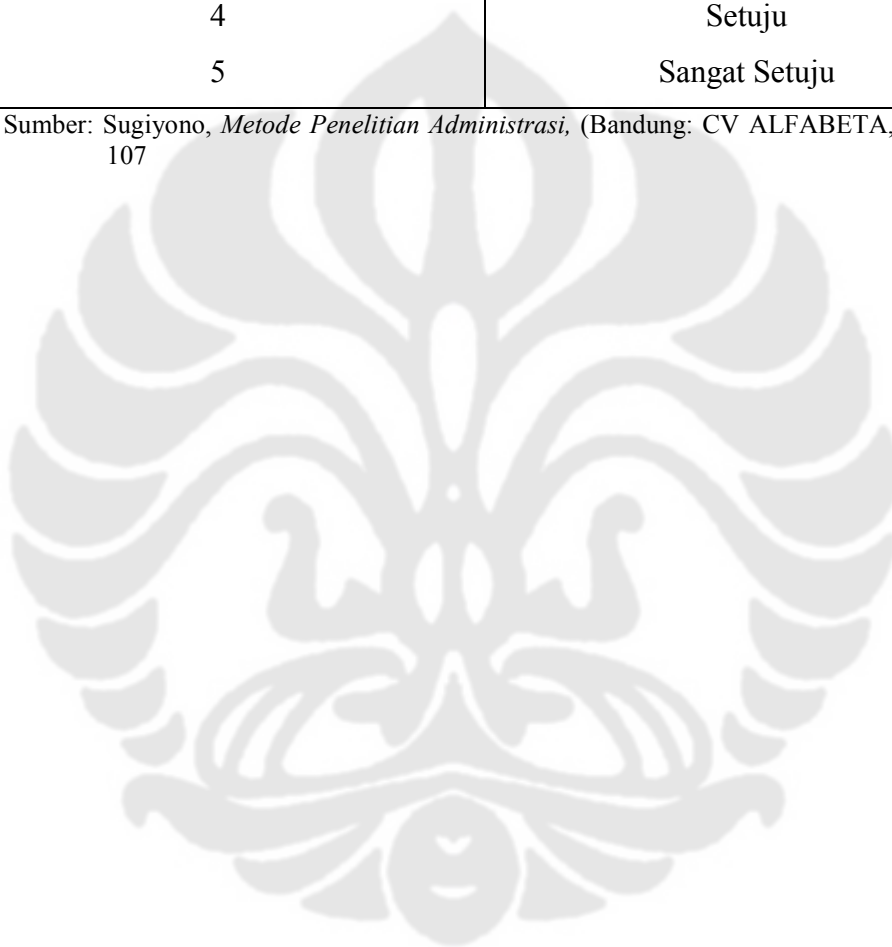
---

<sup>59</sup> Istijanto, *Riset Sumber Daya Manusia Cara Praktis Mendeteksi Dimensi-Dimensi Kerja Karyawan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), hal 81

**Tabel II.2**  
**Skor Kepentingan Tiap Indikator Menurut Likert**

<b>Skor</b>	<b>Kategori</b>
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Ragu-Ragu
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: CV ALFABETA, 2006), hal 107



## BAB III

### GAMBARAN UMUM PT INFOMEDIA NUSANTARA

#### A. Gambaran Umum Perusahaan

Tahun 1975 merupakan awal perjalanan usaha PT Infomedia Nusantara menjadi perusahaan pertama penyedia layanan informasi telepon di Indonesia. Di bawah sub divisi Elnusa GTDI dari anak perusahaan Pertamina. Beberapa tonggak bersejarah yang patut dicatat dalam perkembangannya antara lain adalah berubahnya sub divisi tersebut menjadi PT Elnusa *Yellow Pages* pada tahun 1984, dan kemudian menjadi PT Infomedia Nusantara Pada saat PT Telkom menanamkan investasinya, dan bersama PT Elnusa menjadi pemegang saham . komposisi kepemilikan saham saat ini adalah PT Telkom 51% dan PT Elnusa 49%.

Infomedia merupakan perusahaan penerbit Buku Petunjuk Telepon (BPT) *White Pages* atau *Yellow Pages* yang telah berpengalaman dalam pengolahan data pelanggan telepon dan data bisnis di seluruh Indonesia, dengan demikian dinamisnya kehidupan masyarakat, informasi menempati posisi sentral dalam mendorong berbagai perubahan. Besarnya peranan informasi dalam transformasi budaya di masyarakat mengakibatkan tuntutan atas kualitas layanan informasi semakin meningkat. Selama lebih dari 25 tahun infomedia telah memberikan layanan jasa direktori telepon di Indonesia.

Infomedia adalah perusahaan yang dipercaya PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk (PT TELKOM) untuk menjadi pusat pemeliharaan dan

pengembangan data base telepon. Kompetensi utama (*Core Competence*) Infomedia adalah dalam pengelolaan informasi direktori yang meliputi data inti (nama, alamat, nomor telepon), data pelengkap (bidang usaha, profile perusahaan), dan data pendukung (informasi wisata, pemerintahan, sosial).

Sejalan dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi (INFOKOM), PT Telkom telah menempatkan bisnis INFOKOM ini meliputi *Phone Net*, yang berbasis pada jaringan *Fix Telephone*, *Mobile Net* berbasis pada jaringan telepon selular, video Net untuk jaringan *TV Cable*, Internet untuk jaringan multimedia Akses, dan *Service* yang meliputi *Directory*, *Call Center*, dan Data Konten. Pada pelaksanaannya PT Telkom lebih fokus pada *core businessnya* yaitu jaringan *Fixed Telephone* dan *Multimedia Acess*. Bisnis yang lainnya PT Telkom mempercayakan pengelolaannya pada anak perusahaannya yang tergabung dalam Telkom Groups, yaitu PT Telkomsel dipercaya untuk mengelola bisnis jaringan telepon selular, PT Indonusa dipercaya untuk mengelola bisnis *TV Cable*, dan PT Infomedia Nusantara dipercaya untuk mengelola *bisnis service*.

Infomedia mengembangkan bisnis servicenya menjadi tiga pilar bisnis, yaitu: *Directory Service*, *Call Center Service*, dan *Content Service*, yang dalam pelaksanaannya ketiga pilar itu dapat berjalan secara sinergi. Pilar layanan *directory* berfokus pada penerbitan beragam *directory* dengan beragam media, pilar layanan *Call Center* berfokus pada penyedia jasa *Inbound Call Center* maupun *Outbound Call Center*, dan pilar layanan konten yang berpusat pada pengembangan dan pemasaran database unggulan yang dimiliki PT Infomedia Nusantara. Masing-masing pilar dijalankan oleh seorang direktur yang telah

memiliki pengalaman dan kompetensi di bidangnya dengan orientasi *World Class*. Fokus bisnis dalam pengembangannya yang berbasis data pelanggan telepon diseluruh Indonesia.

## **B. Transformasi Bisnis Infomedia**

Pada awalnya infomedia mengemas layanan *directory* informasi dalam bentuk Buku Petunjuk Telepon (BPT). Produk Utama yang pertama kali diterbitkan adalah BPT untuk 5 (lima) kota besar di Indonesia pada tahun 1976. Saat ini Infomedia Nusantara telah menerbitkan 68 (BPT) di 57 kota utama dan total sirkulasi mencapai lima juta eksemplar.

Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi di Indonesia pada era 1990-an, mendorong akan kebutuhan informasi. Infomedia Nusantara yang bergerak dalam bisnis *directory* menangkap fenomena sebagai tantangan dan sekaligus peluang yang harus dimanfaatkan. Menanggapi fenomena tersebut, Infomedia Nusantara melakukan penyesuaian visi dan misi perusahaan yang diikuti perubahan-perubahan konseptual produk dan layanan serta strategi perusahaan. Dengan dukungan trend perkembangan teknologi dan budaya, Infomedia Nusantara masuk ke dalam tahap pengembangan layanan informasi *directory* dalam bentuk elektronik dan audio.

Pada tahun 1996 Infomedia Nusantara meluncurkan produk-produk layanan informasi baru di samping BPT melalui 6 Directory khususnya, yaitu : Situs *Yellow Pages* di internet ([www.yellowpages.co.id](http://www.yellowpages.co.id)), *CD ROM Yellow Pages* dan layanan *Directory* melalui *Hallo Yellow*, serta 108 Nasional. 108 Nasional

diluncurkan pada tahun 1997, Infomedia bersama PT Telkom meluncurkan produk layanan ini.

### **C. VISI**

Visi dari PT Infomedia Nusantara yaitu, “Menjadi penyedia jasa dan informasi terkemuka, penghubung penjual dan pembeli yang berjangkauan global.”

### **D. MISI**

Adapun Misi dari PT Infomedia Nusantara yaitu, “Menyediakan jasa informasi dalam bentuk cetak, elektronik, dan berperan dalam pelayanan jasa infokom.”

### **E. Tata Nilai**

1. Ukuran keberhasilan kita adalah kepuasan pelanggan.
2. Kita membutuhkan laba untuk mendukung pertumbuhan.
3. Orang-orang yang istimewa dan berdedikasi tinggi akan mampu membuat perusahaan berhasil, terutama apabila mereka bekerjasama dalam sebuah tim.
4. Inovasi adalah kekuatan pendorong untuk bertahan dan berkembang.

### **F. Strategi Perusahaan**

1. *Database* informasi yang dinamis dan berkembang.
2. Infrastruktur yang berbasis teknologi dan keterampilan sumber daya manusia.
3. Dukungan sistem IT dan perkembangan teknologi.

## **G. Pelayanan PT Infomedia Nusantara :**

### **G.1 Majalah Infomedia**

Sebagai bentuk pembinaan hubungan dengan para pelanggannya, PT Infomedia Nusantara juga menerbitkan majalah *Newsletters*. Majalah ini berisi tentang berbagai macam kegiatan dan informasi seputar bisnis perusahaan yang disampaikan secara terbuka kepada para pelanggan. Di dalamnya pun memuat berbagai berita aktual seputar produk-produk Infomedia dan perkembangannya. Majalah ini diharapkan dapat menjadi sebuah sarana untuk membentuk komunitas Infomedia. Dengan adanya majalah bagi para pelanggan ini maka dapat menumbuhkan suatu *brand awareness* dan *corporate image* di mata para pelanggan Infomedia. Hal ini sehubungan pula dengan *new corporate identity* Infomedia Nusantara yaitu Infomedia yang diluncurkan pada saat ulang tahun PT Infomedia Nusantara yang ke-28, 3 juli 2005. Di mata sebagian publik, mereka lebih mengenal *Yellow Pages* ketimbang Infomedia Nusantara, oleh karena itu melalui majalah ini salah satu program sosialisasi *New Corporate Identity* dilaksanakan.

Isi dari majalah ini pun tidak seluruh bagiannya, hanya memuat berita-berita seputar kegiatan dan produk Infomedia, tetapi juga kegiatan-kegiatan yang sarat akan bidang-bidang telekomunikasi, teknologi, dan informasi-informasi Telkom Groups. Semua informasi ini sangat berguna bagi para pelanggan Infomedia. Gaya penulisan majalah ini pun menurut salah seorang editornya, sangat ringan, menghibur, mendidik, penyampaiannya menggunakan bahasa



populer, dan informatif. Majalah ini dibagikan secara Cuma-Cuma kepada semua pelanggan .

## **G.2 Web Site Infomedia**

Selain majalah, Infomedia Nusantara pun membentuk suatu wadah komunitasnya melalui *website* khusus, yaitu <http://www.yellowpages.co.id> dengan menampilkan data bisnis terlengkap di Indonesia dan dapat diakses melalui lebih dari 60.000 jaringan di 150 negara. Hal ini menjadikan situs Infomedia sebagai suatu sarana iklan yang sangat cerdas untuk para pelanggan yang berjangkauan global.

PT Infomedia Nusantara sebagai penyedia data yang dapat diakses di seluruh Indonesia, memiliki 3 (tiga) kantor pelayanan (Kayan) yang berlokasi di Medan, Bandung, dan Semarang. Serta 1 (satu) kantor wilayah (Kanwil) di Surabaya, dan 1 (satu) Kantor *Strategic Business Area* (SBA) di Menara Kebon Sirih, Jakarta. PT Infomedia Nusantara berusaha menjadi mitra perantara penyalur informasi secara multimedia yang sukses bagi perusahaan-perusahaan untuk berinteraksi dengan pelanggannya. Membangun hubungan ‘Seumur hidup’ antara perusahaan dan pelanggannya dengan kualitas layanan yang tinggi melalui teknologi yang inovatif serta orang-orang yang berdedikasi. Mendukung organisasi Infomedia Nusantara untuk mencapai objektifnya, yaitu objektif finansial dan objektif strategis. Memberikan sinergi kepada organisasi Infomedia dengan memberikan pelayanan kanal penyaluran. Mendukung Infomedia dengan memberikan fungsi layanan kepada pelanggan Infomedia.

### **G.3 Call Center**

Kompetensi Infomedia Nusantara dalam pengelolaan *directory* informasi yang ditunjang dengan komitmen Infomedia untuk senantiasa melakukan pengembangan secara terus menerus terhadap teknologi, sistem, dan SDM yang dimiliki, mengarahkan PT Infomedia Nusantara menuju posisi sebagai Pusat Informasi Nasional. Rencana ke depan, Infomedia Nusantara tetap berkonsentrasi pada kemampuan intinya yaitu, dibidang pengelolaan *database* informasi dengan perluasan jangkauan melalui media seperti media elektronik dan *call center*.

Pada masyarakat yang semakin maju tuntutan akan kualitas pelayanan informasi mengarah kepada yang disebut dengan ‘*One Stop Information Service*’ . *Bisnis Call Center* yang terdiri dari *Outbound Call Center* dan *Inbound Call Center* akan terus dikembangkan secara bertahap sehingga nantinya dapat menjadi sebuah pusat layanan *Call Center* terintegrasi antara pengelola *database*, media elektronik (Internet & CD ROM), dan media audio/telepon. Secara keseluruhan Infomedia Nusantara telah menjangkau lebih dari 20 juta konsumen di pasar Indonesia dan Singapura. Pengalaman dan pengetahuan Infomedia dalam pengelolaan Informasi berbasis *directory* telah memberikan dasar yang kokoh dan pada saat ini Infomedia Nusantara telah siap menghadapi pasar bebas dan persaingan yang lebih ketat. Untuk lebih mengoptimalkan seluruh sumber daya yang dimiliki, pada tahun 2002 Infomedia Nusantara melakukan restrukturisasi bisnis dengan bentuk tiga pilar bisnis baru.

Kemampuan Infomedia Nusantara dalam pengelolaan *directory* informasi ditunjang dengan komitmen untuk senantiasa melakukan pengembangan secara

terus menerus terhadap teknologi, sistem, dan SDM yang dimiliki, mengarahkan Infomedia Nusantara menuju posisi sebagai Pusat Informasi Nasional Indonesia. Rencana ke depan, Infomedia Nusantara tetap berkonsentrasi pada kemampuan intinya yaitu dibidang pengelolaan *database* informasi dengan perluasan jangkauan melalui media seperti media elektronik, dan *Call Center*. Melalui Unit Bisnis Layanan *Call Center*, PT Infomedia Nusantara dilengkapi dengan infrastruktur *Call Center* terlengkap, jaringan telepon paling luas dan teknologi *Call Center* yang terpilih secara tepat guna. *Call Center* yang menjadi sebuah keharusan dalam pelayanan pelanggan serta untuk meningkatkan citra perusahaan dan mendukung segala aktivitas pemasaran atau penjualan. Bisnis *Call Center* yang terdiri atas *Inbound Call Center* dan *Outbound Call Center* akan terus dikembangkan secara bertahap sehingga nantinya dapat menjadi pusat *Call Center* yang terintegrasi antara pengelola *database*, media elektronik (Internet, CD ROM dan Media Audio). Selain itu pula layanan *Call Center* juga menyediakan pelayanan baru yaitu : *Telemarketing, Telesurvey, Customer Service, Help Desk, Phone Banking, Reservation*, dan lain-lain.

Ada salah satu *Call Center* yang khusus menangani pelanggan dari PT Telkom yaitu, *Call Center* 108 yang melayani untuk masalah alamat dan nomor telepon, dan *Call Center* 147 yang melayani untuk informasi dan aktivasi produk-produk Telkom seperti informasi tagihan telepon, penggunaan internet telkomnet instant, internet telkom *speedy*, aktivasi telkom flexi, dan lain-lain yang berhubungan dengan produk Telkom. Pelanggan yang ingin mendapatkan informasi yang menyangkut produk PT Telkom tinggal menghubungi dengan

menekan 3 (tiga) digit nomor yaitu 108 ataupun 147, pelanggan sudah dapat tersambung dengan operator yang akan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh para pelanggan.



**BAB IV**

**ANALISIS PERSEPSI KARYAWAN ATAS PELAKSANAAN  
PELATIHAN SERVICE EXCELLENT DI BAGIAN CALL CENTER 147  
PADA PT INFOMEDIA NUSANTARA**

Pada bab ini akan dipaparkan dan dijelaskan hasil analisis data penelitian mengenai persepsi karyawan atas pelaksanaan pelatihan *service excellent* di bagian *call center* 147 pada PT Infomedia Nusantara. Pertama-tama akan dijelaskan mengenai pelaksanaan pelatihan yang diadakan oleh PT Infomedia Nusantara, kemudian akan menganalisis data yang diperoleh melalui metode survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian

**A. Program Pelatihan *Call Center* 147 PT Infomedia Nusantara**

Program pelatihan bagi karyawan Call Center PT Infomedia Nusantara ada tiga macam, pertama adalah pelatihan yang diberikan kepada karyawan yang baru masuk. Pelatihan ini berisi tentang materi-materi dasar seperti sejarah perusahaan, visi misi perusahaan, produk-produk perusahaan dan tentang bagaimana melaksanakan pekerjaan atau tugas-tugas yang akan dilakukannya dalam jabatan atau pekerjaannya nanti. Pelatihan yang kedua adalah *incidental training* yaitu pelatihan yang timbul karena adanya kebijakan baru atau *system* baru yang dikeluarkan oleh perusahaan jadi mau tidak mau semua karyawan yang bersangkutan harus mengikuti pelatihan agar dapat segera menguasai kebijakan atau *system* baru tersebut sehingga aktivitas kerja tidak mengalami kendala atau masalah di kemudian hari. Pelatihan yang ketiga yaitu pelatihan *service excellent*,

pelatihan ini biasanya dilaksanakan setahun sekali. Pelatihan ini berisi tentang pemahaman yang mendalam masalah yang berhubungan dengan pekerjaan seperti mengenal lebih jauh sifat-sifat pelanggan, bagaimana yang seharusnya dilakukan oleh seorang agen atau karyawan *call center* dalam menghadapi pelanggan, motivasi untuk melakukan perubahan pada diri, pemahaman kembali tentang produk knowledge dan pemantapan dalam pengoperasian *system* aplikasi computer.

Pelatihan *service excellent* dilaksanakan selama dua hari dan dilakukan secara bertahap bagi para peserta, maksudnya tidak semua karyawan mengikuti pelatihan tetapi dibagi beberapa kelompok dahulu, sehingga ada yang mengikuti pelatihan dan sebagian lagi masih tetap bekerja. Pelatihan untuk bagian *Call Center* 147 tidak dilakukan di kantor PT Infomedia Nusantara melainkan di kantor Telkom Jakarta Barat yaitu di jalan S. Parman Kav. 8 , tepatnya di seberang Mall Taman Anggrek. Pelatih atau instruktur yang mengajar pada pelatihan ini adalah pegawai dari PT Telkom yang bertugas khusus untuk memberikan pelatihan bagi para karyawan, sedangkan pegawai dari Infomedia Nusantara merupakan tim support dalam pelatihan tersebut yaitu mengorganisir kelancaran jalannya pelatihan seperti menyediakan keperluan dalam hal perlengkapan, jadwal pelatihan, materi pelatihan, dan sebagainya. Pelatihan *service excellent* dibagi menjadi dua metode pelatihan yang utama, yaitu *Classroom Training* dan *Laboratory Training*.

## 1. *Classroom Training*

*Classroom training* adalah pelatihan yang dilakukan di dalam suatu ruangan yang mirip dengan kelas untuk belajar. Pada ruangan tersebut tersedia komputer untuk mempermudah penjelasan materi yang telah dibuat oleh instruktur, infokus sebagai sarana untuk memperjelas tampilan dari komputer agar para peserta pelatihan dapat menangkap materi dengan lebih jelas, dan *whiteboard* sebagai media dari infokus agar tampilannya lebih jelas, selain itu *whiteboard* juga untuk tempat mencatat penjelasan yang lebih luas dari instruktur. Posisi duduk dari peserta pelatihan dibuat membentuk huruf U, hal ini dimaksudkan agar semua peserta dapat memperhatikan instruktur tanpa ada halangan dan komunikasi dapat dilakukan dengan mudah. Ruangan pelatihan dilengkapi oleh pendingin ruangan agar pelatihan dapat berlangsung dengan nyaman dan materi dapat dengan mudah untuk diterima oleh para peserta pelatihan.

## 2. *Laboratory Training*

*Laboratory Training* adalah pelatihan yang dilakukan di suatu ruangan khusus dan terdapat peralatan-peralatan yang biasa digunakan dalam bekerja. Peralatan tersebut terdiri dari komputer, *headset*, infokus, pesawat telepon, dan *whiteboard*. Pada ruangan ini setiap peserta pelatihan mendapatkan satu tempat yang sudah terdapat segala perlengkapan untuk praktek, jadi peserta dapat berlatih dengan leluasa. Pertama-tama pelatih akan menjelaskan bagaimana cara kerja dari aplikasi program komputer, yang dijelaskan melalui infokus dan juga menerangkan tahap-tahap yang harus dilakukan. Setelah pelatih selesai menjelaskan, kemudian para peserta pelatihan memulai untuk mempraktekan

materi yang telah dijelaskan oleh pelatih. Apabila ada yang belum dimengerti oleh para peserta, maka dipersilahkan untuk bertanya agar para peserta dapat benar-benar paham bagaimana cara untuk mengoperasikan program komputer dalam bekerja sehingga pada saat turun ke lapangan atau sudah mulai bekerja tidak mengalami kesalahan.

Hari pertama Pelatihan *service excellent* adalah pelatihan di dalam ruangan atau *Classroom Training*. Pelatihan ini dilaksanakan dalam kelas yang disediakan di *training center* PT Telkom dan diselenggarakan dengan jadwal yang telah ditetapkan pihak *training*. Materi yang diberikan dalam pelatihan ini mayoritas merupakan kegiatan operasional pelayanan PT Telkom. Pelatihan ini ditujukan kepada semua karyawan dengan tujuan untuk menambah pengetahuan, keahlian dan membentuk sikap yang sesuai dengan budaya perusahaan. Materi-materi pelatihan yang diberikan mencakup materi mengenai pengetahuan produk Telkom, prosedur pelaksanaan kegiatan pelayanan (*service*), pengenalan sifat-sifat pelanggan dan cara mengatasinya, dan motivasi untuk perubahan di dalam diri karyawan.

Hari kedua Pelatihan *service excellent* adalah pelatihan di dalam ruangan laboratorium atau *Laboratory Training*. Di ruangan ini para peserta pelatihan belajar kembali aplikasi yang biasa digunakan dalam bekerja. Instruktur pelatihan menerangkan kembali cara penggunaannya. Setelah semua mempraktekan aplikasi komputer tersebut, instruktur pelatihan mempersilahkan bagi semua peserta untuk menanyakan bagian mana yang belum begitu dipahami dan akan segera diberi penjelasan sampai peserta tersebut paham benar sehingga tidak akan



mengalami kesulitan waktu menggunakannya dalam bekerja. Tahap kedua setelah praktek aplikasi komputer adalah sesi *role play*, setiap peserta pelatihan diuji satu persatu seakan-akan sedang menghadapi pelanggan. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah peserta pelatihan sudah memahami benar atau belum, materi-materi pelatihan yang telah diberikan selama dua hari tersebut.

Pelatihan *service excellent* merupakan pelatihan yang diselenggarakan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas dari para karyawan sehingga dapat selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pelanggan. Dengan pelayanan yang terbaik, dapat menarik pelanggan untuk selalu menggunakan produk Telkom ditengah persaingan yang sangat ketat saat ini, untuk itu pelatihan *service excellent* dilaksanakan setiap setahun sekali

## **B. Analisis Statistik Deskriptif**

Pada bagian ini akan dipaparkan dan dijelaskan hasil analisis data penelitian mengenai persepsi karyawan terhadap pelaksanaan pelatihan *service excellent* di bagian *call center* 147 pada PT Infomedia Nusantara. Analisis data ini diperoleh melalui metode survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian untuk mengumpulkan data primer yang disebarkan kepada 55 (lima puluh lima) karyawan *call center* 147. Analisis pada bab ini terdiri dari dua bagian, yaitu analisis karakteristik data responden dan analisis terhadap jawaban yang diberikan oleh responden mengenai persepsi karyawan terhadap pelatihan *service excellent* yang diadakan oleh PT Infomedia Nusantara.

## B.1 Penyajian Data Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dibagi menjadi empat kategori, yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir atau tingkat pendidikan, dan lama bekerja. Penelitian terhadap karakteristik responden berdasarkan pada beberapa kategori tersebut dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai identitas responden.

### B.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi data responden berdasarkan jenis kelamin dijelaskan dalam analisis distribusi frekuensi pada tabel berikut:

**Tabel IV.1**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**  
**n=55**

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Pria	25	45,5 %
Wanita	30	54,5 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Identitas berdasarkan jenis kelamin dipilih untuk mengetahui lebih detail berapa banyak karyawan pria dan wanita yang menjadi responden dalam penelitian. Responden yang terdiri dari karyawan bagian *call center* 147 mayoritas ditempati oleh jenis kelamin wanita sebanyak 30 (tiga puluh) orang atau sebesar 54,5% dari total keseluruhan responden yang dijadikan kerangka sampel. Hal ini disebabkan untuk pekerjaan pelayanan biasanya perusahaan lebih banyak merekrut tenaga kerja wanita tetapi untuk kualitas pelayanan semua sama, baik tenaga kerja pria maupun tenaga kerja wanita.

### B.1.2 Berdasarkan Usia

Identitas responden berdasarkan usia dicantumkan untuk mengetahui secara mendalam berapa rata-rata usia responden yang menjadi sampel penelitian. Distribusi frekuensi responden berdasarkan usia dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel IV.2**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Usia**  
**n=55**

<b>Rentang Usia</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
20-25 tahun	12	21,8 %
>25-30 tahun	29	52,8 %
>30-35 tahun	13	23,6 %
>35-40 tahun	1	1,8 %
>40 tahun	0	0
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Dari tabel diatas, mayoritas responden berada pada ketegori usia antara >25 – 30 tahun yaitu sebanyak 29 orang atau sebesar 52,8% dari total responden dan kategori usia 20 – 25 tahun sebanyak 12 orang atau sebesar 21,8% dari dari total responden. Jumlah karyawan yang berusia >30 – 35 tahun sebanyak 13 orang atau sebesar 23,6% dari total responden, sedangkan jumlah karyawan yang berusia >35-40 tahun hanya sebanyak 1 orang atau sebesar 1,8% dari total responden.

Dari tabel IV.2 dapat dilihat gambaran usia reponden paling banyak rentang usia responden >25-30 tahun. Hal tersebut dikarenakan pada umumnya usia tersebut merupakan usia produktif bagi karyawan untuk dapat bekerja dengan maksimum, walaupun karyawan yang berusia muda memiliki lebih banyak ide-ide baru dan lebih enerjik sehingga pekerjaan dapat dilakukan dengan baik karena kondisi fisik yang prima, namun kisaran usia >25-30 tahun dianggap tetap

dianggap lebih berpengalaman dan masih mempunyai fisik serta stamina yang prima.

### B.1.3 Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik ketiga adalah karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir. Hal ini dimaksudkan untuk mengelompokkan karyawan pada latar belakang pendidikannya masing-masing.

**Tabel IV.3**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**  
**n=55**

<b>Tingkat Pendidikan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
SLTA atau sederajat	0	0
D3	14	25,5 %
S1	41	74,5 %
S2	0	0
S3	0	0
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Berdasarkan tabel IV.3 dapat dilihat bahwa pendidikan formal terakhir para responden pada umumnya adalah S1 (sarjana) sebanyak 41 orang atau sebesar 74,5% sedangkan untuk pendidikan formal D3 (diploma) sebanyak 14 orang atau 25,5%. Identitas berdasarkan tingkat pendidikan dipilih untuk mengetahui lebih jauh bagaimana latar belakang pendidikan yang dimiliki oleh setiap responden yang menjadi obyek penelitian. Latar belakang pendidikan menjadi salah satu faktor penting dari seorang karyawan untuk dapat *qualified* dalam menjalankan pekerjaannya. Selain faktor seperti: masa kerja (senioritas) dan pengalaman. Seperti yang diungkapkan oleh staff HRD Bapak Zulkarnain

*“Perusahaan kami selalu berusaha mementingkan antara latar belakang pendidikan dengan posisi karyawan dalam perusahaan.”<sup>60</sup>*

Berdasarkan keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa PT Infomedia Nusantara telah menyesuaikan antara tingkat pendidikan dengan pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan.

#### **B.1.4 Berdasarkan Lama Bekerja**

Karakteristik keempat adalah karakteristik berdasarkan lama bekerja. Hal ini dimaksudkan untuk melihat berapa lama responden bekerja pada PT Infomedia Nusantara.

**Tabel IV.4**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Lama Bekerja**  
**n=55**

<b>Lama Kerja</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
0-5 tahun	45	81,8 %
>5-10 tahun	10	18,2 %
>10-15 tahun	0	0
>15-20 tahun	0	0
>20 tahun	0	0
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Dari tabel tersebut terlihat, responden yang telah bekerja 0-5 tahun ada pada urutan pertama yaitu sebanyak 45 orang atau sebesar 81,8% diikuti untuk responden dengan masa kerja >5–10 tahun yaitu sebanyak 10 orang atau 18,2%

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa paling banyak responden yang bekerja pada *call center* 147 adalah 0-5 tahun, apabila dikaitkan dengan usia karyawan yang mayoritas responden berusia >25-30 tahun, maka

---

<sup>60</sup> Hasil Wawancara dengan Staf HRD Bapak Zulkarnain pada 4 juni 2008

dapat dikatakan sebagian besar responden yang dijadikan objek penelitian belum begitu lama bekerja di PT Infomedia Nusantara. Salah satu staff HRD Bapak Zulkarnain mengungkapkan

*“Hal ini terjadi karena sebelumnya karyawan call center 147 ditangani oleh pegawai Telkom langsung kemudian dikarenakan ada peralihan di Telkom, maka sebagian besar karyawan call center 147 digantikan oleh karyawan dari PT Infomedia Nusantara.”*<sup>61</sup>

## **B.2 Analisis Statistik Deskriptif Persepsi Karyawan Terhadap Dimensi Pelatihan**

Pada bagian ini akan disajikan tabel distribusi frekuensi yang berisi tentang persepsi karyawan terhadap pelaksanaan pelatihan. Ada beberapa dimensi yang dihadirkan pada analisis statistik penelitian ini.

### **1. Dimensi pembelajaran**

Pembelajaran berarti karyawan mempelajari sesuatu hal yang membuat karyawan memiliki kemampuan yang lebih daripada sebelumnya atau karyawan lebih memahami sesuatu hal secara mendalam sehingga karyawan mempunyai *skill* dan pengetahuan yang lebih mantap lagi. Dalam hal ini yang dimaksud adalah pelayanan terhadap pelanggan. PT Infomedia Nusantara memberikan pelatihan *service excellent* agar para karyawan *call center 147* memiliki kemampuan yang lebih maksimal lagi dalam melayani pelanggan.

---

<sup>61</sup> Hasil Wawancara dengan Staf HRD Bapak Zulkarnain pada 4 juni 2008

## 2. Dimensi perilaku

Perilaku adalah suatu tingkah laku atau tindakan yang dilakukan oleh individu di dalam suatu kelompok yang menimbulkan pengaruh terhadap individu lain. Yang dimaksud individu disini adalah karyawan *call center* 147 dan kelompok adalah perusahaan, sedangkan individu lainnya adalah orang-orang yang ada di sekitarnya termasuk juga para pelanggan yang ditanganinya. PT Infomedia Nusantara memberikan pelatihan *service excellent* agar karyawan memiliki perilaku yang sesuai dengan budaya yang ada pada perusahaan sehingga menimbulkan *image* yang baik kepada lingkungan di sekitarnya termasuk para pelanggan.

## 3. Dimensi reaksi

Reaksi adalah respon atau tanggapan dari para peserta tentang kegiatan yang telah dijalaninya. Pada pelatihan *service excellent* ini dapat dilihat respon karyawan terhadap pelaksanaan pelatihan, bisa dari tempatnya, peralatannya, ataupun pelatihnya.

## 4. Dimensi hasil

Hasil merupakan sesuatu yang terjadi atau perubahan yang terjadi setelah diadakannya suatu kegiatan. Dalam hal ini adalah perubahan yang terjadi pada karyawan *call center* 147 setelah melaksanakan pelatihan *service excellent* yang diadakan oleh PT Infomedia Nusantara.

Berikut ini akan disajikan distribusi frekuensi yang berisi persepsi karyawan terhadap pelatihan yang diberikan berdasarkan dimensi-dimensi diatas.

### B.2.1 Analisis Dimensi Pembelajaran

Untuk mengetahui persepsi dari karyawan bagian *call center* 147 terhadap pelatihan *service excellent*, maka dimensi pertama yang akan diukur adalah mengenai pembelajaran. Dalam dimensi ini terdapat beberapa indikator yang dijadikan alat bantu untuk menunjukkan persepsi karyawan mengenai pembelajaran dalam pelatihan.

**Tabel IV.5**  
**Jawaban Responden Untuk Dimensi Pembelajaran**  
**Indikator Pelatihan *Service Excellent* Merupakan Bentuk Penyegaran**  
**Pengetahuan**  
**n=55**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
STS	0	0
TS	0	0
R	5	9,1 %
S	37	67,3 %
SS	13	23,6 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Berdasarkan tabel IV.5 di atas, mayoritas persepsi karyawan terhadap indikator pelatihan *service excellent* merupakan bentuk penyegaran pengetahuan adalah setuju, yaitu 37 responden atau 67,3% dari total responden. Persepsi sangat setuju mempunyai frekuensi 13 responden atau 23,6% dari total responden, dan persepsi ragu-ragu mempunyai frekuensi 5 responden atau 9,1% dari total responden. Dengan demikian persepsi karyawan terhadap dimensi pelatihan *service excellent* merupakan bentuk penyegaran pengetahuan, mayoritas responden menyatakan setuju.



Berdasarkan keterangan yang didapatkan peneliti dari hasil wawancara yang dilakukan langsung kepada karyawan bagian *call center* 147<sup>62</sup>, hampir rata-rata karyawan setuju dengan pelatihan *service excellent* untuk penyegaran pengetahuan, karena tingginya jumlah telepon yang masuk setiap harinya dan untuk hal yang sama misalnya menanyakan *billing* telepon sedangkan untuk produk yang lainnya jarang ada yang menanyakan maka pelatihan ini dapat *refresh* atau menyegarkan kembali pengetahuan yang mungkin jarang untuk dibuka atau jarang untuk diinformasikan.

**Tabel IV.6**  
**Jawaban Responden Untuk Dimensi Pembelajaran**  
**Indikator Sistem Pengajaran Pelatihan *Service Excellent* Terarah dan**  
**Lancar**  
**n=55**

Kategori	Frekuensi	Persentase
STS	0	0
TS	1	1,8 %
R	5	9,1 %
S	39	70,9 %
SS	10	18,2 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk indikator kedua yaitu sistem pengajaran pelatihan *service excellent* terarah dan lancar menunjukkan 39 responden atau 70,9% dari total responden menyatakan setuju, 10 responden atau 18,2% dari total responden menyatakan sangat setuju, 5 responden atau 9,1% dari total responden menyatakan ragu-ragu dan 1 responden atau 1,8% dari total responden menyatakan tidak setuju. Dengan demikian persepsi karyawan terhadap sistem pengajaran pelatihan *service excellent* terarah

<sup>62</sup> Hasil wawancara dengan karyawan *call center* 147 pada tanggal 4 juni 2008

dan lancar, sebagian besar responden menyatakan setuju. Dari wawancara yang berhasil dilakukan dengan karyawan *call center* 147<sup>63</sup> pelatihan *service excellent* berjalan dengan lancar dan materi yang diajarkan juga mengarah walaupun terkadang ada senda gurau diantara para peserta pelatihan, namun itu tidak mengganggu jalannya pelatihan. Hal tersebut juga dimaklumi oleh pengajar atau instruktur pelatihan.

**Tabel IV.7**  
**Jawaban Responden Untuk Dimensi Pembelajaran**  
**Indikator Penerapan Pengetahuan *Service Excellent* Pada Pelaksanaan**  
**Pekerjaan Sudah Sesuai**  
**n=55**

Kategori	Frekuensi	Persentase
STS	0	0
TS	0	0
R	7	12,7 %
S	40	72,7 %
SS	8	14,6 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Berdasarkan tabel IV.7 di atas, untuk indikator ketiga yaitu penerapan pengetahuan *service excellent* pada pelaksanaan pekerjaan sudah sesuai menunjukkan 40 responden atau 72,7% dari total responden menyatakan setuju, 8 responden atau 14,6% dari total responden menyatakan sangat setuju dan 7 responden atau 12,7% dari total responden menyatakan ragu-ragu. Dilihat dari tabel diatas mayoritas dari responden menyatakan setuju bahwa pengetahuan *service excellent* pada pelaksanaan pekerjaan sudah sesuai. Berdasarkan keterangan yang didapatkan peneliti dari hasil wawancara dengan karyawan *call*

<sup>63</sup> Hasil wawancara dengan karyawan *call center* 147 pada tanggal 4 juni 2008

*center 147*<sup>64</sup> pengetahuan yang didapat dari pelatihan *service excellent* memang sudah sesuai dengan pekerjaan yang kami lakukan setiap hari. Untuk mempelajari materi pelatihan tidak perlu memakan waktu lama, untuk itu pelatihan ini hanya dilaksanakan beberapa hari saja.

**Tabel IV.8**  
**Jawaban Responden Untuk Dimensi Pembelajaran**  
**Indikator Pelatihan *Service Excellent* Memberikan Pengetahuan Yang Mendalam Kepada Karyawan**  
**n=55**

Kategori	Frekuensi	Persentase
STS	0	0
TS	0	0
R	5	9,1 %
S	32	58,2 %
SS	18	32,7 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk indikator keempat terlihat jawaban responden menunjukkan setuju bahwa pelatihan *service excellent* memberikan pengetahuan yang mendalam kepada karyawan. Hal ini terlihat dari jawaban 32 responden atau 58% dari total responden menyatakan setuju, 18 responden atau 32,7% dari total responden menyatakan sangat setuju, dan 5 responden atau 9,1% dari total responden menyatakan ragu-ragu. Pelatihan *service excellent* memberikan pengetahuan yang mendalam kepada para karyawan, hal ini seperti dikatakan oleh salah satu karyawan *call center 147*<sup>65</sup> pelatihan *service excellent* memberikan pengetahuan yang mendalam kepada para karyawan karena

<sup>64</sup> Hasil wawancara dengan karyawati *call center 147* pada tanggal 4 juni 2008

<sup>65</sup> Hasil wawancara dengan karyawan *call center 147* pada tanggal 4 juni 2008

pengetahuan kami yang sebagian sudah agak memudar karena jarang ditanyakan oleh pelanggan menjadi lebih paham kembali dan yang sudah kami pahami menjadi semakin paham lagi.

**Tabel IV.9**  
**Jawaban Responden Untuk Dimensi Pembelajaran**  
**Indikator Keahlian Karyawan Dirasakan Meningkat Dari Sebelum Pelatihan**  
*Service Excellent*  
**n=55**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
STS	0	0
TS	0	0
R	8	14,5 %
S	31	56,4 %
SS	16	29,1 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Berdasarkan tabel IV.9 di atas, untuk indikator kelima yaitu keahlian karyawan dirasakan meningkat dari sebelum pelatihan *service excellent* menunjukkan 31 responden atau 56,4% dari total responden menyatakan setuju, 16 responden atau 29,1% dari total responden menyatakan sangat setuju dan 8 responden atau 14,5% dari total responden menyatakan ragu-ragu. Dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju, dengan demikian keahlian karyawan dirasakan meningkat dari sebelum pelatihan *service excellent*. Berdasarkan keterangan yang didapatkan peneliti dari hasil wawancara yang dilakukan kepada karyawan bagian *call center* 147<sup>66</sup>, hampir rata-rata karyawan setuju dengan peningkatan keahlian setelah mengikuti pelatihan *service excellent* walaupun mungkin ada yang merasa peningkatannya sedikit dan ada juga yang

---

<sup>66</sup> Hasil wawancara dengan karyawan *call center* 147 pada tanggal 4 juni 2008

merasa banyak mengalami peningkatan setelah pelatihan, hal ini mungkin dipengaruhi oleh keahlian yang dimiliki masing-masing individu.

Pada akhirnya peneliti dapat melihat dan mengambil kesimpulan untuk dimensi pembelajaran direspon sangat baik oleh karyawan. Modus yang berhasil ditunjukkan pada dimensi ini adalah kebanyakan responden berada pada tingkat setuju dan ada beberapa yang sangat setuju terhadap pembelajaran yang diberikan dalam pelatihan *service excellent*. Karyawan bagian *call center* 147 menganggap pembelajaran yang diberikan oleh perusahaan dalam pelatihan *service excellent* telah dapat memenuhi kebutuhan pengetahuan maupun keahlian karyawan.

### B.2.2 Analisis Dimensi Perilaku

Dimensi kedua dari penelitian ini adalah peneliti ingin melihat sejauh mana persepsi karyawan terhadap pelatihan *service excellent* yang ditunjukkan oleh karyawan didasarkan pada perilaku. Untuk itu akan dihadirkan beberapa indikator penelitian yang akan membantu dalam mengukur perilaku yang berasal dari responden.

**Tabel IV.10**  
**Jawaban Responden Untuk Dimensi Perilaku**  
**Indikator Setelah Pelatihan *Service Excellent* Karyawan Bekerja Lebih Teliti**  
**n=55**

Kategori	Frekuensi	Persentase
STS	0	0
TS	3	5,4 %
R	6	10,9 %
S	37	67,3 %
SS	9	16,4 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Berdasarkan tabel IV.10 diatas, sebagian besar persepsi karyawan terhadap indikator pertama pada dimensi perilaku adalah setuju sebanyak 37 responden atau 67,3% dari total responden, 9 responden atau 16,4% dari total responden menjawab sangat setuju, 6 responden atau 10,9% dari total responden menjawab ragu-ragu dan 3 responden atau 5,4% dari total responden menjawab tidak setuju. Dengan jawaban yang beragam seperti 3 responden tidak setuju dan 6 responden menjawab ragu-ragu dengan peningkatan ketelitian pada karyawan setelah mengikuti pelatihan *service excellent*. Untuk responden yang menjawab tidak setuju dan ragu-ragu, karena sebagian dari karyawan merasa ketelitian dipengaruhi oleh sifat dari individu itu sendiri. Sedangkan yang setuju menyatakan pelatihan *service excellent* bisa mendorong karyawan untuk lebih teliti lagi dalam bekerja.<sup>67</sup>

**Tabel IV.11**  
**Jawaban Responden Untuk Dimensi Perilaku**  
**Indikator Karyawan Merasa Bersemangat Setelah Mengikuti Pelatihan**  
***Service Excellent***  
**n=55**

Kategori	Frekuensi	Persentase
STS	0	0
TS	3	5,5 %
R	8	14,5 %
S	30	54,5 %
SS	14	25,5 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner yang telah dilakukan untuk dimensi perilaku dengan indikator kedua, mengenai karyawan merasa bersemangat setelah mengikuti pelatihan *service excellent* mendapat tanggapan

<sup>67</sup> Hasil wawancara dengan karyawan *call center* 147 pada tanggal 4 juni 2008

yang sangat positif, dengan respon setuju yang ditunjukkan oleh 30 responden atau 54,5% dari total responden, 14 responden atau 25,5% dari total responden menyatakan sangat setuju, 8 responden atau 14,5% dari total responden menyatakan ragu-ragu, dan 3 responden atau 5,5% dari total responden menyatakan tidak setuju. Berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan karyawan *call center* 147<sup>68</sup>, diketahui bahwa pelatihan *service excellent* berpengaruh dengan semangat kerja yang ditunjukkan oleh karyawan. Setelah mengikuti pelatihan *service excellent* karyawan memiliki semangat kerja kembali karena pelatihan *service excellent* merupakan penyegaran dalam bekerja juga.

**Tabel IV.12**  
**Jawaban Responden Untuk Dimensi Perilaku**  
**Indikator Hubungan Kerja Yang Baik Antara Karyawan Dan Atasan Dapat**  
**Terjadi Dalam Pelatihan *Service Excellent***  
**n=55**

Kategori	Frekuensi	Persentase
STS	0	0
TS	3	5,5 %
R	7	12,7 %
S	38	69,1%
SS	7	12,7 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk indikator ketiga dari dimensi perilaku terlihat jawaban responden menunjukkan setuju bahwa hubungan kerja yang baik antara karyawan dan atasan dapat terjadi dalam pelatihan *service excellent*. Hal ini terlihat dari jawaban 38 responden atau 69,1%

<sup>68</sup> Hasil wawancara dengan karyawan *call center* 147 pada tanggal 4 juni 2008

dari total responden menyatakan setuju, 7 responden atau 12,7% dari total responden menyatakan sangat setuju, 7 responden atau 12,7% dari total responden menyatakan ragu-ragu, dan 3 responden atau 5,5% dari total responden menyatakan tidak setuju. Walaupun persepsi dari responden beragam tetapi mayoritas responden menyetujui bahwa pelatihan *service excellent* dapat menjalin hubungan antara atasan dengan bawahan. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan karyawan *call center* 147<sup>69</sup>, diketahui bahwa pelatihan *service excellent* dapat menjalin hubungan antara atasan dengan bawahan karena pada saat pelatihan *service excellent* para atasan seperti manajer dan supervisor ikut berpartisipasi dalam pelatihan dengan sering melakukan pemantauan.

**Tabel IV.13**  
**Jawaban Responden Untuk Dimensi Perilaku**  
**Indikator Karyawan Memahami Secara Mendalam Tahapan Pekerjaan**  
**Setelah Mengikuti Pelatihan *Service Excellent***  
**n=55**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
STS	0	0
TS	0	0
R	9	16,4 %
S	34	61,8 %
SS	12	21,8 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Berdasarkan tabel IV.13 diatas, sebagian besar persepsi karyawan terhadap indikator keempat pada dimensi perilaku adalah setuju sebanyak 34 responden atau 61,8% dari total responden, 12 responden atau 21,8% dari total responden menjawab sangat setuju, dan 9 responden atau 16,4% dari total responden menjawab ragu-ragu. Pelatihan *service excellent* memberikan pemahaman yang

<sup>69</sup> Hasil wawancara dengan karyawan *call center* 147 pada tanggal 4 juni 2008



mendalam kepada para karyawan dalam hal tahapan pekerjaan, hal ini seperti dikatakan oleh salah satu karyawati *call center* 147<sup>70</sup> pelatihan *service excellent* memberikan pemahaman yang mendalam kepada para karyawan karena pemahaman kami yang mungkin agak memudar menjadi lebih paham kembali dan yang sudah kami pahami menjadi semakin paham lagi.

**Tabel IV.14**  
**Jawaban Responden Untuk Dimensi Perilaku**  
**Indikator Hubungan Antar Karyawan Terjalin Dalam Pelatihan *Service Excellent***  
**n=55**

Kategori	Frekuensi	Persentase
STS	0	0
TS	1	1,8 %
R	7	12,7 %
S	37	67,3 %
SS	10	18,2 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner yang telah dilakukan untuk dimensi perilaku dengan indikator kelima, mengenai hubungan antar karyawan terjalin dalam pelatihan *service excellent* mendapat tanggapan yang sangat positif, dengan respon setuju yang ditunjukkan oleh 37 responden atau 67,3% dari total responden, 10 responden atau 18,2% dari total responden menyatakan sangat setuju, 7 responden atau 12,7% dari total responden menyatakan ragu-ragu, dan 1 responden atau 1,8% dari total responden menyatakan tidak setuju. Berdasarkan tabel IV.14, dapat dilihat rata-rata responden menunjukkan persetujuannya mengenai hubungan antar karyawan dapat terjalin dalam pelatihan *service*

<sup>70</sup> Hasil wawancara dengan karyawati *call center* 147 pada tanggal 4 juni 2008

*excellent*. Hal ini diakui oleh sebagian besar karyawan bagian *call center* 147 bahwasanya hubungan dengan karyawan yang lain dapat lebih akrab dalam pelatihan *service excellent* karena adanya rasa kebersamaan pada saat pelatihan.<sup>71</sup>

**Tabel IV.15**  
**Jawaban Responden Untuk Dimensi Perilaku**  
**Indikator Pelatihan *Service Excellent* Membantu Dalam Mengatasi Keluhan**  
**Pelanggan**  
**n=55**

Kategori	Frekuensi	Persentase
STS	0	0
TS	0	0
R	3	5,5 %
S	37	67,3 %
SS	15	27,2 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk indikator keenam dari dimensi perilaku terlihat jawaban responden menunjukkan setuju bahwa pelatihan *service excellent* membantu dalam mengatasi keluhan pelanggan. Hal ini terlihat dari jawaban 37 responden atau 67,3% dari total responden menyatakan setuju, 15 responden atau 27,2% dari total responden menyatakan sangat setuju, 3 responden atau 5,5% dari total responden menyatakan ragu-ragu. Berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan karyawan *call center* 147<sup>72</sup>, diketahui bahwa pelatihan *service excellent* sangat berpengaruh dalam mengatasi keluhan pelanggan. Kami merasa lebih percaya diri dalam menjelaskan atau menerima keluhan dari pelanggan karena pengetahuan dan skill kami terasa *direfresh* atau di mantapkan kembali.

<sup>71</sup> Hasil wawancara dengan karyawan *call center* 147 pada tanggal 4 juni 2008

<sup>72</sup> Hasil wawancara dengan karyawan *call center* 147 pada tanggal 4 juni 2008

Kesimpulannya adalah untuk dimensi perilaku yang berhubungan dengan pelatihan *service excellent* yang dilaksanakan oleh karyawan *call center* 147 telah memberikan perubahan kepada karyawan. Dimana mayoritas karyawan menyetujui atau mengakui bahwa terjadi suatu perubahan sikap atau tingkah laku yang positif dan membangun di dalam diri karyawan maupun hubungan dengan lingkungan kerja setelah karyawan mengikuti pelatihan *service excellent* yang diadakan oleh PT Infomedia Nusantara.

### B.2.3 Analisis Dimensi Reaksi

Dimensi ini menggambarkan bagaimana persepsi karyawan atas pelayanan yang diberikan pada pelatihan *service excellent*. Ada beberapa indikator yang termasuk kedalam dimensi reaksi ini. Hasil indeks jawaban responden atas indikator-indikator pada dimensi ini dapat dilihat pada tabel-tabel berikut.

**Tabel IV.16**  
**Jawaban Responden Untuk Dimensi Reaksi**  
**Indikator Pelatih Memberikan Materi Pelatihan *Service Excellent* Dengan**  
**Baik Dan Persuasif**  
**n=55**

Kategori	Frekuensi	Persentase
STS	0	0
TS	0	0
R	3	5,5 %
S	40	72,7 %
SS	12	21,8 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner yang telah dilakukan untuk dimensi reaksi dengan indikator pertama, pelatih memberikan materi pelatihan

*service excellent* dengan baik dan persuasif mendapat tanggapan yang sangat positif, dengan respon setuju yang ditunjukkan oleh 40 responden atau 72,7% dari total responden, 12 responden atau 21,8% dari total responden menyatakan sangat setuju, 3 responden atau 5,5% dari total responden menyatakan ragu-ragu. Hal ini diakui oleh sebagian besar karyawan bagian *call center* 147 bahwasanya pelatih memberikan materi dengan sangat persuasif sehingga semua peserta dapat mengikuti pelatihan dengan baik. Selain itu pelatih juga tidak selalu serius dalam menyampaikan materinya, terkadang diselingi dengan *games* atau semacam kuis untuk menghilangkan kebosanan pada saat pelatihan.<sup>73</sup>

**Tabel IV.17**  
**Jawaban Responden Untuk Dimensi Reaksi**  
**Indikator Materi Pelatihan *Service Excellent* Menunjang Pekerjaan Yang**  
**Dilakukan**  
**n=55**

Kategori	Frekuensi	Persentase
STS	0	0
TS	0	0
R	4	7,3 %
S	38	69,1 %
SS	13	23,6 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Untuk jawaban responden atas indikator yang menyatakan materi pelatihan *service excellent* menunjang pekerjaan yang dilakukan menunjukkan mayoritas responden mendukung pernyataan tersebut, seperti terlihat dari 38 responden atau 69,1% dari total responden menyatakan setuju, 13 responden atau 23,6% dari total responden menyatakan sangat setuju, 4 responden atau 7,3% dari total responden menyatakan ragu-ragu. Berdasarkan keterangan yang didapatkan

<sup>73</sup> Hasil wawancara dengan karyawan *call center* 147 pada tanggal 4 juni 2008

peneliti dari hasil wawancara yang dilakukan kepada karyawan bagian *call center* 147<sup>74</sup>, hampir rata-rata karyawan setuju bahwa materi pelatihan *service excellent* menunjang pekerjaan yang dilakukan karena sebagian besar materi pelatihan yang diberikan adalah materi-materi yang berhubungan langsung dengan pekerjaan yang selama ini kami lakukan.

**Tabel IV.18**  
**Jawaban Responden Untuk Dimensi Reaksi**  
**Indikator Media Pelatihan Lengkap Dan Memadai**  
**n=55**

Kategori	Frekuensi	Persentase
STS	0	0
TS	0	0
R	4	7,3 %
S	46	83,6 %
SS	5	9,1 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Media pelatihan yang disediakan oleh perusahaan sudah lengkap dan memadai ternyata direspon sangat baik oleh karyawan. Sejumlah responden menyatakan sikap setuju sebanyak 46 responden atau 83,6% dari total responden, 5 responden atau 9,1% dari total responden menyatakan sangat setuju, dan 4 responden atau 7,3% dari total responden menyatakan ragu-ragu. Dari hasil penelitian tersebut dapat dikatakan bahwa perusahaan telah memberikan fasilitas yang cukup lengkap dan memadai. Hal ini juga disampaikan oleh salah satu karyawati *call center* 147<sup>75</sup> fasilitas yang disediakan sudah cukup lengkap dan

<sup>74</sup> Hasil wawancara dengan karyawan *call center* 147 pada tanggal 4 juni 2008

<sup>75</sup> Hasil wawancara dengan karyawati *call center* 147 pada tanggal 4 juni 2008

memadai untuk semua peserta pelatihan jadi sepertinya tidak ada yang kurang dari segi fasilitasnya.

**Tabel IV.19**  
**Jawaban Responden Untuk Dimensi Reaksi**  
**Indikator Lingkungan Pelatihan Nyaman Dan Bersih**  
**n=55**

Kategori	Frekuensi	Persentase
STS	0	0
TS	0	0
R	1	1,8 %
S	45	81,8 %
SS	9	16,4 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner yang telah dilakukan untuk dimensi reaksi dengan indikator keempat, mengenai lingkungan pelatihan yang nyaman dan bersih mendapat tanggapan yang sangat positif, dengan respon setuju yang dinyatakan oleh 45 responden atau 81,8% dari total responden, 9 responden atau 16,4% dari total responden menyatakan sangat setuju, 1 responden atau 1,8% dari total responden menyatakan ragu-ragu. Berdasarkan keterangan yang didapatkan peneliti dari hasil wawancara yang dilakukan kepada karyawan bagian *call center* 147<sup>76</sup>, hampir rata-rata karyawan setuju bahwa lingkungan pelatihan *service excellent* nyaman dan bersih karena ruangan pelatihan dilengkapi dengan AC sehingga ruangan tidak panas atau pengap dan juga tempat duduknya yang *aergonomis* sesuai dengan tubuh kita sehingga membuat kita nyaman dan fokus selama pelatihan berlangsung.

<sup>76</sup> Hasil wawancara dengan karyawan *call center* 147 pada tanggal 4 juni 2008

**Tabel IV.20**  
**Jawaban Responden Untuk Dimensi Reaksi**  
**Indikator Waktu Pelaksanaan Pelatihan Tidak Mengganggu Jadwal Kerja**  
**n=55**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
STS	0	0
TS	2	3,6 %
R	8	14,6 %
S	35	63,6 %
SS	10	18,2 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk indikator kelima dari dimensi perilaku terlihat jawaban responden menunjukkan setuju bahwa waktu pelatihan tidak mengganggu jadwal kerja . Hal ini terlihat dari jawaban 35 responden atau 63,6% dari total responden menyatakan setuju, 10 responden atau 18,2% dari total responden menyatakan sangat setuju, 8 responden atau 14,6% dari total responden menyatakan ragu-ragu, 2 responden atau 3,6% dari total responden menyatakan tidak setuju. Dengan jawaban yang beragam seperti 2 responden tidak setuju dan 8 responden menjawab ragu-ragu dengan waktu pelatihan tidak mengganggu jadwal kerja. Untuk responden yang menjawab tidak setuju dan ragu-ragu, karena sebagian dari karyawan melihat bahwa jadwal pelatihan dibuat secara bertahap jadi tidak semua karyawan mengikuti pelatihan pada satu waktu yang telah di tentukan tetapi harus selalu ada yang bertugas atau dengan kata lain pelatihan dilakukan secara bergantian. Sedangkan yang setuju menyatakan pelatihan *service excellen* tidak mengganggu jadwal bekerja karena

hal tersebut tidak begitu menjadi masalah yang besar selama aktivitas bekerja dapat berjalan dengan lancar.<sup>77</sup>

**Tabel IV.21**  
**Jawaban Responden Untuk Dimensi Reaksi**  
**Indikator Lokasi Pelatihan Mudah Dijangkau**  
**n=55**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
STS	0	0
TS	5	9,1 %
R	5	9,1 %
S	33	60 %
SS	12	21,8 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Berdasarkan tabel IV.21 di atas, sebagian besar persepsi karyawan terhadap indikator lokasi pelatihan mudah dijangkau adalah setuju, yaitu 33 responden atau 60% dari total responden. Persepsi sangat setuju mempunyai frekuensi 12 responden atau 21,8% dari total responden, persepsi ragu-ragu mempunyai frekuensi 5 responden atau 9,1% dari total responden, dan persepsi tidak setuju mempunyai frekuensi 5 responden atau 9,1% dari total responden. Dengan jawaban yang beragam seperti 5 responden tidak setuju dan 5 responden menjawab ragu-ragu dengan lokasi pelatihan mudah dijangkau. Untuk responden yang menjawab tidak setuju dan ragu-ragu, karena sebagian dari karyawan melihat bahwa lokasi pelatihan mudah dijangkau bagi karyawan yang rumahnya tidak begitu jauh dengan lokasi pelatihan sedangkan bagi karyawan yang rumahnya berada sangat jauh, maka lokasi pelatihan dianggap tidak mudah untuk dijangkau. Sedangkan yang setuju menyatakan lokasi pelatihan mudah dijangkau

---

<sup>77</sup> Hasil wawancara dengan karyawan *call center* 147 pada tanggal 4 juni 2008



karena lokasi pelatihan sebenarnya mudah untuk dijangkau tinggal menyesuaikan jadwal keberangkatannya saja dari rumah, kalau tidak mau menempuh waktu yang sangat lama dalam perjalanan maka berusaha untuk berangkat pagi-pagi sehingga jalanan masih lengang dan lancar, karena apabila berangkatnya sudah agak siang maka bisa terjebak macet dan waktu perjalanan akan terasa sangat lama.<sup>78</sup>

Kesimpulannya adalah untuk dimensi reaksi mendapatkan respon yang baik dari karyawan, karena dimensi ini sangat berhubungan dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan perusahaan dalam pelaksanaan pelatihan *service excellent*. Sebagian besar karyawan mengakui bahwa fasilitas dan pelayanan yang diberikan perusahaan sudah baik dan mendukung jalannya pelatihan.

#### **B.2.4 Analisis Dimensi Hasil**

Dimensi yang terakhir adalah dimensi hasil, dari penelitian ini peneliti ingin melihat sejauh mana hasil dari pelatihan yang ditunjukkan oleh karyawan. Untuk itu akan dihadirkan beberapa indikator penelitian yang akan membantu dalam mengukur dimensi hasil yang berasal dari responden.

---

<sup>78</sup> Hasil wawancara dengan karyawan *call center* 147 pada tanggal 4 juni 2008

**Tabel IV.22**  
**Jawaban Responden Untuk Dimensi Hasil**  
**Indikator Komitmen Kerja Terhadap Perusahaan Dapat Timbul Dari**  
**Pelatihan *Service Excellent***  
**n=55**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
STS	0	0
TS	1	1,8 %
R	10	18,2 %
S	30	54,5 %
SS	14	25,5 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Untuk jawaban responden atas indikator yang menyatakan komitmen kerja terhadap perusahaan dapat timbul dari pelatihan *service excellent* menunjukkan mayoritas responden mendukung pernyataan tersebut, seperti terlihat dari 30 responden atau 54,5% dari total responden menyatakan setuju, 14 responden atau 25,5% dari total responden menyatakan sangat setuju, 10 responden atau 18,2% dari total responden menyatakan ragu-ragu, dan 1 atau 1,8% dari total responden menyatakan tidak setuju. Berdasarkan keterangan yang didapatkan peneliti dari hasil wawancara yang dilakukan kepada karyawan bagian *call center* 147<sup>79</sup>, pelatihan *service excellent* bisa membangkitkan komitmen dalam bekerja karena setelah mengikuti pelatihan di dalam diri merasa ingin lebih baik lagi dalam bekerja terutama dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

---

<sup>79</sup> Hasil wawancara dengan karyawan *call center* 147 pada tanggal 4 juni 2008

**Tabel IV.23**  
**Jawaban Responden Untuk Dimensi Hasil**  
**Indikator Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan Menjadi Lebih Mudah**  
**n=55**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
STS	0	0
TS	1	1,8 %
R	3	5,5 %
S	39	70,9 %
SS	12	21,8 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Berdasarkan tabel IV.23 di atas, sebagian besar persepsi karyawan terhadap indikator memberikan pelayanan kepada pelanggan menjadi lebih mudah adalah setuju, yaitu 39 responden atau 70,9% dari total responden. Persepsi sangat setuju mempunyai frekuensi 12 responden atau 21,8% dari total responden, persepsi ragu-ragu mempunyai frekuensi 3 responden atau 5,5% dari total responden, dan persepsi tidak setuju mempunyai frekuensi 1 responden atau 1,8% dari total responden. Berdasarkan keterangan yang didapatkan peneliti dari hasil wawancara yang dilakukan kepada karyawan bagian *call center* 147<sup>80</sup>, hampir rata-rata karyawan setuju bahwa memberikan pelayanan kepada pelanggan terasa menjadi lebih mudah karena pengetahuan dan keahlian kami diperdalam lagi melalui pelatihan *service excellent* ini.

---

<sup>80</sup> Hasil wawancara dengan karyawan *call center* 147 pada tanggal 4 juni 2008

**Tabel IV.24**  
**Jawaban Responden Untuk Dimensi Hasil**  
**Indikator Pelatihan *Service Excellent* Memotivasi Disiplin Dalam Bekerja**  
**n=55**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
STS	0	0
TS	1	1,8 %
R	8	14,6 %
S	34	61,8 %
SS	12	21,8 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner yang telah dilakukan untuk dimensi hasil dengan indikator ketiga, mengenai pelatihan *service excellent* memotivasi disiplin dalam bekerja mendapat tanggapan yang positif, dengan respon setuju yang dinyatakan oleh 34 responden atau 61,8% dari total responden, 12 responden atau 21,8% dari total responden menyatakan sangat setuju, 8 responden atau 14,6% dari total responden menyatakan ragu-ragu, dan 1 responden atau 1,8% dari total responden menyatakan tidak setuju. Dengan jawaban yang beragam seperti 1 responden tidak setuju dan 8 responden menjawab ragu-ragu dengan pelatihan *service excellent* memotivasi disiplin dalam bekerja. Untuk responden yang menjawab tidak setuju dan ragu-ragu, karena sebagian dari karyawan merasa setiap karyawan memiliki dasar motivasi berdisiplin yang berbeda atau mungkin sudah sifat dari karyawan tersebut sudah disiplin. Sedangkan yang setuju menyatakan pelatihan *service excellent* memotivasi disiplin dalam bekerja dikarenakan pada saat mengikuti pelatihan *service excellent* ada dorongan atau motivasi dari instruktur untuk selalu

memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan kita hal tersebut sangat berpengaruh kepada kami.<sup>81</sup>

**Tabel IV.25**  
**Jawaban Responden Untuk Dimensi Hasil**  
**Indikator Pelatihan Service Excellent Memicu Prestasi Kerja Karyawan**  
**n=55**

Kategori	Frekuensi	Persentase
STS	0	0
TS	3	5,5 %
R	8	14,5 %
S	34	61,8 %
SS	10	18,2 %
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner, Juni 2008

Berdasarkan tabel IV.25 di atas, sebagian besar persepsi karyawan terhadap indikator pelatihan *service excellent* memicu prestasi kerja karyawan adalah setuju, yaitu 34 responden atau 61,8% dari total responden. Persepsi sangat setuju mempunyai frekuensi 10 responden atau 18,2% dari total responden, persepsi ragu-ragu mempunyai frekuensi 8 responden atau 14,5% dari total responden, dan persepsi tidak setuju mempunyai frekuensi 3 responden atau 5,5% dari total responden. Berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan karyawan *call center* 147<sup>82</sup>, pelatihan *service excellent* dapat memicu prestasi kerja karyawan karena setelah mengikuti pelatihan *service excellent* karyawan terdorong untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan sehingga setiap karyawan berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik.

---

<sup>81</sup> Hasil wawancara dengan karyawan *call center* 147 pada tanggal 4 juni 2008

<sup>82</sup> Hasil wawancara dengan karyawan *call center* 147 pada tanggal 4 juni 2008

Kesimpulan untuk dimensi hasil yang berhubungan dengan pelatihan *service excellent* yang dilaksanakan oleh karyawan *call center* 147 telah memberikan hasil yang baik kepada karyawan. Dimana mayoritas karyawan *call center* 147 menyetujui atau mengakui bahwa karyawan merasakan ada hasil yang diperoleh setelah mengikuti pelatihan *service excellent* yang diadakan oleh PT Infomedia Nusantara.

Pada akhirnya peneliti dapat melihat dan mengambil kesimpulan dari keseluruhan dimensi yang telah dihadirkan adalah persepsi setuju bahwa pelaksanaan pelatihan *service excellent* yang diadakan oleh PT Infomedia Nusantara telah berjalan dengan baik, dimana sebagian besar karyawan merespon positif terhadap semua aktivitas maupun fasilitas yang disediakan selama menjalani pelatihan *service excellent*. Dari indikator-indikator yang telah di analisis dapat dilihat pula bahwa sebagian besar karyawan *call center* 147 berpandangan bahwa pelaksanaan pelatihan *service excellent* telah memberikan manfaat yang mendalam dan sangat membantu dalam peningkatan kualitas diri karyawan.

## PERHITUNGAN SKOR ATAS INDIKATOR

Hasil penelitian akan dianalisis dengan menggunakan teknik rentang kriteria yang digunakan untuk melihat persepsi karyawan terhadap pelatihan *service excellent* yang dilakukan oleh perusahaan. Bentuk pernyataan seperti yang telah diuraikan sebelumnya adalah berupa pernyataan positif terhadap keseluruhan komponen berupa pernyataan yang dinilai. Menghitung skor tiap komponen adalah dengan mengalikan seluruh frekuensi dengan data nilai bobotnya. Menentukan rentang skala atau kriteria menggunakan rumus:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Dimana: n= jumlah sampel

m= jumlah alternatif jawaban tiap item

**Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan didapatkan:**

$$RS = \frac{55(5-1)}{5} = 44$$

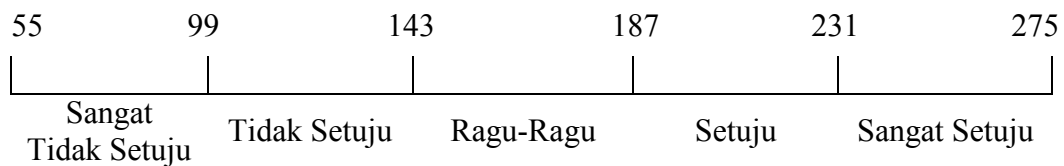
### **Skor**

Skor terendah adalah 55 (jumlah sampel x bobot terendah = 55 x 1)

Skor tertinggi (Skor ideal) adalah 275 (jumlah sampel x bobot tertinggi = 55 x 5)

### **Rentang Kriteria**

55	-	99	Sangat Tidak Setuju
99,1	-	143	Tidak Setuju
143,1	-	187	Ragu-Ragu
187,1	-	231	Setuju
231,1	-	275	Sangat Setuju



Dimensi Pembelajaran								
No	Pernyataan	Jumlah Jawaban Tiap Bobot					Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
1.	Pelatihan <i>service excellent</i> merupakan bentuk penyegaran pengetahuan	0	0	5	37	13	228	Setuju
2.	Sistem pengajaran pelatihan <i>service excellent</i> terarah dan lancar	0	1	5	39	10	223	Setuju
3.	Penerapan pengetahuan <i>service excellent</i> pada pelaksanaan pekerjaan sudah sesuai	0	0	7	40	8	221	Setuju
4.	Pelatihan <i>service excellent</i> memberikan pengetahuan yang mendalam kepada karyawan	0	0	5	32	18	223	Setuju
5.	Keahlian karyawan dirasakan meningkat dari sebelum pelatihan <i>service excellent</i>	0	0	8	31	16	228	Setuju
<b>Rata-rata jumlah skor/ Pernyataan</b>		<b>1133/5 = 226,6</b>						
Dimensi Perilaku								
No	Pernyataan	Jumlah Jawaban Tiap Bobot					Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
1.	Setelah pelatihan <i>service excellent</i> karyawan bekerja lebih teliti	0	3	6	37	9	217	Setuju
2.	Karyawan merasa bersemangat setelah mengikuti pelatihan <i>service excellent</i>	0	3	8	30	14	220	Setuju
3.	Hubungan kerja yang baik antara karyawan dan atasan dapat terjadi dalam pelatihan <i>service excellent</i>	0	3	7	38	7	214	Setuju



4.	Karyawan memahami secara mendalam tahapan pekerjaan setelah mengikuti pelatihan <i>service excellent</i>	0	0	9	34	12	223	Setuju
5.	Hubungan antar karyawan terjalin dalam pelatihan <i>service excellent</i>	0	1	7	37	10	221	Setuju
6.	Pelatihan <i>service excellent</i> membantu dalam mengatasi keluhan pelanggan	0	0	3	37	15	232	Setuju
<b>Rata-rata jumlah skor/ Pernyataan</b>		<b>1327/6= 221,2</b>						
<b>Dimensi Reaksi</b>								
No	Pernyataan	Jumlah Jawaban Tiap Bobot					Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
1.	Pelatih memberikan materi pelatihan <i>service excellent</i> dengan baik dan persuasif	0	0	3	40	12	229	Setuju
2.	Materi pelatihan <i>service excellent</i> menunjang pekerjaan yang dilakukan	0	0	4	38	13	229	Setuju
3.	Media pelatihan lengkap dan memadai	0	0	4	46	5	221	Setuju
4.	Lingkungan pelatihan nyaman dan bersih	0	0	1	45	9	228	Setuju
5.	Waktu pelaksanaan pelatihan tidak mengganggu jadwal kerja	0	2	8	35	10	218	Setuju
6.	Lokasi pelatihan mudah di jangkau	0	5	5	33	12	217	Setuju
<b>Rata-rata jumlah skor/ Pernyataan</b>		<b>1342/6= 223,7</b>						
<b>Dimensi Hasil</b>								
No	Pernyataan	Jumlah Jawaban Tiap Bobot					Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
1.	Komitmen kerja terhadap perusahaan dapat timbul dari pelatihan <i>service excellent</i>	0	1	10	30	14	222	Setuju
2.	Memberikan pelayanan kepada pelanggan menjadi lebih mudah	0	1	3	39	12	227	Setuju

3.	Pelatihan <i>service excellent</i> memotivasi disiplin dalam bekerja	0	1	8	34	12	222	Setuju
4.	Pelatihan <i>service excellent</i> memicu prestasi kerja karyawan	0	3	8	34	10	216	Setuju
<b>Rata-rata jumlah skor/pernyataan</b>		<b>887/4= 221,8</b>						

Sumber: Hasil pengolahan penelitian, Juni 2008

Berdasarkan tabel hasil perhitungan diatas dengan merujuk pada skor penilaian secara keseluruhan, maka dapat dilihat bahwa pada dimensi pembelajaran menunjukkan karyawan merasa setuju sistem pembelajaran yang diselenggarakan pada pelatihan *service excellent* sudah baik, hal ini dapat dilihat dengan skor penilaian mencapai 226,6 yang masuk pada rentang kriteria setuju. Pada dimensi yang kedua yaitu dimensi perilaku menunjukkan hal yang sama yaitu sebagian besar karyawan setuju bahwa pelatihan *service excellent* menghasilkan perilaku positif yang sangat mendukung dalam kegiatan bekerja dan skor penilaian pada dimensi ini mencapai 221,2. Pada tabel hasil perhitungan diatas dapat kita lihat pula bahwa untuk dimensi reaksi dan dimensi hasil menunjukkan keterangan yang sama yaitu sebagian besar karyawan menunjukkan persetujuannya terhadap dimensi reaksi dan dimensi hasil. Skor penilaian untuk dimensi reaksi mencapai 223,7 dan dimensi hasil mencapai skor nilai 221,8.

**Tabel IV.26**  
**Rekapitulasi Dimensi Persepsi Karyawan Terhadap Pelatihan *Service Excellent***

NO	ASPEK DIMENSI	BOBOT SKOR	SKOR (%)
1	Dimensi Pembelajaran	226,6	82,4%
2	Dimensi Perilaku	221,2	80,4%
3	Dimensi Reaksi	223,7	81,3%
4	Dimensi Hasil	221,8	80,6%
<b>Skor Keseluruhan (%)</b>		<b>223,33</b>	<b>81,17%</b>

Sumber: Hasil penelitian Juni 2008

Dari hasil skor penilaian jawaban responden diatas, didapatkan skor tertinggi untuk dimensi pembelajaran, dimana diperoleh kisaran skor jawaban sebesar 226,6 atau 82,4% karyawan bagian *call center* 147 setuju bahwa pembelajaran pada pelatihan *service excellent* berjalan dengan baik. Berdasarkan skor keseluruhan untuk semua dimensi didapat skor nilai sebesar 223,33 dan skor nilai tersebut berada pada rentang kriteria setuju. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan cenderung setuju bahwa pelatihan *service excellent* telah berjalan dengan baik.

Berdasarkan penelitian menggunakan frekuensi tabulasi dan perhitungan skor atas indikator pada akhirnya peneliti dapat melihat dan mengambil kesimpulan dari keseluruhan dimensi yang telah dihadirkan adalah persepsi setuju bahwa pelaksanaan pelatihan *service excellent* yang diadakan oleh PT Infomedia Nusantara telah berjalan dengan baik, dimana sebagian besar karyawan merespon positif terhadap semua aktivitas maupun fasilitas yang disediakan selama menjalani pelatihan *service excellent*. berdasarkan indikator-indikator yang telah

dianalisis dapat dilihat pula bahwa sebagian besar karyawan *call center* 147 berpandangan bahwa pelaksanaan pelatihan *service excellent* telah memberikan manfaat yang mendalam dan sangat membantu dalam peningkatan kualitas diri karyawan.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan analisis yang telah dilakukan terhadap karyawan *call center* 147 PT Infomedia Nusantara. Dapat diuraikan secara singkat dan jelas seperti dibawah ini:

#### A. Simpulan

1. Pelatihan *service excellent* merupakan kebijakan perusahaan untuk meningkatkan kualitas karyawan *call center* 147. Pelatihan *service excellent* dilaksanakan dalam waktu 2 (dua) hari. Hari pertama merupakan pelatihan berupa materi yang dilakukan di ruang kelas dan hari kedua adalah pelatihan praktek di laboratorium. Materi dari pelatihan *service excellent* adalah tentang pemahaman yang berhubungan dengan pekerjaan dan peningkatan kualitas diri para karyawan *call center* 147.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang terdiri dari karyawan *call center* 147 cenderung memberikan penilaian yang positif dan baik terhadap pelaksanaan pelatihan *service excellent*. Terbukti dengan jawaban setuju atas indikator-indikator yang ada dalam pertanyaan penelitian, dimana jawaban setuju disini menunjukkan persepsi yang baik terhadap hampir semua indikator salah satunya seperti pelatihan *service excellent* berjalan lancar dan terarah, lingkungan pelatihan nyaman dan bersih, pelatih memberikan materi pelatihan dengan baik dan persuasif, pelatihan *service excellent* merupakan penyegaran bagi para karyawan, dan sebagainya.

Gambaran persepsi karyawan yang positif dan baik terhadap pelatihan *service excellent* yang dilaksanakan oleh karyawan bagian *call center* 147 PT Infomedia Nusantara mengisyaratkan bahwa program pelatihan *service excellent* yang diadakan oleh perusahaan telah berjalan dengan baik terbukti dengan respon yang baik yang datang dari karyawan.

## **B. Saran**

Merujuk pada kesimpulan diatas, dimana diperlihatkan respon yang positif terhadap pelatihan *service excellent* yang diadakan oleh PT Infomedia Nusantara. Saran yang dapat dikemukakan oleh peneliti adalah untuk kedepannya agar pelatihan mungkin dapat ditingkatkan lagi salah satunya yaitu memilih lokasi yang lebih mudah dijangkau bagi semua karyawan, bukan berarti lokasi yang sekarang kurang terjangkau, namun untuk karyawan yang masih memberikan kesan kurang setuju dengan lokasi saat ini dapat berubah pandangan. Waktu pelatihan mungkin bisa di tambah 1 hari sehingga di hari terakhir bisa diadakan role play langsung dengan pelanggan tetapi dengan bimbingan dari instruktur, dengan demikian perusahaan juga dapat melihat secara langsung perkembangan setelah pelatihan *service excellent*.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Adi, Rianto. *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta: PT. Granit, 2005
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1995
- Dessler, Gary. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi kesembilan, jilid I*. Jakarta: PT. Indeks, 2004
- Gomes, Faustino Cardoso. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CV. ANDI, 2007
- Hamalik, Oemar. *Pengembangan Sumber Daya Manusia Pelatihan Ketenagakerjaan: Pendekatan Terpadu*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005
- \_\_\_\_\_. *Manajemen Pelatihan Ketenagakerjaan: Pendekatan Terpadu*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007
- Handoko, T. Hani. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA, 2001
- Istijanto. *Riset Sumber Daya Manusia Cara Praktis Mendeteksi Dimensi-Dimensi Kerja Karyawan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium, Jilid I*. Jakarta: PT. Indeks, 2004
- Mangkunegara, A. A. Anwar Prabu. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005
- Moenir, H.A.S. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara, 1998

- Munandar, Ashar Sunyoto. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: UI Press, 2001
- Nawawi, Hadari. *Manajemen Sumber Daya Manusia, cet. 6*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005
- PB, Triton. *Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: TUGU, 2005
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: RajaGrafindo Pustaka, 2005
- Robbins, Stephen. *Perilaku Organisasi: Konsep Kontroversi, Aplikasi Jilid I*. Jakarta: Prenhalindo, 1996
- Ruky, Achmad S. *Sumber Daya Manusia Berkualitas mengubah Visi Menjadi Realitas*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003
- Samsudin, Sadili. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Pustaka Setia, 2006
- Santoso, Singghi dan Fandi Tjiptono. *Riset Pemasaran, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. ElexMedia Komputindo, 2001
- \_\_\_\_\_. *Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: PT. ElexMedia Komputindo, 2001
- Siagian, Sondang P. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara, 2002
- \_\_\_\_\_. *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta: PT. Rieneka Cipta, 2002
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. *Metode Penelitian Survei, Edisi II*. Jakarta: LP3ES, 1999



Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV. ALFABETA, 2006

Thoha, Miftah. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2007

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. *Service Quality Satisfaction*. Jakarta: CV. ANDI, 2007

Torrington, Derek. *Seri Pedoman Manajemen: Manajemen Umum*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 1989

Umar, Husein. *Metode Penelitian untuk skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2003

\_\_\_\_\_. *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005

Winardi, J. *Manajemen Perilaku Organisasi*. Jakarta: Prenada Media, 2004

**Sumber lain:**

Angreni. 2005. Persepsi Karyawan tentang Pelaksanaan Pelatihan Di Bagian Call Center Pada Bank ABC. *Skripsi FISIP Universitas Indonesia*. Tidak diterbitkan

Hary. 2007. Hubungan Program Advance Training dengan Tingkat Produktivitas Agen Leader Wilayah Jakarta Periode Tahun 2007 pada PT Asuransi Takaful Keluarga. *Skripsi FISIP Universitas Indonesia*. Tidak diterbitkan

Naomi. 2006. Hubungan antara Program Pelatihan Kerja dengan Produktivitas Karyawan Level Operator, Studi pada Divisi Produksi PT Unitex Tbk Bogor. *Skripsi FISIP Universitas Indonesia*. Tidak diterbitkan

“Persaingan pada Industri Telepon di Indonesia,” [http://www.persaingan\\_industri\\_komunikasi.co.id](http://www.persaingan_industri_komunikasi.co.id), 18 September 2007

“PT Infomedia Nusantara,” <http://intra.telkom.co.id>, 13 April 2007

“Sekilas tentang Telkom,” <http://www.telkom.co.id>, 11 Agustus 2007

“Tumbuhnya industri telekomunikasi,” [http://www.industri\\_komunikasi.co.id](http://www.industri_komunikasi.co.id), 17 September 2007

## LAMPIRAN I



UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM SARJANA EKSTENSI

Yth.  
Bapak / Ibu / Saudara  
Karyawan / Karyawati Bagian Contact Center  
PT Infomedia Nusantara

Dengan hormat,

Saya adalah mahasiswa program S1 (ekstensi) jurusan Ilmu Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penyusunan skripsi melalui penelitian dengan judul “Persepsi Karyawan Atas Pelaksanaan Pelatihan Service Excellent di Bagian Call Center 147 Pada PT Infomedia Nusantara.”

Dalam rangka penelitian tersebut saya mohon bantuan dan kesediaan Bapak / Ibu / Saudara untuk menjadi responden dengan mengisi kuesioner penelitian terlampir. Semua identitas dari jawaban yang diberikan bersifat rahasia dan tidak akan berpengaruh terhadap penilaian prestasi dalam bekerja. Kejujuran Bapak / Ibu / Saudara sangat saya harapkan dalam mengisi pernyataan yang ada sesuai dengan kondisi sebenarnya yang terjadi di lingkungan kerja.

Kuesioner ini murni untuk skripsi, sehingga tidak ada jawaban benar atau salah dan bukan sebagai tes dari atasan. Oleh karena itu, Bapak / Ibu / Saudara tidak perlu takut atau ragu-ragu untuk memberikan jawaban sejujurnya sesuai dengan kondisi yang dirasakan selama ini.

Agar data dari kuesioner ini dapat diolah, saya mohon setiap pernyataan dijawab dengan baik dan tidak ada yang terlewat sebab setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang tidak bernilai harganya bagi penelitian ini.

Atas bantuan dan kerja sama yang baik dari Bapak / Ibu / Saudara, saya menyampaikan terima kasih.

F. Yudowinanto  
NPM: 0905231332

**KUESIONER PENELITIAN**  
**PERSEPSI KARYAWAN ATAS PELAKSANAAN PELATIHAN SERVICE**  
**EXCELLENT DI BAGIAN CALL CENTER 147 PADA**  
**PT INFOMEDIA NUSANTARA**

**I. Data Responden sebagai Referensi:**

1. Jenis Kelamin:
  - a. Pria
  - b. Wanita
2. Usia
  - a. 20 – 25 Tahun
  - b. > 25 – 30 Tahun
  - c. > 30 – 35 Tahun
  - d. > 35 – 40 Tahun
  - e. > 40 Tahun
3. Pendidikan Terakhir
  - a. SMU / Sederajat
  - b. D3
  - c. S1
  - d. S2
  - e. S3
4. Lama Bekerja
  - a. 0 – 5 Tahun
  - b. >5 – 10 Tahun
  - c. >10 – 15 Tahun
  - d. >15 – 20 Tahun
  - e. > 20 Tahun

**II. Cara Menjawab Kuesioner**

Untuk jawaban pada persepsi terhadap pelaksanaan pelatihan, berilah pendapat anda terhadap pernyataan-pernyataan yang disajikan dengan memberikan tanda *checklist* (  $\surd$  ) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pelaksanaannya. Keterangan dari kode jawaban adalah seperti dibawah ini:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

R : Ragu-Ragu

TS : Tidak Setuju

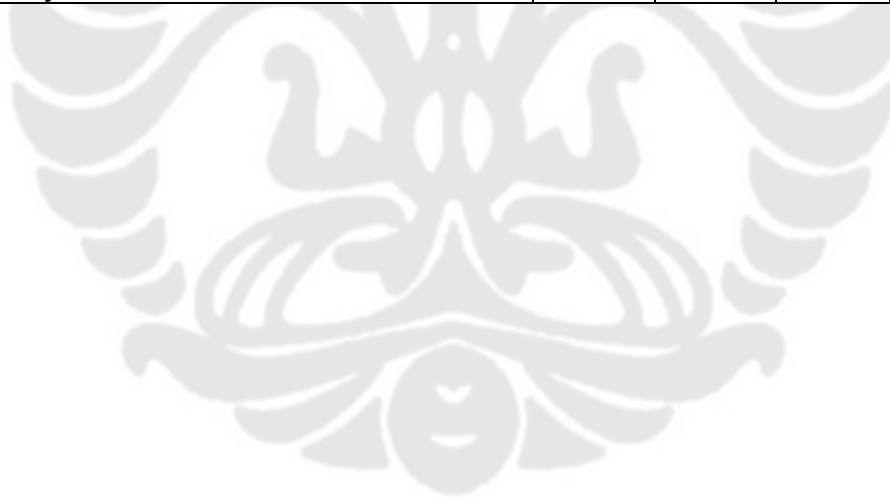
STS : Sangat Tidak Setuju

Berilah tanda *checklist* (  $\checkmark$  ) pada kolom yang tersedia sesuai dengan kondisi yang terjadi.

### Persepsi Karyawan tentang Pelaksanaan Pelatihan Service Excellent

No.	PERNYATAAN	SS	S	R	TS	STS
	<b>Pembelajaran</b>					
1	Pelatihan <i>service excellent</i> merupakan bentuk penyegaran pengetahuan					
2	Sistem pengajaran pelatihan <i>service excellent</i> terarah dan lancar					
3	Penerapan pengetahuan <i>service excellent</i> pada pelaksanaan pekerjaan sudah sesuai					
4	Pelatihan <i>service excellent</i> memberikan pengetahuan yang mendalam kepada karyawan					
5	Keahlian karyawan dirasakan meningkat dari sebelum pelatihan <i>service excellent</i>					
	<b>Perilaku</b>					
6	Setelah pelatihan <i>service excellent</i> karyawan bekerja lebih teliti					
7	Karyawan merasa bersemangat setelah mengikuti pelatihan <i>service excellent</i>					
8	Hubungan kerja yang baik antara karyawan dan atasan dapat terjadi dalam pelatihan <i>service excellent</i>					
9	Karyawan memahami secara mendalam tahapan pekerjaan setelah mengikuti pelatihan <i>service excellent</i>					
10	Hubungan antar karyawan terjalin dalam pelatihan <i>service excellent</i>					
11	Pelatihan <i>service excellent</i> membantu dalam mengatasi keluhan pelanggan					

No.	PERNYATAAN	SS	S	R	TS	STS
	<b>Reaksi</b>					
12	Pelatih memberikan materi pelatihan <i>service excellent</i> dengan baik dan persuasif					
13	Materi pelatihan <i>service excellent</i> menunjang pekerjaan yang dilakukan					
14	Media pelatihan lengkap dan memadai					
15	Lingkungan pelatihan nyaman dan bersih					
16	Waktu pelaksanaan pelatihan tidak mengganggu jadwal kerja					
17	Lokasi pelatihan mudah di jangkau					
	<b>Hasil</b>					
18	Komitmen kerja terhadap perusahaan dapat timbul dari pelatihan <i>service excellent</i>					
19	Memberikan pelayanan kepada pelanggan menjadi lebih mudah					
20	Pelatihan <i>service excellent</i> memotivasi disiplin dalam bekerja					
21	Pelatihan <i>service excellent</i> memicu prestasi kerja karyawan					



## LAMPIRAN II

### PEDOMAN WAWANCARA :

1. Apakah anda setuju bahwa pelatihan *service excellent* merupakan bentuk penyegaran pengetahuan ?
2. Apakah menurut anda sistem pengajaran pelatihan *service excellent* terarah dan lancar ?
3. Apakah menurut anda penerapan pengetahuan *service excellent* pada pelaksanaan pekerjaan sudah sesuai ?
4. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* memberikan pengetahuan yang mendalam kepada karyawan ?
5. Apakah menurut anda keahlian karyawan dirasakan meningkat dari sebelum pelatihan *service excellent* ?
6. Apakah menurut anda ada peningkatan ketelitian pada karyawan setelah mengikuti pelatihan *service excellent* ?
7. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* berpengaruh dengan semangat kerja ?
8. Apakah menurut anda hubungan kerja yang baik antara karyawan dan atasan dapat terjadi dalam pelatihan *service excellent* ?
9. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* memberikan pemahaman yang mendalam kepada para karyawan ?
10. Apakah menurut anda hubungan antar karyawan terjalin dalam pelatihan *service excellent* ?

11. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* sangat berpengaruh dalam mengatasi keluhan pelanggan ?
12. Apakah menurut anda pelatih memberikan materi pelatihan *service excellent* dengan baik dan persuasif ?
13. Apakah menurut anda materi pelatihan *service excellent* menunjang pekerjaan yang dilakukan ?
14. Apakah menurut anda media pelatihan yang disediakan oleh perusahaan sudah lengkap dan memadai ?
15. Apakah menurut anda lingkungan pelatihan *service excellent* nyaman dan bersih ?
16. Apakah menurut anda waktu pelatihan tidak mengganggu jadwal kerja ?
17. Apakah menurut anda lokasi pelatihan mudah dijangkau ?
18. Apakah menurut anda komitmen kerja terhadap perusahaan dapat timbul dari pelatihan *service excellent* ?
19. Apakah menurut anda memberikan pelayanan kepada pelanggan menjadi lebih mudah setelah mengikuti pelatihan *service excellent* ?
20. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* memotivasi disiplin dalam bekerja ?
21. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* dapat memicu prestasi kerja ?
22. Bagaimana standar pendidikan untuk menjadi karyawan *call center* 147 ?
23. Mengapa sebagian besar karyawan *call center* 147 masa kerjanya antara 0-5 tahun ?



## TRANSKIP WAWANCARA

Responden : Karyawan *Call Center* 147

Jabatan : Karyawan

1. Apakah anda setuju bahwa pelatihan *service excellent* merupakan bentuk penyegaran pengetahuan ?

“Hampir rata-rata karyawan *call center* 147 setuju dengan pelatihan *service excellent* untuk penyegaran pengetahuan, karena tingginya jumlah telepon yang masuk setiap harinya dan untuk hal yang sama misalnya menanyakan *billing* telepon sedangkan untuk produk yang lainnya jarang ada yang menanyakan maka pelatihan ini dapat *merefresh* atau menyegarkan kembali pengetahuan yang mungkin jarang untuk dibuka atau jarang untuk diinformasikan.”

2. Apakah menurut anda sistem pengajaran pelatihan *service excellent* terarah dan lancar ?

”Menurut saya pelatihan *service excellent* berjalan dengan lancar dan materi yang diajarkan juga mengarah, walaupun terkadang ada senda gurau diantara para peserta pelatihan, namun itu tidak mengganggu jalannya pelatihan. Hal tersebut juga dimaklumi oleh pengajar atau instruktur pelatihan kami.”

3. Apakah menurut anda penerapan pengetahuan *service excellent* pada pelaksanaan pekerjaan sudah sesuai ?

“Saya rasa pengetahuan yang didapat dari pelatihan *service excellent* memang sudah sesuai dengan pekerjaan yang kami lakukan setiap hari. Walau pun mungkin ada tambahan materi-materi yang lain”

4. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* memberikan pengetahuan yang mendalam kepada karyawan ?

“Pelatihan *service excellent* memberikan pengetahuan yang mendalam kepada para karyawan karena pengetahuan kami yang sebagian sudah agak memudar karena jarang ditanyakan oleh pelanggan menjadi lebih paham kembali dan yang sudah kami pahami menjadi semakin paham lagi.”

5. Apakah menurut anda keahlian karyawan dirasakan meningkat dari sebelum pelatihan *service excellent* ?

“Hampir rata-rata karyawan setuju dengan peningkatan keahlian setelah mengikuti pelatihan *service excellent* walaupun mungkin ada yang merasa

peningkatannya sedikit dan ada juga yang merasa banyak mengalami peningkatan setelah pelatihan, hal ini mungkin dipengaruhi oleh keahlian yang dimiliki masing-masing individu.”

6. Apakah menurut anda ada peningkatan ketelitian pada karyawan setelah mengikuti pelatihan *service excellent* ?

“Menurut saya pelatihan *service excellent* bisa mendorong karyawan untuk lebih teliti lagi dalam bekerja tetapi yang berpendapat tidak setuju dan ragu-ragu, mungkin merasa ketelitian dipengaruhi oleh sifat dari individu itu sendiri.”

7. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* berpengaruh dengan semangat kerja ?

“Saya setuju kalau pelatihan *service excellent* berpengaruh dengan semangat kerja karyawan. Setelah mengikuti pelatihan *service excellent* karyawan memiliki semangat kerja kembali karena pelatihan *service excellent* merupakan penyegaran dalam bekerja juga”

8. Apakah menurut anda hubungan kerja yang baik antara karyawan dan atasan dapat terjadi dalam pelatihan *service excellent* ?

“Menurut saya pelatihan *service excellent* dapat menjalin hubungan antara atasan dengan bawahan karena pada saat pelatihan *service excellent* para atasan seperti manajer dan supervisor ikut berpartisipasi dalam pelatihan dengan sering melakukan pemantauan.”

9. Apakah menurut anda karyawan memahami secara mendalam tahapan pekerjaan setelah mengikuti pelatihan *service excellent* ?

“Iya. Kami merasa lebih mengerti lagi tentang tahapan pekerjaan secara mendalam pada pelatihan ini”

10. Apakah menurut anda hubungan antar karyawan terjalin dalam pelatihan *service excellent* ?

“Iya, hubungan dengan karyawan yang lain dapat lebih akrab dalam pelatihan *service excellent* karena adanya rasa kebersamaan pada saat pelatihan itu.”

11. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* sangat berpengaruh dalam mengatasi keluhan pelanggan ?

“Menurut saya pelatihan *service excellent* ada pengaruhnya pada saat menangani pelanggan karena saya lebih merasa tenang pada saat memberikan pelayanan kepada pelanggan saya .”

12. Apakah menurut anda pelatih memberikan materi pelatihan *service excellent* dengan baik dan persuasif ?

“Iya mas, pelatih memberikan materi dengan sangat persuasif sehingga semua peserta dapat mengikuti pelatihan dengan baik. Selain itu pelatih juga tidak selalu serius dalam menyampaikan materinya, terkadang diselengi dengan *games* atau semacam kuis untuk menghilangkan kebosanan pada saat pelatihan.”

13. Apakah menurut anda materi pelatihan *service excellent* menunjang pekerjaan yang dilakukan ?

“Hampir rata-rata karyawan setuju bahwa materi pelatihan *service excellent* menunjang pekerjaan yang dilakukan karena sebagian besar materi pelatihan yang diberikan adalah materi-materi yang berhubungan langsung dengan pekerjaan yang selama ini kami lakukan.”

14. Apakah menurut anda media pelatihan yang disediakan oleh perusahaan sudah lengkap dan memadai ?

“Menurut saya, fasilitas yang disediakan sudah cukup lengkap dan memadai.”

15. Apakah menurut anda lingkungan pelatihan *service excellent* nyaman dan bersih ?

“Iya, suasana pelatihan saya rasa cukup nyaman dan bersih.”

16. Apakah menurut anda waktu pelatihan tidak mengganggu jadwal kerja ?

“Saya setuju kalau pelatihan *service excellent* tidak mengganggu jadwal bekerja karena hal tersebut tidak begitu menjadi masalah yang besar selama aktivitas bekerja dapat berjalan dengan lancar mungkin, untuk karyawan yang menjawab tidak setuju dan ragu-ragu karena sebagian dari karyawan melihat bahwa jadwal pelatihan dibuat secara bertahap jadi tidak semua karyawan mengikuti pelatihan pada satu waktu yang telah di tentukan tetapi harus selalu ada yang bertugas atau dengan kata lain pelatihan dilakukan secara bergantian.”

17. Apakah menurut anda lokasi pelatihan mudah dijangkau ?

“Menurut saya, lokasi pelatihan mudah dijangkau karena lokasi pelatihan sebenarnya mudah untuk dijangkau tinggal menyesuaikan jadwal keberangkatannya saja dari rumah, kalau tidak mau menempuh waktu yang sangat lama dalam perjalanan maka berusaha untuk berangkat pagi-pagi sehingga jalanan masih lengang dan lancar, karena apabila berangkatnya sudah agak siang maka bisa terjebak macet dan waktu perjalanan akan terasa sangat lama. Untuk karyawan yang menjawab tidak setuju dan ragu-ragu, mungkin karena sebagian dari karyawan melihat bahwa lokasi pelatihan mudah dijangkau bagi karyawan yang rumahnya tidak begitu jauh dengan lokasi pelatihan sedangkan bagi karyawan yang rumahnya berada sangat jauh, maka lokasi pelatihan dianggap tidak mudah untuk dijangkau.”

18. Apakah menurut anda komitmen kerja terhadap perusahaan dapat timbul dari pelatihan *service excellent* ?

“Menurut saya pelatihan *service excellent* bisa membangkitkan komitmen dalam bekerja karena setelah mengikuti pelatihan di dalam diri merasa ingin lebih baik lagi dalam bekerja terutama dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.”

19. Apakah menurut anda memberikan pelayanan kepada pelanggan menjadi lebih mudah setelah mengikuti pelatihan *service excellent* ?

“Saya merasa memang ada perbedaan sebelum pelatihan dan sesudah pelatihan. Setelah pelatihan saya mengoperasikan komputer dan melayani pelanggan menjadi lebih mudah. Mungkin karena saya lebih mendalami sistem aplikasinya.”

20. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* memotivasi disiplin dalam bekerja ?

“Saya setuju kalau pelatihan *service excellent* memotivasi disiplin dalam bekerja dikarenakan pada saat mengikuti pelatihan *service excellent* ada dorongan atau motivasi dari instruktur untuk selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan kita hal tersebut sangat berpengaruh kepada kami. Untuk karyawan yang menjawab tidak setuju dan ragu-ragu mungkin karena sebagian dari karyawan merasa setiap karyawan memiliki dasar motivasi berdisiplin yang berbeda atau mungkin sudah sifat dari karyawan tersebut sudah disiplin.”

21. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* dapat memicu prestasi kerja ?

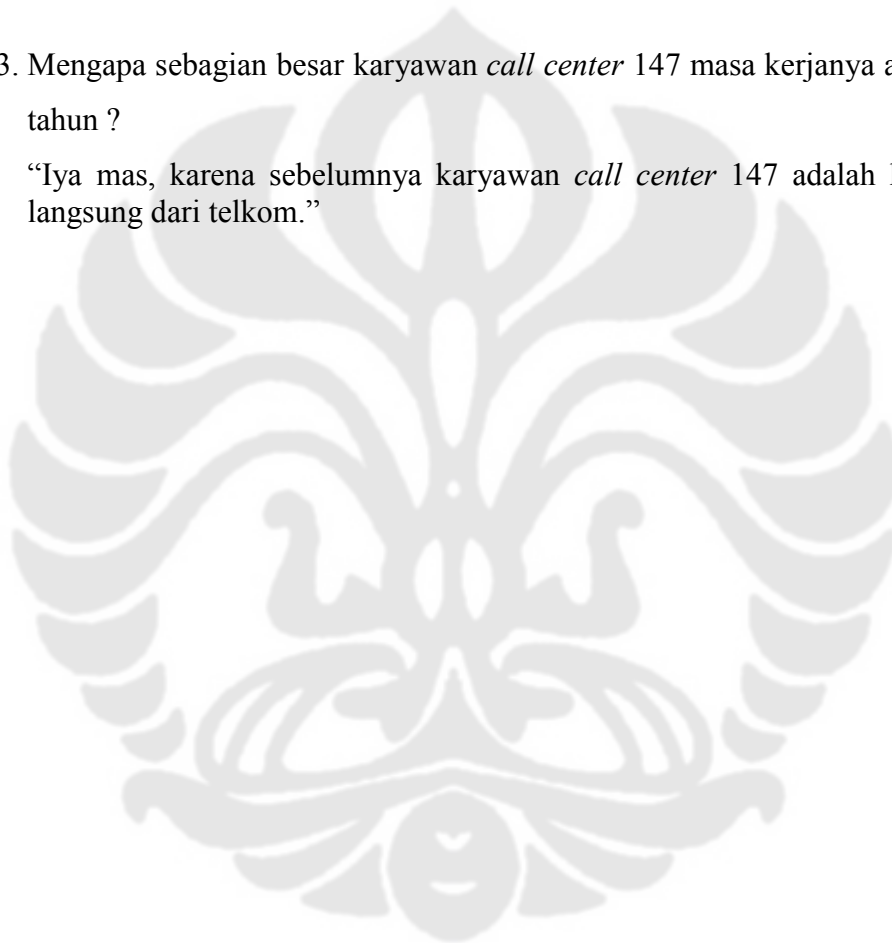
“Menurut saya pelatihan *service excellent* bisa memicu prestasi kerja karena selama pelatihan kami selalu diarahkan untuk lebih maju lagi.”

22. Bagaimana standar pendidikan untuk menjadi karyawan *call center* 147 ?

“Setau saya pendidikan di sini minimal D3 dan maksimal S1.”

23. Mengapa sebagian besar karyawan *call center* 147 masa kerjanya antara 0-5 tahun ?

“Iya mas, karena sebelumnya karyawan *call center* 147 adalah karyawan langsung dari telkom.”



Responden : Karyawati *Call Center* 147

Jabatan : Karyawati

1. Apakah anda setuju bahwa pelatihan *service excellent* merupakan bentuk penyegaran pengetahuan ?

“Iya, saya merasa pengetahuan saya seperti dipertajam lagi sehingga lebih mudah dalam menginformasikan kepada pelanggan.”

2. Apakah menurut anda sistem pengajaran pelatihan *service excellent* terarah dan lancar ?

“Menurut saya sistem pengajarannya sudah cukup terarah dan berjalan dengan lancar.”

3. Apakah menurut anda penerapan pengetahuan *service excellent* pada pelaksanaan pekerjaan sudah sesuai ?

“Pengetahuan yang didapat dari pelatihan *service excellent* memang sudah sesuai dengan pekerjaan yang kami lakukan setiap hari. Untuk mempelajari materi pelatihan tidak perlu memakan waktu lama, untuk itu pelatihannya hanya dilaksanakan beberapa hari saja.”

4. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* memberikan pengetahuan yang mendalam kepada karyawan ?

“Menurut saya pelatihan *service excellent* memberikan pengetahuan yang mendalam kepada karyawan karena semua pengetahuan diajarkan lagi dan yang sudah paham menjadi lebih paham lagi.”

5. Apakah menurut anda keahlian karyawan dirasakan meningkat dari sebelum pelatihan *service excellent* ?

“ Iya saya merasa ada peningkatan pada diri saya setelah mengikuti pelatihan *service excellent* ini.”

6. Apakah menurut anda ada peningkatan ketelitian pada karyawan setelah mengikuti pelatihan *service excellent* ?

“Menurut saya ada peningkatan ketelitian setelah mengikuti pelatihan *service excellent* karena semua aplikasi dan pengetahuan lebih dipahami lagi. Tapi, tergantung pada sifat dari karyawan masing-masing juga.”

7. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* berpengaruh dengan semangat kerja ?  
“Iya. Setelah mengikuti pelatihan *service excellent* kami merasa lebih bersemangat dalam bekerja.”
8. Apakah menurut anda hubungan kerja yang baik antara karyawan dan atasan dapat terjadi dalam pelatihan *service excellent* ?  
“Menurut saya, hubungan dengan atasan bisa lebih baik lagi karena atasan kami sering memantau jalannya pelatihan ini.”
9. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* memberikan pemahaman yang mendalam kepada para karyawan ?  
“Iya, pelatihan *service excellent* memberikan pemahaman yang mendalam kepada para karyawan karena pemahaman kami yang mungkin agak memudar menjadi lebih paham kembali dan yang sudah kami pahami menjadi semakin paham lagi.”
10. Apakah menurut anda hubungan antar karyawan terjalin dalam pelatihan *service excellent* ?  
“Saya rasa hubungan dengan karyawan lain dapat terjalin lebih erat lagi karena adanya rasa kebersamaan pada saat pelatihan ini.”
11. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* sangat berpengaruh dalam mengatasi keluhan pelanggan ?  
“Menurut saya pelatihan *service excellent* sangat berpengaruh dalam mengatasi keluhan pelanggan. Kami merasa lebih percaya diri dalam menjelaskan atau menerima keluhan dari pelanggan karena pengetahuan dan skill kami terasa *direfresh* atau di mantapkan kembali.”
12. Apakah menurut anda pelatih memberikan materi pelatihan *service excellent* dengan baik dan persuasif ?  
“Iya. Pelatih memberikan materinya cukup baik dan menyenangkan.”
13. Apakah menurut anda materi pelatihan *service excellent* menunjang pekerjaan yang dilakukan ?  
“saya rasa, pelatihan *service excellent* sangat menunjang pekerjaan yang kami lakukan saat ini.”

14. Apakah menurut anda media pelatihan yang disediakan oleh perusahaan sudah lengkap dan memadai ?

“Menurut saya, fasilitas yang disediakan sudah cukup lengkap dan memadai untuk semua peserta pelatihan jadi sepertinya tidak ada yang kurang dari segi fasilitasnya.”

15. Apakah menurut anda lingkungan pelatihan *service excellent* nyaman dan bersih ?

“hampir rata-rata karyawan setuju bahwa lingkungan pelatihan *service excellent* nyaman dan bersih karena ruangan pelatihan dilengkapi dengan AC sehingga ruangan tidak panas atau pengap dan juga tempat duduknya yang enak sesuai dengan tubuh kita sehingga membuat kita nyaman dan fokus selama pelatihan berlangsung.”

16. Apakah menurut anda waktu pelatihan tidak mengganggu jadwal kerja ?

“Mungkin agak sedikit mengganggu karena pelatihan ada yang dilaksanakan pada saat hari kerja. Tetapi sejauh ini sepertinya tidak ada masalah.”

17. Apakah menurut anda lokasi pelatihan mudah dijangkau ?

“ Menurut saya lokasi pelatihan cukup mudah untuk di jangkau.”

18. Apakah menurut anda komitmen kerja terhadap perusahaan dapat timbul dari pelatihan *service excellent* ?

“ Saya rasa komitmen dari karyawan dapat timbul dari pelatihan *service excellent* karena bimbingan dari para pelatih dan perhatian dari para atasan.”

19. Apakah menurut anda memberikan pelayanan kepada pelanggan menjadi lebih mudah setelah mengikuti pelatihan *service excellent* ?

“Hampir rata-rata karyawan setuju bahwa memberikan pelayanan kepada pelanggan terasa menjadi lebih mudah karena pengetahuan dan keahlian kami diperdalam lagi melalui pelatihan *service excellent* ini.”

20. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* memotivasi disiplin dalam bekerja ?

“Iya, pelatihan *service excellent* memotivasi disiplin dalam bekerja karena selama pelatihan kami dididik untuk lebih disiplin.”



21. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* dapat memicu prestasi kerja ?

“Menurut saya pelatihan *service excellent* dapat memicu prestasi kerja karyawan karena setelah mengikuti pelatihan *service excellent* karyawan terdorong untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan sehingga setiap karyawan berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik.”

22. Bagaimana standar pendidikan untuk menjadi karyawan *call center 147* ?

“ Standar pendidikan saya rasa cukup relevan, disini minimal pendidikan terakhir adalah D3 dan S1.”

23. Mengapa sebagian besar karyawan *call center 147* masa kerjanya antara 0-5 tahun ?

“Karena sebelumnya *call center 147* adalah orang-orang dari Telkom langsung lalu diganti oleh karyawan dari Infomedia.”

Responden : Bapak Zulkarnain

Jabatan : Staff HRD

1. Apakah anda setuju bahwa pelatihan *service excellent* merupakan bentuk penyegaran pengetahuan ?

“Iya mas. Karena pelatihan *service excellent* ini dimaksudkan agar adanya penyegaran pengetahuan kepada para karyawan *call center 147*.”

2. Apakah menurut anda sistem pengajaran pelatihan *service excellent* terarah dan lancar ?

“ Saya rasa sistem pengajaran pelatihan *service excellent* sudah cukup terarah dan berjalan dengan lancar.”

3. Apakah menurut anda penerapan pengetahuan *service excellent* pada pelaksanaan pekerjaan sudah sesuai ?

“Menurut saya penerapan pengetahuan *service excellent* sangat sesuai dengan pelaksanaan pekerjaan karena materinya memang sudah dipersiapkan dan ditinjau sebelumnya.”

4. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* memberikan pengetahuan yang mendalam kepada karyawan ?

“Saya rasa pelatihan *service excellent* memberikan pengetahuan yang mendalam kepada karyawan kami.”

5. Apakah menurut anda keahlian karyawan dirasakan meningkat dari sebelum pelatihan *service excellent* ?

“Sepertinya memang ada peningkatan keahlian setelah karyawan mengikuti pelatihan *service excellent* ini.”

6. Apakah menurut anda ada peningkatan ketelitian pada karyawan setelah mengikuti pelatihan *service excellent* ?

“Menurut saya, ada peningkatan ketelitian pada karyawan. Hal ini dapat dilihat dari menurunnya tingkat kesalahan yang dilakukan para karyawan.”

7. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* berpengaruh dengan semangat kerja ?

“Iya. Karena kami berusaha dengan pelatihan *service excellent* ini para karyawan dapat lebih bersemangat lagi dalam bekerja.”

8. Apakah menurut anda hubungan kerja yang baik antara karyawan dan atasan dapat terjadi dalam pelatihan *service excellent* ?  
 “Menurut saya pelatihan *service excellent* ini bisa meningkatkan hubungan baik antara bawahan dengan atasan karena semua jajaran berpartisipasi dalam pelatihan ini mas.”
9. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* memberikan pemahaman yang mendalam kepada para karyawan ?  
 “Saya rasa, pelatihan *service excellent* ini akan memberikan pemahaman yang mendalam kepada para karyawan karena pelatihan ini memang ditujukan agar para karyawan dapat lebih memahami dalam hal pekerjaan.”
10. Apakah menurut anda hubungan antar karyawan terjalin dalam pelatihan *service excellent* ?  
 “Menurut saya hubungan antara karyawan dapat terjalin dengan erat dalam pelatihan ini karena kami usahakan adanya rasa kebersamaan dalam mengikuti pelatihan *service excellent* ini.”
11. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* sangat berpengaruh dalam mengatasi keluhan pelanggan ?  
 “Saya rasa pelatihan *service excellent* ini cukup berpengaruh dalam mengatasi keluhan pelanggan karena maksud dari pelatihan ini adalah agar para karyawan dapat menangani para pelanggan dengan sebaik-baiknya.”
12. Apakah menurut anda pelatih memberikan materi pelatihan *service excellent* dengan baik dan persuasif ?  
 “Menurut saya pelatih memberikan materi pelatihan dengan baik dan persuasif karena pelatih yang kami datangkan adalah pelatih yang memang sudah memiliki banyak pengalaman dalam hal pelatihan.”
13. Apakah menurut anda materi pelatihan *service excellent* menunjang pekerjaan yang dilakukan ?  
 “Saya rasa materi yang kami tampilkan sudah cukup menunjang pekerjaan yang dilakukan selama ini.”
14. Apakah menurut anda media pelatihan yang disediakan oleh perusahaan sudah lengkap dan memadai ?  
 “Menurut saya media pelatihan yang kami sediakan sudah cukup memadai

dan lengkap untuk pelaksanaan pelatihan *service excellent* ini.”

15. Apakah menurut anda lingkungan pelatihan *service excellent* nyaman dan bersih ?

“Sepertinya lingkungan pelatihan yang kami selenggarakan sudah cukup bersih dan nyaman. Selama pelatihan petugas kebersihan selalu diarahkan untuk bekerja lebih teliti lagi agar tempat pelatihan selalu terlihat bersih dan nyaman.”

16. Apakah menurut anda waktu pelatihan tidak mengganggu jadwal kerja ?

“Menurut saya waktu pelatihan sudah cukup baik, karena selama ini tidak ada masalah yang timbul berhubungan dengan jadwal pelatihan *service excellent* ini.”

17. Apakah menurut anda lokasi pelatihan mudah dijangkau ?

“Saya rasa lokasi pelatihan cukup mudah dijangkau oleh para karyawan.”

18. Apakah menurut anda komitmen kerja terhadap perusahaan dapat timbul dari pelatihan *service excellent* ?

“Komitmen kerja terhadap perusahaan kami usahakan untuk ditingkatkan agar para pekerja dapat bekerja dengan lebih baik lagi. Salah satunya adalah dengan pelatihan *service excellent* ini”

19. Apakah menurut anda memberikan pelayanan kepada pelanggan menjadi lebih mudah setelah mengikuti pelatihan *service excellent* ?

“Iya mas. Pelatihan *service excellent* ini memang diselenggarakan untuk membantu para karyawan untuk lebih mudah dalam menangani pelanggan sehingga pelanggan pun akan merasa dilayani dengan cepat dan memuaskan.”

20. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* memotivasi disiplin dalam bekerja ?

“Sepertinya pelatihan *service excellent* dapat memotivasi para karyawan untuk lebih disiplin lagi dalam bekerja. Hal ini dapat dilihat dari menurunnya tingkat absensi setelah pelatihan *service excellent* ini.”

21. Apakah menurut anda pelatihan *service excellent* dapat memicu prestasi kerja ?

“Menurut saya pelatihan *service excellent* ini dapat memicu prestasi para

karyawan karena pada pelatihan ini semua karyawan didorong untuk menjadi karyawan yang terbaik dalam hal memberikan pelayanan kepada para pelanggan.”

22. Bagaimana standar pendidikan untuk menjadi karyawan *call center* 147 ?

“Perusahaan kami selalu berusaha mementingkan antara latar belakang pendidikan dengan posisi karyawan dalam perusahaan, untuk itu pendidikan yang kami ambil minimal adalah D3 dan S1”

23. Mengapa sebagian besar karyawan *call center* 147 masa kerjanya antara 0-5 tahun ?

“Hal ini terjadi karena sebelumnya karyawan *call center* 147 ditangani oleh pegawai Telkom langsung kemudian dikarenakan ada peralihan di Telkom, maka sebagian besar karyawan *call center* 147 digantikan oleh karyawan dari PT Infomedia Nusantara.”

### LAMPIRAN III



The image shows a brochure for Infomedia services. At the top, there are two red banners: the left one says "LAYANAN KAMI" and the right one says "OUR SERVICES". Below these is a large image of a computer monitor displaying a website with various services listed, including "pages" and "MAMMO". To the left of the monitor is a stack of colorful brochures. Below the main image, there is a large block of Indonesian text on the left and two smaller images on the right. The first smaller image shows a person in a call center setting with text overlays: "Konsultasi dan Bantuan", "Pelayanan Pelanggan", "Manajemen", "Marketing", "Human Resources", "Customer Care", "Training", "Quality Assurance", "Monitoring", "Reporting", "Performance", "Improvement", "Customer Satisfaction". The second smaller image shows a person's hands on a computer keyboard with text overlays: "Customer Relationship", "Product Development", "Marketing Strategy", "Business Development", "Customer Support". Below the text and images is a paragraph of English text: "As a leading information services provider, we always develop our products and services consistently. Three business pillars of Infomedia commit to serve all customers needs of information and communication services. We also dedicate our qualified human resources, technology, competency, experience, and maturity in business to reach our goal to spread the seed of improvement to our partners, customers, and users." At the bottom, there are three logos: "Directory Services" with a yellow square icon, "infomedia Contact Center Services" with a red diamond icon, and "infomedia Customer Services" with a red diamond icon. A small blue square with the number "5" is in the bottom right corner.

**LAYANAN KAMI** **OUR SERVICES**

**S**ebagai penyedia jasa informasi terkemuka, kami senantiasa mengembangkan produk dan layanan secara konsisten. Tiga layanan bisnis Infomedia berupaya untuk lebih memenuhi seluruh kebutuhan customer akan informasi dan layanan komunikasi. Sekaligus mendedikasikan sumber daya manusia yang kami miliki, teknologi, kompetensi, pengalaman serta kematangan kami dalam berusaha hingga mencapai tujuan kami, yaitu untuk membuat bisnis kemajuan bagi mitra usaha, pelanggan, dan masyarakat luas pengguna produk dan jasa kami.

As a leading information services provider, we always develop our products and services consistently. Three business pillars of Infomedia commit to serve all customers needs of information and communication services. We also dedicate our qualified human resources, technology, competency, experience, and maturity in business to reach our goal to spread the seed of improvement to our partners, customers, and users.

Directory Services

infomedia Contact Center Services

infomedia Customer Services

5

### Pelayanan PT Infomedia Nusantara

LAMPIRAN IV



Call Center

LAMPIRAN V



RUANG PELATIHAN (*LABORATORY TRAINING*)

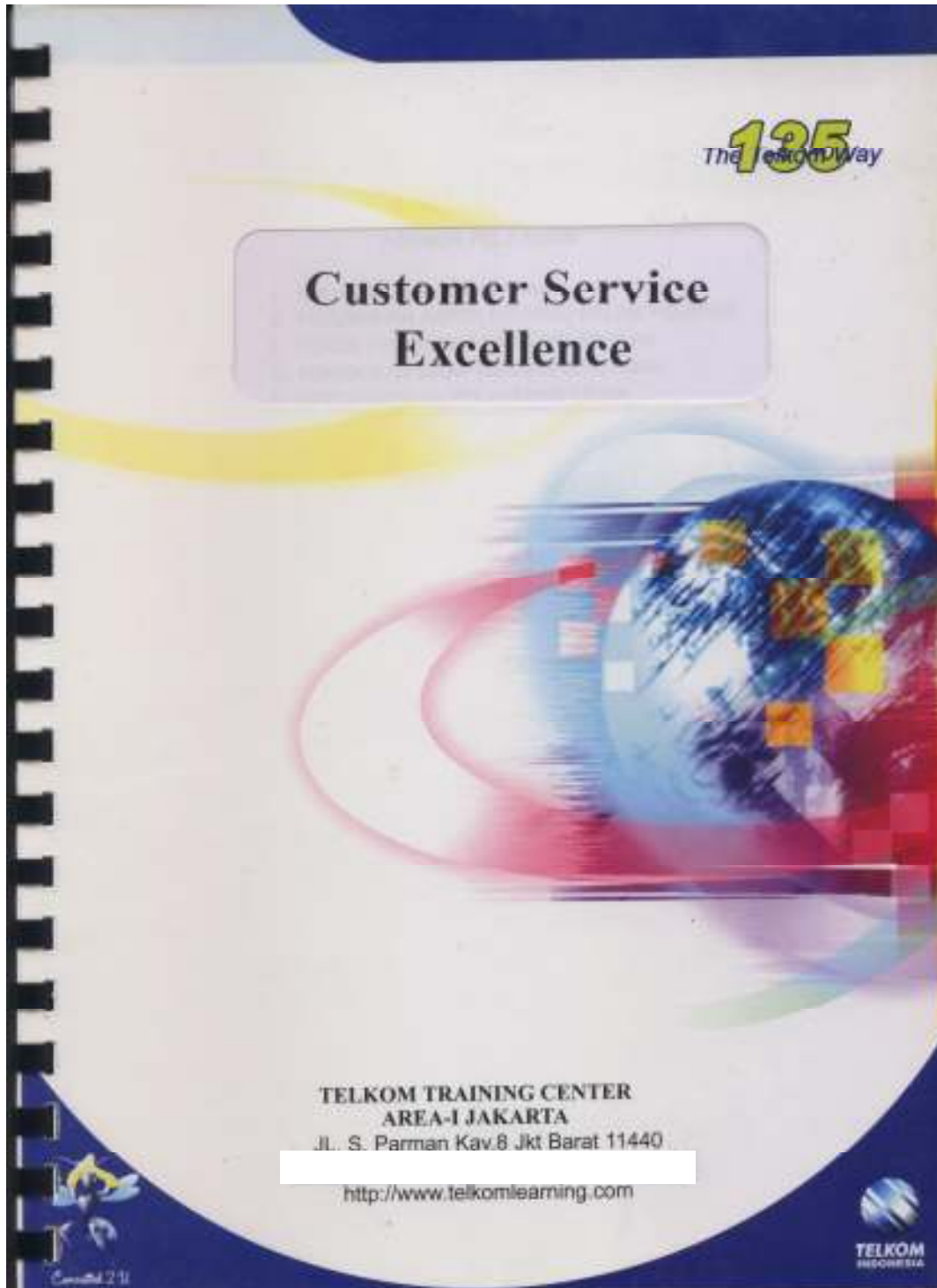


## LAMPIRAN VI



RUANG KELAS PELATIHAN

LAMPIRAN VII



MODUL PELATIHAN SERVICE EXCELLENT

**CONTOH ISI MODUL :**









## RIWAYAT HIDUP

Nama : Fitri Yudowinanto  
Tempat/Tanggal Lahir: Jakarta, 19 Oktober 1982  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Niin No.22 Rt 05 / Rw 09  
Tn. Baru – Beji  
(Depok)  
Telepon : 021 – 7755050 / 08121388167  
Pendidikan : - ( 1989 - 1995 ) SD Negeri 03 Ragunan, Jakarta Selatan  
- ( 1995 - 1998 ) SLTP Negeri 41 Ragunan, Jakarta  
Selatan  
- ( 1998 - 2001 ) SMU 38 Lenteng Agung, Jakarta  
Selatan  
- ( 2001 - 2004 ) Program Diploma (D3)  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Jakarta  
- ( 2005 - 2008 ) Program Ekstensi Strata 1 (S1)  
Jurusan Administrasi Niaga  
Departemen Ilmu Administrasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Indonesia









