

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi dimana keterbukaan dan tingkat persaingan semakin besar, sebuah organisasi memerlukan strategi dan program kerja yang relevan untuk menentukan target- target organisasi baik jangka pendek maupun jangka panjang serta menemukan kelemahan dan kekuatan organisasi dalam mempertahankan dirinya dari kehancuran. Revitalisasi organisasi harus dilakukan secara terencana dan terus menerus dengan melibatkan semua orang yang ada di dalam organisasi untuk menjamin percepatan peningkatan kinerja organisasi.

Fleksibilitas organisasi dalam melakukan perubahan – perubahan secara terencana dan berkesinambungan sesuai dengan perubahan eksternal dan kemampuan sumber daya internal merupakan kunci keberhasilan organisasi untuk dapat bertahan dari para pesaingnya. Strategi ini tidak hanya menyangkut produk barang atau jasa yang dihasilkan oleh organisasi tersebut tetapi juga menyangkut segala hal termasuk diantaranya sumber daya manusia (SDM) yang dimilikinya.

Sumber daya manusia merupakan sumber daya yang tidak terwujud (*intangible resource*), untuk itu perlu kiranya suatu organisasi dapat mempertahankan dan memberikan pembelajaran bagi sumber daya manusianya dengan tujuan akhir pencapaian visi dan misi organisasi. Sumber daya manusia yang dimaksud disini tidak lain adalah karyawan atau tenaga kerja.

Karyawan atau tenaga kerja merupakan aset penting yang dimiliki oleh organisasi bagi peningkatan produktivitas atau kemajuan organisasi tersebut. Karyawan – karyawan ini bekerja berdasarkan struktur organisasi yang dimiliki oleh organisasi tersebut. Walaupun didukung dengan sarana dan prasarana serta sumber dana yang berlebihan, tetapi tanpa dukungan sumber daya manusia yang andal, kegiatan perusahaan tidak akan terselesaikan

Seperti dikemukakan oleh Manullang (1985) :

”Sumber daya manusia sering kali disebut sebagai kekayaan yang paling berharga dari suatu organisasi dan segala keberhasilan dan kegagalan organisasi banyak dipengaruhi oleh kualitas sumber daya didalamnya. Karena itu, manusia adalah unsur penting dan utama dalam suatu organisasi”.

Gomes (2003) menyatakan :

”Unsur – unsur (*variables*) sumber daya manusia meliputi kemampuan – kemampuan (*capabilities*), sikap (*attitudes*), nilai-nilai (*values*), kebutuhan-kebutuhan (*needs*) dan karakteristik-karakteristik demografinya (*citizens*). Unsur –unsur sumber daya manusia tersebut sangat dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya seperti norma-norma dan nilai – nilai masyarakat, tingkat pendidikan dan peluang-peluang yang tersedia unsur- unsur tersebut pada gilirannya akan mempengaruhi peranan dan perilaku manajer dalam organisasi. Pengakuan atas perbedaan potensi-potensi itu juga menuntut adanya penyesuaian manajer terhadap karakteristik-karakteristik tersebut. Sebaliknya, peranan dan perilaku manajer mempengaruhi unsur – unsur sumber daya manusia dan juga akan berpengaruh terhadap lingkungannya”.

Merujuk dari definisi diatas maka setiap organisasi perlu membangun SDM yang professional dan berkompentensi tinggi supaya dapat menjadi pusat keunggulan organisasi sekaligus sebagai pendukung daya saing perusahaan.

Oleh karena itu SDM dalam suatu organisasi perlu dikelola dengan baik agar dapat tercipta keseimbangan antara kebutuhan karyawan dengan tuntutan organisasi.

Berkaitan dengan pengelolaan karyawan, organisasi juga harus mampu memberdayakan dan menciptakan nilai atau menggunakan keahlian karyawan serta sumber daya manusia yang berkaitan dengan praktek manajemen dan sasarannya. Dalam hal ini, tidak hanya terbatas pada karyawan operasional semata namun juga meliputi tingkatan manajerial.

Sumber daya manusia sebagai penggerak organisasi banyak dipengaruhi oleh perilaku para karyawan serta keikutsertaan sumber daya manusia dalam organisasi yang diatur dengan adanya pemberian wewenang dan tanggung jawab. Merumuskan wewenang dan tanggung jawab yang harus dicapai karyawan dengan standar atau tolak ukur yang telah ditetapkan dan disepakati oleh karyawan dan atasan (Robbins & Coulter, 2004, p.319).

Keunikan lain aset sumber daya manusia yang selanjutnya disingkat dengan SDM adalah aset ini memiliki pikiran, perasaan dan perilaku sehingga jika dikelola dengan baik mampu memberikan sumbangan bagi kemajuan perusahaan secara aktif. Informasi tentang faktor –faktor yang melandasi kerja karyawan sangat dibutuhkan perusahaan, tidak hanya untuk menghindari kesalahan dalam membuat keputusan SDM yang tidak efektif namun juga sarana memberdayakan SDM yang ada sehingga mampu meningkatkan produktivitas kerja para karyawan. Jika seluruh karyawan memiliki produktivitas yang tinggi maka kinerja perusahaan secara keseluruhan menjadi lebih baik (Istijanto, 2006, p.2).

Mengacu pada teori diatas, dibawah ini adalah contoh perusahaan yang menempatkan manusia sebagai unsur terpenting dalam organisasinya, yaitu:

Permata Tel *call center*, seperti disebutkan dalam majalah Marketing Edisi People Power in *Call Center* Edisi Maret 2008 menyatakan menempatkan sumber daya manusia sebagai hal utama dan menjadi perhatian Permata.

Hal ini dapat dilihat dari survei yang dilakukan Lembaga Riset *Customer Care Service & Loyalty* pada tahun 2008, Permata Tel memperoleh indeks untuk *Access* 82,822%, *System & Procedure* 94,885% dan *People* sebesar 82,900%. Menurut Stewart Donald Hall (*President Director* PT PermataBank Tbk) mengatakan "Selain ditopang oleh teknologi canggih, hal yang utama dan menjadi perhatian PermataTel adalah sumber daya manusia yang andal. Sumber daya manusia diyakini sebagai kunci utama keberhasilan sistem *call center* yang menyokong proses bisnis perbankan,". Sadar akan pentingnya sumber daya manusia, PermataTel memberikan perhatian lebih kepada petugas senantiasa melakukan regular training dan melatih untuk meningkatkan kualitas individu. Training untuk petugas tersebut antara lain melalui *communication skill, soft skill dan hard skill*. "Selain itu, penyegaran tentang bagaimana servis yang baik dan *update* produk juga terus dilakukan agar petugas PermataTel tidak kehilangan semangat melayani. Tentunya ini juga akan berdampak pada kenyamanan dan kepuasan bekerja yang sekaligus bisa menjadi kontrol bagi tingkat *turnover*," jelas Stewart menambahkan.

Dari penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa PermataTel telah berusaha untuk menjaga dan meningkatkan kinerja karyawannya dengan transparansi dalam rangka peningkatan profesionalisme para karyawannya dengan adanya *reward* dan *punishment* termasuk didalamnya *continuous improvement* baik dari sisi teknologi, sumber daya manusia maupun prosesnya.

Pada banyak perusahaan kehilangan karyawan akan menyebabkan efek domino (*domino effect*), yaitu apabila ada seorang karyawan keluar maka karyawan lain akan terpicu untuk mencari kesempatan ditempat lain (Wingfield & Berry,2002.p5).

Memperbaiki sistem manajemen sumber daya manusia sangat diperlukan untuk mendukung keberadaan dan mempertahankan kinerja karyawan dalam perusahaan.

Pendapat *President Director* PT Permata diatas sesuai dengan Marwan Asri (1986) dalam bukunya *Pengelolaan Karyawan*, mengatakan :

”Manusia adalah salah satu unsur yang terpenting di dalam suatu organisasi. Apapun bentuk dan kegiatan suatu organisasi manusia memainkan peranan penting didalamnya. Pada dasarnya kepuasan akan tercapai apabila seseorang melakukan pekerjaan yang sesuai dengan tujuan pribadinya, oleh karena itu juga merupakan tantangan bagi manajemen untuk mempertemukan tujuan perusahaan dengan tujuan individu karyawan sehingga tujuan perusahaan tercapai dengan memuaskan karyawan”.

Dalam hal ini karyawan bersama atasan masing – masing dapat menetapkan sasaran kerja dan standar kinerja yang harus dicapai serta menilai hasil – hasil yang sebenarnya dicapai pada akhir kurun waktu tertentu.

Peningkatan kinerja karyawan secara perorangan akan mendorong kinerja sumber daya manusia secara keseluruhan yang direfleksikan dengan kenaikan tingkat produktivitas organisasi tersebut.

Kenaikan tingkat produktivitas mencerminkan keberhasilan organisasi dari suatu organisasi. Pencapaian kinerja dapat diperoleh dengan mengukur penilaian kinerja karyawan yang dilakukan oleh para manajer dengan cara mengevaluasi hasil kinerja tersebut secara terus menerus dalam kurun waktu tertentu.

Pengevaluasian kinerja karyawan merupakan bagian dari sistem manajemen kinerja, yaitu proses penetapan standar kinerja dan penilaian kinerja karyawan untuk menghasilkan keputusan sumber daya manusia yang objektif dan juga memberikan dokumentasi untuk mendukung keputusan itu (Robbins & Coulter,2004,p.319).

Call Center PT ”X” sebagai pintu gerbang informasi terdepan dari PT ”X” yang bergerak di bidang jasa penerbangan yang memiliki ribuan karyawan yang merupakan aset PT ”X” dalam memasarkan produk-produknya dan memuaskan pelayanan bagi para penumpang dan para member *anggota frequent flyer*.

Sebagai *pioneer* dalam bidang jasa penerbangan, PT "X" selalu berusaha untuk mempertahankan posisinya termasuk didalamnya dukungan dari sumberdaya manusia yang berkualitas.

PT "X" yang merupakan bentuk kerjasama antara sesama BUMN yaitu PT "X" sebagai pengguna jasa telekomunikasi dan PT "Y" sebagai penyedia prasana telekomunikasi. Dalam hal ini PT "X" melakukan sewa (*outsourcing*) kepada pihak PT "Y" agar PT "X" dapat berkonsentrasi pada *core businessnya*.

Biaya operasional suatu perusahaan dapat membuat *strategi cost* suatu perusahaan juga berubah orientasinya, hal ini terjadi pada PT "X" untuk membuat dan menerapkan inovasi serta strategi baru untuk mengurangi *cost* dengan membuat *Call Center* yang merupakan bagian dari strategi *Customer Relationship Management (CRM)* pada tahun 2001, seperti yang diutarakan oleh salah satu pimpinan PT "X" selaku Direktur Utama (Majalah Angkasa, 2002), yaitu :

"Dengan adanya kerjasama ini PT "X" yang kegiatan usahanya mencakup area luas didalam dan luar negeri, secara sinergi dapat memanfaatkan pengembangan teknologi sistem informasi dan komunikasi yang dilaksanakan PT "Y" hingga lebih efektif. Kerjasama ini bagi Strategic Business Unit – PT "X" Information System (SBU-PTXIS). PT "X" merupakan *cost center*, sedangkan bagi PT "Y" merupakan *profit center*".

Hal ini didukung dengan perkembangan *call center* yang semakin meningkat seperti diutarakan oleh Yuliana Agung (Marketing Online, 2008), menyatakan :

"Perkembangan *call center* di Indonesia cukup menggembirakan dalam duatahun terakhir ini mencapai 25 %, bahkan jika *benchmark* dengan negara tetangga kinerja *call center* Indonesia tidak tertinggal jauh."

Call Center memiliki potensi untuk menggantikan proses layanan interaksi langsung (*face to face*) antara pelanggan dengan *frontliner* di kantor – kantor perwakilan perusahaan pada masa yang akan datang.(Hawcroft & Beckett,1993)

Dalam hal ini dapat dilihat dengan maraknya perusahaan – perusahaan jasa di Indonesia yang kini makin melengkapi pelayanannya kepada *customer* dengan fasilitas *call center*, mulai dari jasa perbankan, penerbangan, telekomunikasi maupun *consumer- goods*.

Majalah marketing melakukan Survei Perilaku Konsumen Indonesia pada tahun 2007 dengan jumlah responden 1.400 yang dilakukan pada 4 kota besar yaitu Jakarta, Surabaya, Medan dan Makassar, mendapatkan hasil sebagai berikut, :

Tabel 1.1
Survei Perilaku Konsumen Di Indonesia

PENERBANGAN YANG DIPILIH	
31,50%	Lion Air
27,90%	Garuda Indonesia
9,70%	Merpati Nusantara
4,20%	Air Asia
13,40%	Lainnya

Sumber: www.marketing-online.com

Berdasarkan survei diatas, maka terlihat PT “X” tetap memimpin walaupun hanya sebesar 27,90 % konsumen yang memilih PT “X” sebagai maskapai penerbangan yang dipilih setelah Lion Air. Hasil survei membuktikan bahwa PT “X” tetap memimpin dalam pelayanan khususnya *Call Center* PT “X” sudah memenuhi keinginan dan kepuasan penumpang dan biro perjalanan yang memakai jasa penerbangan PT “X”.

Kebanyakan organisasi mengalami kegagalan karena karyawannya gagal menyenangkan pelanggan. Manajemen *Call Center* PT ”X” disini harus mampu menciptakan sebuah kultur yang responsif terhadap pelanggan dan para karyawannya agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya.

Manajemen disini berperan memberikan bimbingan yang baik dalam membantu para manajer menciptakan kultur-kultur seperti karyawan yang ramah dan sopan, mudah didatangi, berpengetahuan, cepat dalam merespons kebutuhan pelanggan dan bersedia melakukan apapun yang diperlukan untuk menyenangkan pelanggan (Robbins & Judge,2008,p. 28).

Namun kemudahan mengakses dan keunggulan mesin tetap harus ditunjang oleh sumber daya manusia yang tangguh yang mampu menempatkan PT "X" sebagai maskapai yang tetap *plat merah* dan terpecaya di Indonesia.

Bagi pelanggan yang sekadar menanyakan informasi seperti jumlah tagihan mungkin dengan mesin penjawab bisa teratasi tapi jika sudah menyangkut penyelesaian masalah atau komplain unsur manusia yang paling berperan. Bagaimanapun juga dalam kompetisi pelayanan manusialah yang menjadi sumber *differensiasi* terbesar. Tekanan pekerjaan mempengaruhi daya inovasi dan kreatifitas setiap karyawan.

Fakta menunjukkan bahwa peranan manusia dalam menunjang pengimplementasian suatu strategi perusahaan *Strategic Business Unit* (SBU) maupun fungsional sangat penting dan menentukan (Munandar, Sjabadhyni & Wutun,2004,p.3).

Sumbangan tenaga dan pikiran dari seorang karyawan adalah hal penting dan hal ini sejalan dengan salah satu standard operasionalisasi perusahaan yaitu *professionalisme*. Sikap *professionalisme* ini adalah salah satu kunci yang harus dipahami dan dilaksanakan oleh setiap karyawan *Call Center* PT "X" dalam melakukan pelayanan kepada para penumpang.

Hal ini didukung oleh fakta dibawah ini bahwa *Call Center* PT "X" adalah salah satu *call center* terbaik untuk airline sejak tahun 2005, yaitu

Tabel 1.2
Penghargaan yang diterima *Call Center* PT "X"

YEAR	AWARD
2005	<ul style="list-style-type: none"> • Indonesia Best Brand Award (IBBA) by MARS & SWA • Indonesia Golden Brand Award by MARS & SWA • Superbrand Award by Super brand International • Indonesia Customer Loyalty Award (ICLA) by Center Customer Satisfaction & Loyalty & MARKETING • Call Center Award (best call center) by Center Customer Satisfaction & Loyalty & MARKETING • The 4th E-Company Award 2005 dari majalah Warta Ekonomi • Indonesian's The Most Admired Company (IMAC) • Innovation Award by MARS, SWA and BPPT
2006	<ul style="list-style-type: none"> • Call Center Award 2006 Airline, for Achieving Excellent Service Performance. • Indonesia Customer Loyalty Award (ICLA) 2006 from SWA Magazine and MARS Marketing & Research. • National Customer Service Championship Award 2006 from Center for Customer Satisfaction and Loyalty. • Indonesia's Most Admired Companies (IMAC) Award 2006 from BUSINESS WEEK Magazine and FRONTIER Marketing & Research Consultant. • Indonesia Golden Brand 2006, Indonesian Best Brand Award • (IBBA) 2006 from SWA Magazine and MARS Marketing & Research. • Indonesian Customer Satisfaction Award (ICSA) 2006 from SWA Magazine and Frontier Consulting Group. • Safety Award (Indonesia's Most Carring Companies 2006) from Safety Award (Indonesia's Most Carring Companies 2006). • Pemenang penghargaan Situs Web BUMN, Kementerian Negara Badan Usaha Milik Negara. • Superbrands Award for Best Local Brand, Superbrands Internasional
2007	<ul style="list-style-type: none"> • Service Quality Award 2007 (Diamond) from Center for Customer Satisfaction and Loyalty, and Marketing Magazine. • Indonesian Most Adimered Company (IMAC) Airline Category by Frontier & Business Week • Indonesian Best Brand Award (IBBA) by MARS & SWA • IPRA Award 2007 (International Public Relations Association) certificate of Excellent in Crisis Management • Indonesian Customers Satisfaction Award (IVSA) by Frontier & SWA • Indonesian Most Adimered Company (IMAC) Airline Category the Company with the Best Corporate Image Presented by Frontier & Business Week • Call Center Award " Achieving Good Service Performance" for Airline Catagory.
2008	<ul style="list-style-type: none"> • Call Center Award "Achieving Good Service Performance" for Airline Catagory.

Note :

- FRONTIER (Research Consultant)
- SWA (The Leading Business Magazine)
- MARS (Marketing Research Specialist)
- TEMPO (Weekly Magazine)
- BUMN (State Owned Enterprises)
- MarkPlus & Co (Research Consultant)
- Warta Ekonomi (Weekly Business & IT Magazine)
- **Center Customer Satisfaction & Loyalty (Research Consultant)**
- MARKETING (Weekly Magazine)

Sumber : website pt "x"

Dengan penghargaan diatas, para *customer service* PT "X" mampu memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pelanggannya. Hal ini ditunjang dengan Layanan *Call Center* PT "X" dalam hal ini merupakan salah satu layanan pelanggan yang menghubungkan antara penumpang dengan *customer service* yang merupakan perwakilan dari PT "X" melalui telepon yang melayani selama 24 jam untuk kepentingan penumpang termasuk biro perjalanan.

Bagi para penumpang dan biro perjalanan dapat dengan mudah menghubungi PT "X", namun kondisi akan berbeda bagi para karyawan disaat harus mengatasi *abadon call* yang tinggi ditunjang dengan kecepatan menjawab (*speed to answer*) yang dapat membuat para karyawan *Call Center* PT "X" mengalami kejenuhan dengan rutinitas *job desk* yang sama setiap harinya.

Tekanan pekerjaan dapat mempengaruhi daya inovasi dan kreatifitas setiap karyawan, misalnya saja keadaan yang tidak berbahagia di rumah dapat berarti bagi seseorang dikantor tidak akan efektif dan produktif di tempat kerja. Keadaan demikian dapat mengakibatkan seseorang mudah menjadi marah dan berpotensi membuat *turn-over* pegawai lumayan tinggi yang menjadi penyebab susahnyanya *empowerment* pegawai (Redaksi,2008).

Kondisi – kondisi inilah yang memungkinkan setiap karyawan di *Call Center* PT "X" merasakan kejenuhan hingga berakibat pada stres kerja dan dapat berakibat pada motivasi dan orientasi kerja yang berubah pada diri karyawan.

1.2 Pokok Permasalahan

Karyawan bekerja dengan motivasi, kepuasan kerja, tingkat stres, kondisi fisik pekerjaan, sistem kompensasi, desain pekerjaan dan aspek –aspek ekonomis, teknis serta berperilaku lainnya. Pemahaman terhadap faktor – faktor yang mempengaruhi produktivitas ini sangat penting karena dapat memilih faktor – faktor peningkatan produktivitas yang sesuai dengan situasi tertentu (Handoko,2000,p.193).

Pengaruh stres kerja pada karyawan perlu dikondisikan dengan sehingga karyawan memiliki motivasi dan semangat kinerja yang baru bagi setiap karyawan dan kondisi ini ditunjang dengan keinginan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan motto reservasi yang harus diterapkan oleh setiap para karyawan *Call Center* PT "X" yaitu Cepat , Tepat, dan Teliti.

Sebagai organisasi yang bergerak dibidang jasa penerbangan, sumber daya satu manusia merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan tingkat persaingan khususnya dalam industri penerbangan.

Seperti diutarakan oleh Yuliana Agung (Majalah Marketing, 2004), mengatakan :

"Tantangan terbesar *Call Center* saat ini adalah tingginya *turnover* karyawan *Call Center* dan situasi kerja yang sangat "hectic" menyebabkan tingkat kebosanan yang tinggi sehingga gaji yang lumayanlah yang mampu membuat mereka bertahan."

Survei yang pernah dilakukan oleh *Call Center Council of Singapore* (CCCS) terhadap *call center* di tujuh negara Asia termasuk Indonesia pada tahun 2003 dinyatakan bahwa rata – rata *turn-over* adalah 15% dalam kurun waktu 22 bulan. Survei ini menunjukkan bahwa *call center* mempunyai persoalan tenaga kerja pada periode tahun kedua operasionalnya.

Pada tahun pertama, para agen masih dalam tahap pengembangan. Tahun kedua seiring dengan beban kerja dan rutinitas *call center*, para agen memiliki problematika pada motivasi kerja dan jenjang karir. Tahun ketiga, tekanan kerja dan perubahan ritme kerja yang tinggi menyebabkan agen memilih untuk berpindah dari satu bidang ke bidang kerja lainnya. Masalah jenjang karir merupakan salah satu penyebab *turn-over* pada *call center*.

Hal ini ditunjang dengan lingkungan *call center* yang menuntut dinamika perubahan yang cepat, tekanan kerja dalam *shift* dan tidak teraturnya waktu kerja dan libur. Hal ini karena operasioanalisis *call center* berlangsung selama 24 jam sehari, 7 hari dalam seminggu dengan menggunakan tenaga yang sama (Andi Anugrah, 2004).

Hal ini diperkuat dengan kondisi yang terjadi pada *Call Center* PT "X" seperti diutarakan oleh Roy Ritonga selaku *GM Distribution Channel dan Agent* PT "X" (Tabloid Apa Kabar, 2007), mengatakan :

"Fungsi CC adalah bekerjasama dengan PT "Y" sebagai channel dan distribusi PT "X". Saat ini telepon masuk (incoming call) ke CC, rata-rata sebanyak 3.500 ribu telepon/bulan dimana telepon untuk booking 134 ribu/bulan dan payment 3.000 ribu/bulan. Terkait kasus telepon yang tak terjawab lanjutnya dikatakan "Sistem CC biasanya hanya menerima 18 – 22 ribu/hari namun pernah melonjak mencapai 34 ribu/hari yang menyebabkan trouble".

Kedua pernyataan diatas dipertegas dengan salah satu pendapat responden ms x yang menyatakan, sebagai berikut:

Kerjaan ada target-targetnya lah dari sistem auxnya, kondisi lingkungan kerja. Kalo untuk aux & staff timenya itu target sebenarnya untuk hari libur sekitar 120call/hari minimal, kalo hari biasa sekitar 140call/hari itu juga minimal. Kalo yang bagus itu 7 jam online baru bisa dapet. Yang paling berat kejenuhannya ya itu kerjaannya itu itu aja".

Hal ini juga diperkuat oleh pendapat responden ms y yang mengemukakan hal sebagai berikut :

”Saat – saat jenuh terutama menghadapi peraturan yang kadang mengekang atau terkesan dibuat – buat/ tidak fleksibel hingga tidak nyaman. Rasa jenuh juga akibat target call dan tunjangan prestasi. Ini dari tahun ke tahun tunjangan diberlakukan tetap sama jumlah nominalnya, itu otomatis mengganggu apalagi orang kerja kan uang tujuan utamanya. Target itu juga mengganggu”.

Kondisi – kondisi yang diutarakan para responden mendukung seperti ketentuan standar operasionalisasi kerja, sebagai berikut :

Tabel 1.3
Standar Operasionalisasi Kerja dan Perputaran Karyawan
Tahun 2008

Target Caller	Bahasa Indonesia		Bahasa Inggris	
	Hari Biasa	Hari libur	Hari Biasa	Hari libur
	120	100	95	70
Turn Over	72 Orang/Tahun (Per November 2008)			
Staff Time	8 Jam/Hari			
Talk -Time Yang Disarankan	2-3 Menit/Caller			

Sumber : Diolah berdasarkan wawancara dengan Koordinator *Call Center* PT "X", 2008

Kondisi – kondisi inilah yang memungkinkan setiap karyawan di *Call Center* PT "X" merasakan kejenuhan hingga berakibat pada stres kerja dan dapat mempengaruhi motivasi dan orientasi kerja yang berubah.

Maka berdasarkan uraian latar belakang diatas pokok permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini meliputi

- Bagaimana gambaran faktor – faktor yang membangkitkan stres kerja pada diri karyawan menurut persepsi karyawan *outsourcing Call Center* PT "X" ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pokok permasalahan yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- Untuk menjelaskan mengenai gambaran faktor – faktor yang membangkitkan stres kerja pada diri karyawan menurut persepsi karyawan *outsourcing Call Center* PT "X".

1.4 Signifikansi Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara akademik maupun secara praktis.

1. Secara Akademis

Penelitian ini dilakukan untuk kepentingan skripsi yang diharapkan dapat menambah pemahaman bagi berbagai pihak khususnya mahasiswa di bidang Sumber Daya Manusia dalam sebuah organisasi bisnis.

2. Secara Praktis

Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan masukan sebagai bahan informasi bagi perusahaan tentang gambaran yang terjadi pada diri karyawan *call center* untuk lebih meningkatkan kinerja dan kepuasan kerja para karyawan *outsourcing* pada *Call Center* PT "X" Jakarta Pusat.

1.5 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan memiliki beberapa kelemahan yang membatasi kesempurnaannya. Oleh karena itu, keterbatasan ini perlu diperhatikan untuk penelitian – penelitian berikutnya, antara lain :

- ❖ Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang memberikan manajemen sumber daya manusia kepada pihak lain, sehingga bukanlah karyawan tetap yang diteliti yang memungkinkan hasil penelitian ini memiliki pengaruh kepada komitmen kepada para karyawan terhadap pekerjaannya.
- ❖ Berkaitan dengan dimensi serta indikator – indikator yang ada dalam teori stres khususnya ada yang berasal dari faktor intrinsik organisasi dan faktor ekstrinsik dari luar organisasi. Maka dalam penelitian ini, peneliti membatasi penelitian pada faktor – faktor yang membangkitkan stres para karyawan dari dalam organisasi saja. Sehingga penelitian kali ini belum memberikan gambaran yang sempurna tentang persepsi karyawan atas faktor yang berasal dari luar organisasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Hasil penelitian ini disajikan dengan bentuk sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang permasalahan. Pokok permasalahan, Tujuan penelitian yaitu untuk menjelaskan gambaran stres pada diri karyawan outsourcing *call center* PT "X", Signifikansi penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Setelah penulis memahami latar belakang masalah penelitian maupun pokok permasalahan seperti yang tertuang di bab I, maka pada bab kedua ini berisi penjabaran tentang teori – teori yang berhubungan dengan variabel yang diangkat. Pada bab ini terdiri dari

Penelitian sebelumnya, Konstruksi model analisis dan teori –teori yang digunakan dalam penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, jenis metode penelitian, populasi dan sampel penelitian, kegiatan pengumpulan data, teknik pengumpulan data, operasionalisasi konsep dan profil call center PT "X".

BAB IV : PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisikan tentang profil perusahaan, karakteristik responden, analisis validitas dan realibilitas, analisis data deskriptif yang merupakan penyajian data- data hasil penelitian pada diri karyawan *outsourcing call center* PT "X" berdasarkan persepsi terhadap faktor – faktor yang membangkitkan stres kerja dan perhitungan skor atas indikator berdasarkan hasil di lapangan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran-saran yang terkait dengan hasil penelitian yaitu gambaran faktor – faktor yang membangkitkan stres kerja pada diri karyawan *outsourcing call center* PT "X" Jakarta Pusat.