BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Profil Telkomsel

PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel) didirikan pada tahun 1995. Telkomsel adalah operator selular GSM pertama di Indonesia dengan layanan pascabayar kartuHALO yang diluncurkan pada tanggal 26 Mei 1995. Pada tanggal 1 November 1997, Telkomsel menjadi operator selular pertama di Asia yang menawarkan layanan GSM prabayar.

Kantor pusat Telkomsel terletak di Jakarta, Indonesia. Telkomsel adalah bagian dari *Bridge Alliance* (aliansi operator terbesar di Asia Pasifik) bersama 10 operator selular dari 10 negara Asia Pasifik lainnya yang memungkinkan anggotanya untuk membangun infrastruktur selular regional dan program layanan bersama. Telkomsel terdaftar sebagai perseroan terbatas (PT). Para pemegang saham Telkomsel meliputi PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) dengan kepemilikan sebesar 65% dan Singapore Telecom Mobile Pte Ltd (SingTel Mobile) sebesar 35%.

Sebagai operator selular nomor 7 terbesar di dunia dalam hal jumlah pelanggan, Telkomsel merupakan pemimpin pasar industri telekomunikasi di Indonesia yang kini dipercaya melayani lebih dari 131,5 juta pelanggan hingga akhir 2013 (tribunnews.com, januari 2014).

Dalam upaya memandu perkembangan industri telekomunikasi selular Indonesia yang memasuki era baru layanan *mobile boroadband*, Telkomsel secara konsisten mengimplementasikan *roadmap* teknologi 3G, HSDPA (*high speed downlink packed access*), HSPA+ (*high speed*

packed access), serta uji coba teknologi *Long Term Evolution* (LTE). Kini Telkomsel mengembangkan jaringan *broadband* di 100 kota besar di Indonesia. Untuk membantu pelayanan kebutuhan pelanggan, Telkomsel kini didukung akses *call center* 24 jam dan 430 pusat layanan yang tersebar di seluruh Indonesia.

Telkomsel memiliki tiga produk GSM, yaitu simPATI (prabayar), kartu AS (prabayar), dan kartuHalo (pascabayar). Selain itu, Telkomsel juga memiliki layanan internet nirkabel lewat jaringan telepon selular, yaitu Telkomsel Flash. Telkomsel bekerja pada jaringan 900/1.800 MHz. (www.Telkomsel.com , 2014).

1.1.2. Visi dan Misi Telkomsel

Visi Telkomsel adalah sebagai berikut :

"Menjadi penyedia layanan dan solusi *mobile digital lifestyle* kelas dunia yang terpercaya"

Misi Telkomsel adalah sebagai berikut :

"Memberikan layanan dan solusi *mobile digital* yang melebihi ekspektasi pelanggan memberikan nilai tambah kepada para *stakeholders* , dan mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa".

1.1.3. Produk dan Layanan Telkomsel

Telkomsel bergerak di bidang penyediaan jasa Telekomunikasi yang dihadirkan dengan menggunakan GSM (*Global System for Mobile*) dimana sistem ini memiliki keunggulan dalam hal kemampuan menghasilkan kualitas suara yang jernih dan ditunjang dengan semakin luasnya jangkauan dari tahun ke tahun. Telkomsel terus memperluas *coverage*, kualitas jaringan dan *new business* (*mobile wallet*, *broadband*, *konten*) guna meningkatkan mutu layanannya. Saat ini Telkomsel memiliki lebih dari 54.000 BTS sehingga total jaringan

Telkomsel telah mencapai lebih dari 95% dari total area populasi Indonesia, termasuk kota besar, kabupaten, hingga kecamatan.

Produk Telkomsel :

a. kartuHALO
b. simPATI
c. Kartu AS
d. Telkomsel Flash
e. Kartu Facebook
f. Kartu LOOP (sebelumnya bernama simPATI LOOP)

Layanan Telkomsel :

1. Telkomsel Poin

   Program TelkomselPOIN merupakan program loyalitas pelanggan yang ditujukkan untuk seluruh pelanggan Telkomsel. Program ini bertujuan untuk memberikan penghargaan kepada pelanggan Telkomsel yang telah setia menggunakan produk dan layanan Telkomsel. Pelanggan dapat menukar poin yang dimiliki dengan berbagai program yang ditawarkan *call* ke UMB *700# atau *call center* 133 untuk pascabayar dan 155 untuk prabayar.

2. HSPA+

   Mulai september 2009, Telkomsel menambah layanan HSPA+ (*High Speed Packet Access*) dengan kecepatan hingga 21Mbps yang rencananya akan diterapkan di 24 kota di Indonesia hingga akhir 2010.

3. GraPARI

   GraPARI adalah akronim dari Graha Pari Sraya yang dijadikan nama pusat layanan pelanggan Telkomsel. Nama tersebut

berasal dari bahasa Sansekerta yang diberikan oleh Sri Sultan Hamengkubuwono X sebagai tanda penghargaan atas diresmikannya kantor pelayanan Telkomsel di Yogyakarta. Sejak saat itu seluruh pusat pelayanan Telkomsel dinamakan GraPARI Telkomsel.

1.1.4. Sekilas GraPARI

GraPARI sebagai kantor pelayanan yang difokuskan untuk melayani pelanggan dan calon pelanggan. Selain itu, GraPARI menyediakan penjualan produk sendiri seperti kartuHALO dan simPATI. GraPARI tidak menjual perangkat telepon selular kecuali jika ada kebijaksanaan tertentu untuk menjual dalam bentuk paket produk Telkomsel.

GraPARI menjual dan memasarkan kartuHALO maupun simPATI untuk mempermudah masyarakat memperoleh produk Telkomsel, karena ada diantara pelanggan diseluruh Indonesia tersebut hanya tahu bahwa untuk mendapatkan kartuHALO dan simPATI harus ke kantor Telkomsel. Mereka belum mengetahui bahwa kartuHALO dan simPATI juga dapat diperoleh di dealer resmi, outlet eksklusif maupun ritel. Dengan kata lain GraPARI hanya sebagai salah satu alternatif kemudahan untuk memperoleh dan menutupi pangsa pasar yang tidak tertampung oleh saluran distribusi Telkomsel lainnya.

Pelanggan yang datang ke GraPARI untuk mendapatkan produk bukan hanya pelanggan perseorangan tetapi dealer resmi, outlet eksklusif dan juga ritel. Jenis pemesanan yang dilakukan oleh pihak saluran distribusi tentunya berbeda dalam hal prosedur pembayaran.

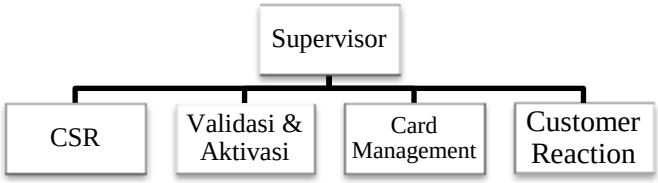
Service Operation (SO)

Service operation adalah sub divisi yang melayani keluhan dan kebutuhan pelanggan yang bertempat di GraPARI Telkomsel. Sub

divisi ini melakukan pembagian *Job Desk* serta wewenang yang berbeda-beda dalam menghadapi dan melayani kebutuhan para pelanggan yang datang ke GraPARI Telkomsel. Untuk melihat pembagian *job desk* secara lebih terperinci dapat dilihat dari struktur organisasi divisi *Service Operation* sebagai berikut :

Gambar 1.1

Struktur Organisasi Sub Divisi *Service Operation*



Sumber : GraPARI Telkomsel

Keterangan *Job Desk* :

Divisi *Service Operation* dikontrol oleh seseorang *supervisor* yang selain bertugas untuk mengontrol kegiatan di divisi ini, seorang *supervisor* juga memiliki tanggung jawab untuk *mereview* hasil pekerjaan para pegawai yang berada pada sub divisi ini. Agar seluruh kegiatan yang ada pada sub divisi ini dapat berjalan dengan baik, maka sub divisi *service operation* ini dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu :

1. CSR (*Customer service*)

   Pada divisi *service operation*, CSR sebagai divisi *frontline* yang langsung berhadapan dengan pelanggan dan memiliki tugas sebagai berikut :

a. Melayani kebutuhan calon pelanggan dan pelanggan (aktivasi kartuHALO, aktivasi Telkomsel Flash, migrasi kartu, ganti nomor, keluhan pelanggan)
b. Menjelaskan dan memeriksa kelengkapan dokumen persyaratan berlangganan.

2. Validasi dan Aktivasi

   Terdiri dari *desk validation*, televalidasi, admin survei, dan koordinator surveior. Secara garis besar tugas dibagian validasi dan aktivasi adalah melakukan pengecekan terhadap kelengkapan dokumen aplikasi yang diterima untuk memastikan bahwa data yang diisi oleh calon pelanggan benar adanya, pengecekan data *blacklist* dan *add contact* terhadap calon pelanggan, melakukan kegiatan tervalidasi kepada calon pelanggan, membuat rekap data pending dan tindaklanjutnya, melakukan kegiatan survei diwilayah Bandung, selanjutnya membuat rekapan laporan kegiatan survei secara mingguan dan melaporkannya ke SO Bandung.

3. *Card Management*

   Card Management bertugas untuk mengatur nomor kartuHALO yang keluar, agar tidak terjadi tumpang tindih antara kepemilikan nomor yang baru.

4. *Customer Reaction*

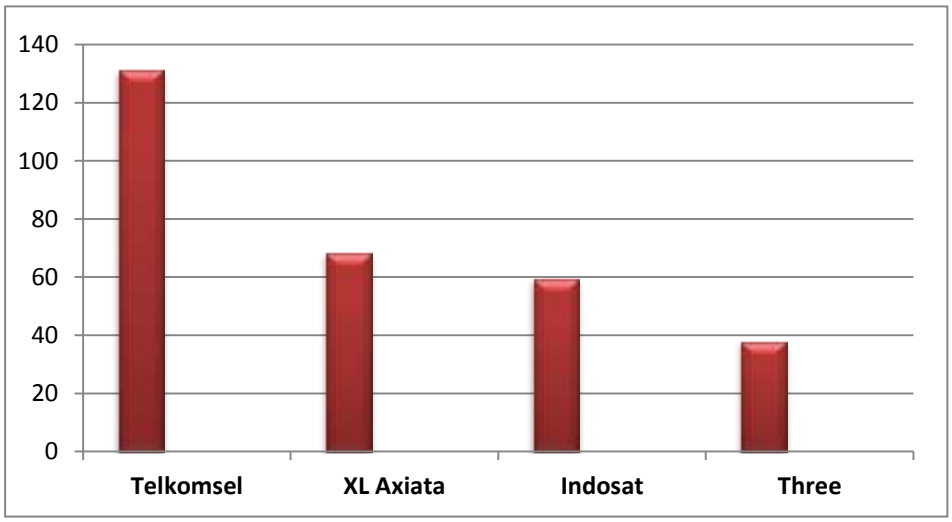
   Customer Reaction bertugas untuk menindaklanjuti keluhan-keluhan pelanggan, menganalisa pelanggan dan membantu *customer service* jika mengalami kesulitan dalam melayani kebutuhan pelanggan.

1.2. Latar Belakang Penelitian

Industri telekomunikasi di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini bisa dilihat dari tingginya kualitas pengguna jasa telekomunikasi selular. Analisis lembaga intelijen Amerika Serikat (CIA), menyebutkan bahwa jumlah pengguna ponsel di Indonesia mencapai 236,8 juta pelanggan selular. Dari jumlah itu, belum terdata berapa orang yang memiliki ponsel lebih dari satu. Indonesia pun menempati posisi kelima negara dengan jumlah pengguna ponsel terbanyak di dunia. (www.detik.com , 21 Agustus 2013).

Grafik 1.1

Jumlah Pelanggan Selular di Indonesia Tahun 2014



Berdasarkan Grafik 1.1, Telkomsel menduduki peringkat pertama pengguna selular sebanyak 131,5 juta pelanggan, peringkat kedua XL Axiata sebanyak 68,5 juta pelanggan, jumlah ini bertambah sejak Axis di akuisisi oleh XL Axiata, peringkat ketiga Indosat dengan pelanggan sebanyak 59,7 juta, dan peringkat keempat Three dengan pelanggan sebanyak 38 juta. (www.techinasia.com, 15 May 2014)

Gambar 1.2

Jumlah Penduduk Indonesia

Negara	Perkiraan Penduduk Beberapa Negara (juta), 2008-2012									
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011 [1]	2012 [1]	2013 [1]
Amerika Serikat	299,8	302,7	299,6	302,3	305,0	309,5	312,2	315,0	317,8	320,6
Arab Saudi	23,1	23,6	24,7	25,5	26,2	26,8	27,3	27,8	28,4	29,0
Australia	20,2	20,4	20,7	21,1	21,5	22,0	22,4	22,7	23,1	23,3
Bangladesh	150,7	153,1	142,4	143,9	145,5	149,5	151,1	153,0	155,0	157,2
Belanda	16,2	16,3	16,4	16,4	16,5	16,6	16,6	16,7	16,7	16,8
Belgia	10,4	10,4	10,5	10,5	10,6	10,9	10,9	11,0	11,1	11,1
Brazil	183,9	186,1	188,0	189,8	191,5	193,5	195,2	197,0	198,8	200,7
Cina	1303,7	1312,3	1314,6	1321,2	1328,3	1351,2	1359,8	1368,2	1376,6	1384,7
Denmark	5,4	5,4	5,4	5,5	5,5	5,5	5,6	5,6	5,6	5,6
Federasi Rusia	143,9	143,2	143,5	143,3	143,2	143,7	143,6	143,4	143,0	142,6
Filipina	83,9	85,5	87,1	88,6	90,2	91,9	93,4	95,1	96,9	98,7
Finlandia	5,2	5,2	5,3	5,3	5,3	5,3	5,4	5,4	5,4	5,4
Hongkong	6,8	6,9	6,8	6,9	6,9	7,0	7,0	7,1	7,1	7,2
India	1113,3	1130,6	1157,0	1173,5	1190,9	1190,1	1205,6	1222,0	1238,7	1255,7
Indonesia [2]	216,4	219,8	222,7	225,6	231,6	235,0	238,5	242,0	245,4	248,8
Inggris	60,0	60,3	60,5	60,9	61,3	61,7	62,1	62,4	62,8	63,1

Sumber : www.bps.go.id

Berdasarkan Gambar 1.2, jumlah Penduduk Indonesia mencapai 248,8 juta penduduk, lebih kecil dibandingkan dengan jumlah pengguna selular yang mencapai 297,7 juta pelanggan. Dan Telkomsel sebagai perusahaan telekomunikasi selular dengan pangsa pasar terbesar di Indonesia dengan jumlah pelanggan mencapai 131,5 juta di akhir tahun 2013 harus mampu mempertahankan pelanggan yang dimilikinya agar tidak beralih ke provider lainnya. Salah satu caranya adalah dengan menyediakan unit layanan untuk menampung berbagai permasalahan pelanggan dan calon pelanggan mengenai produk maupun layanan yang diberikan.

Telkomsel memiliki beberapa unit layanan khusus untuk melayani kebutuhan pelanggan dan calon pelanggan. Beberapa unit layanan khusus antara lain GeraiHALO sebagai *franchaise* dealer Telkomsel, *call center* sebagai layanan online 24 jam, PSO (*Physical Sharing Outlets*) sebagai layanan yang berhubungan langsung dengan pelanggan dan calon pelanggan yang tersebar di wilayah Indonesia.

GraPARI merupakan unit layanan Telkomsel yang memiliki fungsi sebagai tempat untuk melayani pelanggan dan calon pelanggan, salah satunya menyelesaikan permasalahan mengenai produk dari Telkomsel maupun permasalahannya. Pihak yang berhubungan langsung dengan pelanggan adalah *customer service*. Pelanggan yang datang ke GraPARI setiap harinya relatif banyak. Selain itu, karyawan *customer service* dituntut agar saat menyelesaikan permasalahan pelanggan, antrian pelanggan selanjutnya tidak menunggu melebihi selama 15 menit. Berikut ini merupakan data jumlah pengunjung GraPARI Bandung tiap hari kerja selama bulan April, Mei, dan Juni 2014.

Tabel 1.1

Data Pengunjung GraPARI Telkomsel Tahun 2014

Bulan	Minggu Ke	Jumlah Pengunjung (per hari kerja)						(TP)	(RP)	(PP) %
		S	S	R	K	J	S			
APRIL	Minggu 1		234	217	260	348	219	1278	256	94,2
	Minggu 2	121	293	276	329	184	253	1456	243	94,3
	Minggu 3	349	250	108	220	118	146	1191	198	70,2
	Minggu 4	243	362	278	205	279	238	1605	267	70
	Minggu 5	214	186	318				718	239	64
	Total pengunjung bulan April							6248		
MEI	Minggu 1				198	267	205	670	223	76,3
	Minggu 2	263	276	238	218	318	217	1530	255	86
	Minggu 3	280	236	211	247	249	171	1394	232	83,7
	Minggu 4	266	239	216	196	287	249	1453	242	97
	Minggu 5	179	238	195	274	202	226	1314	219	88,8
	Total pengunjung bulan Mei							6361		
JUNI	Minggu 1	316	253	296	253	280	184	1582	264	93
	Minggu 2	208	215	284	124	202	208	1241	207	96
	Minggu 3	235	120	142	217	279	215	1208	201	99,8
	Minggu 4	124	237	182	225	143	174	1085	180	80,5
	Total pengunjung bulan Juni							5116		

Sumber : hasil pengolahan data pengunjung GraPARI

Keterangan :

a. TP (Total Pengunjung) : Total pengunjung dalam kurun waktu satu minggu (6 hari kerja).

b. RP (Rata-Rata Pengunjung) : Rata-rata pengunjung yang dimaksud adalah rata-rata jumlah pengunjung per hari, diperoleh dari data perhitungan jumlah pengunjung tiap minggunya.
c. PP (Persentase Penyelesaian) : Persentase Penyelesaian permasalahan pelanggan selama 15 menit.

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa total jumlah pengunjung terbanyak adalah bulan Mei sebanyak 6.361 orang, bulan April 6.248 orang, selanjutnya bulan Juni sebanyak 5116 orang. Target penyelesaian keluhan pelanggan agar antrian pelanggan berikutnya tidak melebihi 15 menit sebagaimana yang telah ditetapkan GraPARI, namun pada kenyataanya data pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa persentase penyelesaian permasalahan pelanggan selama 15 menit tidak seratus persen dapat terpenuhi setiap harinya.

Salah satu yang perlu diperhatikan oleh perusahaan agar kinerja sumber daya manusianya baik adalah stres kerja pada karyawan. Dalam penelitian ini, sumber daya yang dimaksud adalah karyawan *Customer service* GraPARI Telkomsel. Menurut Robbins dan Judge (2009: 673-674) terdapat tiga sumber stres yang mengancam individu dan dapat digolongkan ke dalam:

1. Faktor stres lingkungan luar, yaitu adanya ketidakpastian lingkungan mempengaruhi desain dari struktur organisasi, ketidakpastian itu juga mempengaruhi tingkat stres di kalangan para karyawan dalam organisasi tersebut,
2. Faktor stres organisasi, yaitu tekanan untuk menghindari kekeliruan atau menyelesaikan tugas dalam satu kurun waktu yang terbatas, beban kerja yang berlebihan, seorang pemimpin

yang menuntut dan tidak peka, serta rekan kerja yang tidak menyenangkan, dan

3. Faktor stres individu, yaitu mencakup faktor-faktor yang mencakup kehidupan pribadi karyawan. Terutama sekali faktor-faktor ini adalah isu keluarga, masalah ekonomi pribadi, dan karakteristik kepribadian yang inhern.

Berdasarkan data dari tabel 1.1, dapat dilihat bahwa tuntutan dalam pekerjaan yang meliputi : banyaknya jumlah pelanggan yang harus diselesaikan tiap harinya, penyelesaian permasalahan pelanggan agar pelanggan berikutnya tidak menunggu lebih dari 15 menit, dan berbagai faktor lainnya dapat memicu stres kerja karyawan *customer service.* Hal ini dapat dibuktikan dari tabel data pengunjung yang menghasilkan perhitungan persentase penyelesaian (PP), dari bulan April, Mei, dan Juni 2014 tidak sepenuhnya tercapai 100% untuk menyelesaikan permasalahan pelanggan tidak lebih dari 15 menit. Tinggi rendahnya stres atau tekanan kerja nantinya akan berpengaruh pada tinggi rendahnya kinerja karyawan itu sendiri. Hal ini sesuai dengan pendapat Higgins bahwa terdapat hubungan langsung antara stres dengan kinerja karyawan (Umar, 2001 : 264).

Dengan diketahuinya penyebab stres kerja, maka dapat berkontribusi terhadap pekerjaan customer service, yang mempengaruhi tingkat kinerja karyawan. Kinerja karyawan mempunyai peran penting dalam membentuk *image* perusahaan, karena mereka bertindak sebagai pihak yang berhubungan langsung dengan pelanggan dan calon pelanggan. Oleh karena itu, suatu perusahaan perlu melakukan penilaian kinerja pada karyawannya. Penilaian kinerja karyawan sebaiknya dapat memberikan suatu gambaran akurat mengenai prestasi kerja karyawannya.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai faktor-faktor pemicu stres kerja karyawan *customer service* di GraPARI Telkomsel jalan Dago dan jalan Banda Bandung dengan judul penelitian :

Analisis Faktor Pemicu Stres Kerja Karyawan *Customer Service* GraPARI Telkomsel Bandung.

1.3. Perumusan Masalah

Kajian utama dalam penelitian ini difokuskan pada masalah stres kerja karyawan *customer service*. Tingginya tekanan dan beban kerja memicu stres kerja karyawan. Karyawan tidak lepas dari perhatian perusahaan agar bekerja lebih produktif guna mencapai tujuan perusahaan. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Seberapa tinggi faktor-faktor pemicu stres kerja karyawan *customer service* GraPARI Telkomsel Bandung ?
2. Seberapa tinggi faktor-faktor pemicu stres kerja ditinjau berdasarkan karakteristik karyawan *customer service* GraPARI Telkomsel Bandung ?
3. Bagaimana dominasi faktor pemicu stres kerja karyawan *customer service* GraPARI Telkomsel Bandung ?

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa tinggi faktor-faktor pemicu stres kerja karyawan *customer service* GraPARI Telkomsel Bandung.
2. Untuk mengetahui seberapa tinggi faktor-faktor pemicu stres kerja ditinjau berdasarkan karakteristik karyawan *customer service* GraPARI Telkomsel Bandung.

3. Untuk mengetahui dominasi faktor-faktor pemicu stres kerja karyawan *customer service* GraPARI Telkomsel Bandung.

1.5. Kegunaan Penelitian

1. Bagi perusahaan
   a. Sebagai gambaran tentang tingkat stres yang terjadi pada karyawan baik dari stres didalam organisasi maupun stres diluar organisasi.
   b. Sebagai bahan evaluasi yang dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam menyusun kebijakan-kebijakan yang berhubungan dengan stres kerja.

2. Bagi Peneliti

   Sebagai sarana pembelajaran dalam membuat penelitian, menganalisa fenomena yang ada secara objektif khususnya yang berhubungan dengan faktor stres kerja karyawan.

1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, dan kegunaan serta sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka yang dikaji dalam bab ini adalah yang terkait dengan permasalahan yang ingin ditelaah secara lebih mendalam dalam penelitian ini, yaitu meliputi stres kerja dan perilaku stres kerja berdasarkan karakteristik karyawan.

BAB III. METODE PENELITIAN

Dalam bagian ini akan dijelaskan mengenai jenis penelitian yang akan dilakukan, meliputi jenis penelitian yang akan digunakan, variabel operasional, populasi dan sampel, pengumpulan data, pengujian validitas, pengujian reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini dijelaskan tentang hasil analisis dan pengolahan data yang dilakukan serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini akan dikemukakan kesimpulan dari hasil penelitian beserta rekomendasi bagi perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya.