

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan telekomunikasi (TIK) serta jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 75%, sedangkan 25% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM” dan *New York Stock Exchange* (NYSE) dengan kode “TLK”.

Dalam upaya bertransformasi menjadi *digital telecommunication company*, TelkomGroup mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*). Transformasi tersebut akan membuat organisasi TelkomGroup menjadi lebih *lean* (ramping) dan *agile* (lincah) dalam beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan *customer experience* yang berkualitas.

Kegiatan usaha TelkomGroup bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlibat dari lini bisnis yang terus berkembang melengkapi *legacy* yang sudah ada sebelumnya.

Saat ini TelkomGroup mengelola 6 produk portofolio yang melayani empat segmen konsumen, yaitu korporat, pemerintahan (*government*), retail dan segmen konsumen lainnya. Berikut penjelasan portofolio bisnis TelkomGroup:

- 1) Mobile. Portofolio ini menawarkan produk *mobile voice*, SMS dan *value added service*, serta *mobile broadband*. Produk tersebut ditawarkan melalui entitas anak, Telkomsel, dengan merk Kartu Halo pasca bayar dan simpati, Kartu As dan Loop untuk pra bayar.

- 2) Fixed. Portofolio ini meberkan layanan *fixed service* meliputi *fixed voice*, *fixed broadband*, termasuk Wi-Fi dan *emerging wireless technology* lainnya, dengan *brand* IndiHome.
- 3) Wholesale & International. Produk yang ditawarkan antara lain layanan interkoneksi, *network service*, Wi-Fi, Vas, *hubbing data center* dan *content platform*, data dan internet, dan *solution*.
- 4) Network Infrastructure. Produk yang ditawarkan meliputi *network service*, satelit, infrastuktur dan tower.
- 5) Enterprise Digital. Terdiri dari layanan information and communication technology platform service dan smart enabler platform service.
- 6) Consumer Digital. Terdiri dari media dan edutainment service, seperti e-commerce (blanja.com), video/TV dan mobile based digital service. Selain itu, kami juga menawarkan digital life service seperti digital *life style* (Langit Musik dan VideoMax), digital payment seperti TCASH, digital advertising dan solusi mobile banking serta enterprise digital service yang menawarkan layanan Internet of Things (IoT)

Dalam perjalanan sejarahnya, Telkom telah melalui berbagai dinamika bisnis dan melewati beberapa fase perubahan, yakni kemunculan telepon, perubahan organisasi jabatan yang merupakan kelahiran Telkom, serta transformasi menjadi perusahaan telekomunikasi berbasis digital.

1882 – Kemunculan Telepon. Pada 1882, kemunculan telepon menyaingi layanan pos dan telegraf yang sebelumnya digunakan padda 1856. Hadirnya telepon mebuat masyarakat kian memilih untuk menggunakan teknologi baru ini. Kala itu, banyak perusahaan swasta menyelenggarakan bisnis telepon. Banyaknya pemain ini membuat industry telepon berkembang lebih cepat, pada 1892 telepon sudah digunakan secara interokal dan tahun 1929 terkoneksi secara internasional.

1965 – Kelahiran Telkom. Pada tahun 1961, pemerintah Indonesia mendirikan Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel) namun seiring perkembangan pesat layanan telepon dan telex, pemerintah Indonesia mengeluarkan PP No. 30 tanggal 6 juli 1965 untuk memisahkan industri pos dan telekomunikasi dalam PN Postel: PN Pos dan Giro serta PN Telekomunikasi. Dengan pemisahan ini setiap perusahaan dapat fokus untuk mengelola portofolio

bisnisnya masing-masing. Terbentuknya PN Telekomunikasi ini menjadi cikal-bakal Telkom saat ini, sejak tahun 2016, manajemen Telkom menetapkan tanggal 6 juli 1965 sebagai hari lahir Telkom.

1995 – Tumbuhnya Teknologi Seluler. Dalam perjalanannya Telkom Indonesia hampir tidak pernah lepas dari disrupsi namun, Telkom Indonesia mampu sustainable dan terus bertumbuh.

Telkom Group dengan 72 anak perusahaannya mengelol 6 portofolio bisnis: Mobile, Fixed, Wholesale & International, Network Infrastructure, Enterprise Digital & Consumer Digital, hadir di 11 negara di seluruh dunia: USA, Australia, Arab Saudi, Selandia Baru, Singapore, Hong kong, Timor Leste, Macau, Taiwan, Malaysia & Myanmar. Di Indonesia, melalui keberadaan 7 divisi regional, 60 witel (wilayah telekomunikasi), 535 outlet plasa, Telkom melayani sekitar 200 juta pelanggan seluler, lebih dari 111 juta pelanggan broadband, 11 juta pelanggan fixed wireline, 1500 pelanggan korporat, 1000 pelanggan Institusi Pemerintah & lebih dari 300 ribu pelanggan UKM.

Skala bisnis global Telkom terus bertumbuh dan berkembang pesat. Telkom merupakan perusahaan yang paling utama tidak hanya di bidang teknologi tetapi juga di bidang sumber daya manusia, talenta-talenta unggul. Telkom menyebutkan talenta sebagai “Great People”.

Jadilah “Great People”, bintang kehidupan bukan hanya bintang pelajar dengan bergabung bersama Telkom. Setiap langkah kegemilangan adalah bakti kita turut membesarkan negeri. Telkom Indonesia untuk Indonesia.

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi: “Be the King of Digital in the Region”.

Visi ini mengandung arti bahwa Perseroan bertransformasi menuju Digital Telco melalui penguatan *broadband connectivity*, pengembangan Digital Telco melalui penguatan *broadband connectivity*, pengembangan *digital mediation platform*, dan peningkatan layanan *digital services & solution*. Perseroan juga melakukan digitasi proses bisnis internal dan mengadopsi budaya digital. Ketiga hal tersebut ditujukan untuk menciptakan *customer experience* terbaik dan meningkatkan daya saing serta *company value* guna memantapkan posisi Perseroan berada di 10 (sepuluh) besar kapitalisasi pasar perusahaan telekomunikasi di kawasan Asia Pasifik pada tahun 2020.

Misi: “*Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization*”.

Deskripsi *Lead Indonesian Digital Innovation*:

1. Telkom memimpin peran aktif untuk meningkatkan daya saing Indonesia.
2. Menjadi perusahaan digital terkemuka, Telkom harus menjadi teladan dalam mengembangkan ekosistem dan kolaborasi digital untuk melakukan berbagai inovasi.
3. Telkom mempromosikan dan memberdayakan inovasi & pengembangan digital local.

Deskripsi *Lead Globalization*: Memanfaatkan inovasi digital Indonesia untuk bersaing secara global.

1.1.3 Logo Perusahaan

Logo perusahaan dari PT Telkom Indonesia yang telah ditetapkan berdasarkan Peraturan Perusahaan No.PD.201.03/2014 tentang New Corporate /Brand Identity pada tanggal 20 Juni 2014 adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Logo PT Telkom Indonesia

(sumber :<http://www.telkom.co.id>)

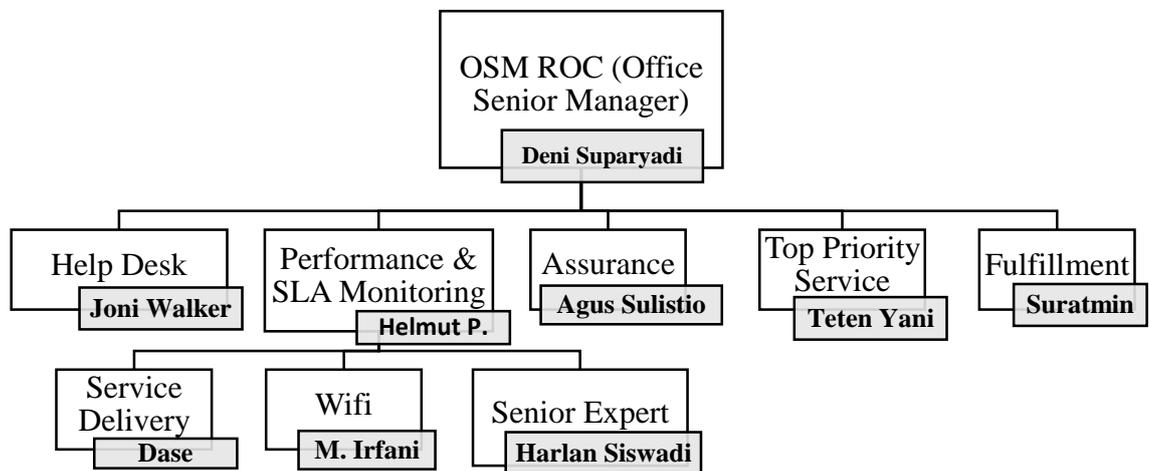
Berikut adalah filosofi makna dari warna-warna yang terdapat pada logo baru PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk :

1. Merah yang memiliki arti berani, cinta, energi, ulet mencerminkan spirit Telkom untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dan perusahaan.
2. Putih yang memiliki arti suci, damai, cahaya, bersatu mencerminkan spirit Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.
3. Hitam merupakan warna dasar yang melambangkan kemauan keras.
4. Abu merupakan warna transisi yang melambangkan teknologi.

1.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan Divisi ROC Regional III

IOC-R (*Integrated Operation Center*) merupakan fungsi *Assurance* dan *Fullfilment* yang berada di Divisi Telkom Regional, yang mempunyai tugas dan fungsi *Assurance*, *Fulfillment* dan *Supervillance* serta O&M, dengan *scope* Transmisi, RMJ, Transmisi Radio, Metro Intra Regional, *Softswich*, TDM, Wifi WAC, dan AP (*Access Point*) serta fungsi eskalasi dari Telkom Wilayah. Organisasi IOC-R mengacu pada pengorganisasian TIOC yang dibentuk berdasarkan basis geografis dan pembagian tanggung jawab network, untuk tingkat regional IOC-R sebagai pusat operasi terintegrasi di level Regional. IOC-R terdiri atas namun tidak terbatas pada Unit:

1. Regional Operation Center (ROC)
2. Manage Service Operation (MSO)
3. Regional Network Operation (RNO)
4. Engineering & Deployment (E&D)



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi ROC Regional III Jawa Barat

sumber: Helmut Performance & SLA Monitoring

Regional Operation Center (ROC) adalah unit dibawah infrastruktur Telkom Regional. Yang mengelola atau mengendalikan operasional untuk penanganan gangguan dan juga *potitioning* pelanggan-pelanggan, baik pelanggan customer retail atau pelanggan-pelanggan indihome dan juga pelanggan-pelanggan bugose (*business, government, and enterprise*).

ROC mengelola beberapa agen untuk mengelola layanan sercive. IOC-R mengintegrasikan seluruh layanan operasi di beberapa unit operasional yang ada di infrastruktur Telkom Regional seperti MSO (*Managed Service Operation*) yang mengelola pelanggan-pelanggan Telkomsel. RNO (*Regional Network Operation*) yang memantau operational jaringan di Telkom Regional.

Fungsinya, walaupun ada melekat pada unit-unit tadi, tetapi secara operasional karyawan *outsourcing* bukan 24 7 (24 jam 7 hari seminggu) maka dikelola operasionalnya oleh ROC.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan adalah suatu lembaga yang diorganisir dan dijalankan untuk menyediakan barang dan jasa agar dapat melayani permintaan konsumen akan kebutuhan mereka. Dalam melaksanakan proses produksinya, suatu perusahaan membutuhkan faktor-faktor produksi yang dapat menunjang tercapainya tujuan perusahaan. Faktor-faktor tersebut adalah bahan baku, modal, dan manusia.

Kebutuhan akan layanan jasa telekomunikasi saat ini semakin meningkat. Perusahaan penyelenggara jasa telekomunikasi pun semakin banyak, sehingga persaingan antar perusahaan untuk memperoleh pelanggan semakin ketat. Agar perusahaan mampu bersaing maka perusahaan harus memanfaatkan potensi yang dimiliki perusahaan adalah potensi sumber daya manusia (*human resources*).

Khususnya pada faktor manusia, faktor ini memang memegang peranan yang sangat penting dalam pelaksanaan proses produksi. Oleh karena itu, pihak manajemen harus selalu memperhatikan faktor manusia atau tenaga kerja yang dapat menentukan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Setiap perusahaan akan selalu berusaha untuk meningkatkan kinerja karyawan dengan harapan bahwa tujuan perusahaan akan tercapai. Berbagai cara akan ditempuh oleh perusahaan dalam meningkatkan kinerja karyawan termasuk karyawan *outsourcing*. Berdasarkan data yang diberikan oleh Telkom IOC Regional III Jawa Barat, berikut tabel 1.1 karyawan terbagi atas 2 yaitu:

TABEL 1. 1
DATA KARYAWAN DIVISI IOC

Karyawan Divisi IOC Regional III Jawa Barat	
Organik (17 orang)	Outsourcing (90 orang)
1 OSM	Agen
7 Manager	
1 Senior Expert	
8 Staff	

Sumber: Performance & SLA Monitoring

Keberadaan karyawan *outsourcing* suatu kenyataan yang sulit untuk dihilangkan karena tidak semua perusahaan sudah benar-benar siap untuk memiliki karyawan tetap dengan segala konsekuensinya. Adanya suatu kenyataan bahwa beberapa jenis bisnis tertentu mengandung ketidakpastian yang tinggi sehingga merupakan resiko besar kalau perusahaan langsung mengangkat karyawan tetap.

Namun, resiko yang mungkin timbul dari karyawan *outsourcing* yang dipilih tidak kompeten, jika proses seleksi dan penempatan tidak dilakukan secara cermat oleh perusahaan *outsourcing*. Sebagai akibatnya, kinerja perusahaan akan menurun sebab keberhasilan suatu perusahaan dipengaruhi oleh kinerja karyawannya termasuk juga kinerja karyawan *outsourcing* di dalam perusahaan tersebut.

Berikut disajikan rekapitulasi daftar absensi karyawan *outsourcing* Telkom IOC Regional III Jawa Barat dari bulan Januari sampai dengan Desember 2017:

TABEL 1. 2
REKAPITULASI ABSENSI KARYAWAN *OUTSOURCING* 2017

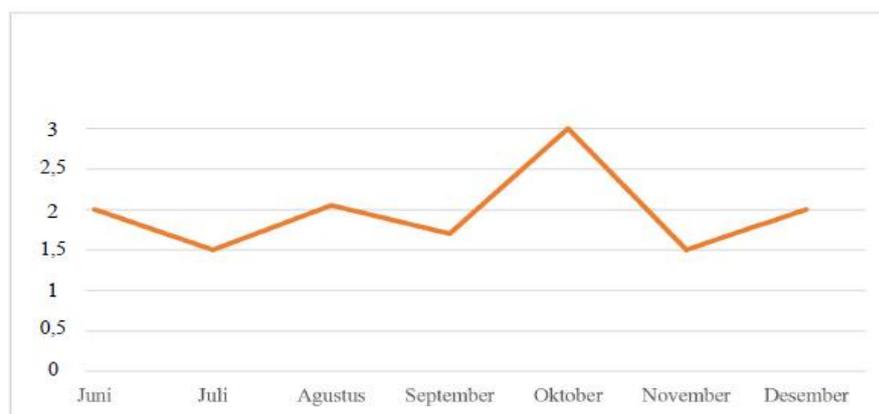
No	Tahun	Bulan	Jumlah Karyawan	Jumlah Hadir (karyawan)	Jumlah Tidak Hadir (karyawan)	Jumlah Tidak Hadir (%)
1	2017	Januari	70	64	6	8,5%
2		Februari	70	65	5	7,1%
3		Maret	71	65	6	8,4%
4		April	72	64	8	11,1%
5		Mei	72	65	7	9,7%
6		Juni	80	72	8	10%
7		Juli	81	73	8	9,8%
8		Agustus	85	78	7	8,2%
9		September	85	76	9	10,5%
10		Oktober	85	78	7	8,2%
11		November	86	81	5	5,8%
12		Desember	86	77	9	10,4%

Sumber: Data Karyawan Outsourcing Telkom IOC Regional III Jawa Barat

Dari tingkat absensi periode bulan Januari sampai dengan Desember tahun 2017 pada tabel 1.2 menunjukkan data karyawan yang tidak hadir atau tidak memenuhi kewajibannya di perusahaan. Keterangan mengenai jumlah ketidakhadiran para karyawan tersebut berarti mengurangi waktu kerja mereka untuk dapat menyelesaikan tugas sesuai dengan waktu yang ditetapkan. Karena jika karyawan melaksanakan pekerjaan tepat waktu dan melebihi target, maka karyawan tersebut akan mendapatkan bonus dari perusahaan.

Dalam penelitian ini Produktivitas dan Kinerja memiliki hubungan, karena produktivitas merupakan suatu aktivitas yang dilakukan untuk menghasilkan dan membuat. Maksudnya menghasilkan dan membuat yaitu: Karyawan *outsourcing* bekerja sebagai sales untuk mempromosikan produk indihome dan harus mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan Telkom IOC Regional III Jawa Barat. Maka produktivitas kerja karyawan *outsourcing* bisa dinilai dan dioptimalkan melalui kinerja. Dan jika kinerja karyawan *outsourcing* bagus dan lancar, pasti produktivitas kerja karyawan *outsourcing* akan bisa dicapai secara optimal.

Dalam pengelolaan sumber daya manusia, Telkom IOC Regional III juga melakukan penilaian kinerja karyawan *outsourcing* dengan terdiri dari prestasi kerja, kerajinan, kinerja dilapangan dan kehadiran. Dengan menggunakan skala 1 sampai dengan 3 (1 terendah 3 terbaik) selama periode tahun 2017, diperoleh nilai rata-rata kinerja karyawan seperti gambar 1.3 berikut:



Gambar 1.3 Kinerja Tenaga Kerja *Outsourcing*

Sumber: Performance & SLA Monitoring

Nilai kinerja rata-rata karyawan periode Juni sampai dengan Desember tahun 2017 pada gambar 1.3 mengindikasikan kinerja yang dicapai oleh karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya masih belum memuaskan. Keterangan di bulan juni berada di skala 2, kemudian bulan Juli menurun menjadi 1,5 lalu naik lagi pada bulan Agustus berada di skala 2, bulan September turun menjadi 1,5. Pada bulan Oktober kinerja karyawan *outsourcing* paling unggul berada di skala 3, yang kemudian turun lagi pada bulan November menjadi 1,5. Dan yang terakhir pada bulan Desember naik lagi berada di skala 2. Mengenai naik turunnya nilai kinerja berarti menyangkut penentuan tingkat kontribusi karyawan atas kinerja yang diekspresikan dalam penyelesaian tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Penilaian yang dilakukan tersebut nantinya akan menjadi bahan masukan dalam menentukan karyawan terbaik demi perbaikan kinerja dalam mengevaluasi produktivitas kerja karyawan setiap tahunnya. Selain itu, perilaku dari karyawan dapat mempengaruhi produktivitas karyawan. Salah satu peristiwa yang sering sekali terjadi dalam perilaku karyawan adalah keputusan karyawan untuk meninggalkan perusahaan. Menurut Handoko (2012:26) mengemukakan bahwa penurunan perputaran tenaga kerja (*turnover*) dapat menjadi komponen-komponen yang dapat mempengaruhi produktivitas karyawan. Berikut data tingkat turnover karyawan *outsourcing* Telkom IOC Regional III Jawa Barat:

TABEL 1. 3
DATA TINGKAT *TURNOVER* KARYAWAN *OUTSOURCING*
PERIODE BULAN JANUARI-DESEMBER 2017

Bulan	Jumlah Karyawan	Jumlah Karyawan Keluar	Persentase <i>Turnover</i> Karyawan
Januari	70 orang	5	7,14%
Februari	70 orang	4	5,71%
Maret	71 orang	6	8,45%
April	72 orang	3	4,16%

Bulan	Jumlah Karyawan	Jumlah Karyawan Keluar	Persentase Turnover Karyawan
Mei	72 orang	5	6,94%
Juni	80 orang	4	5,00%
Juli	81 orang	3	3,70%
Agustus	85 orang	5	5,88%
September	85 orang	2	2,35%
Oktober	85 orang	6	7,05%
November	86 orang	5	5,81%
Desember	86 orang	4	4,65%

Sumber: Data Karyawan Outsourcing Telkom IOC Regional III Jawa Barat

Data tingkat turnover karyawan pada periode bulan Januari-Desember 2017 pada tabel 1.3 mengindikasikan bahwa perputaran karyawan dalam setiap bulannya, walaupun sudah signifikan. Dampak dari naik turunnya angka turnover mengharuskan perusahaan untuk mencari serta merekrut kembali karyawan baru untuk menggantikan karyawan lama. Hasil wawancara dengan beberapa karyawan outsourcing pada tanggal 9 Oktober 2018 diketahui karyawan yang memutuskan untuk keluar dari perusahaan dikarenakan gaji yang tidak sesuai, ketidakpuasan dalam bekerja dan mendapatkan pekerjaan yang lebih baik di luar.

Dari sudut pandang perusahaan, pemberian kompensasi atau balas jasa merupakan suatu biaya yang harus dikeluarkan oleh pihak perusahaan kepada para karyawannya. Oleh karena itu pihak perusahaan harus melakukan suatu penilaian yang teliti mengenai prestasi kerja yang dihasilkan oleh tiap-tiap karyawan tersebut. Hal tersebut dilaksanakan oleh pihak perusahaan karena perusahaan tersebut menghendaki adanya suatu prestasi kerja yang maksimal dari biaya kompensasi yang mereka keluarkan (Alimuddin 2013: 2). Sedangkan apabila dilihat dari sudut pandang karyawan, kompensasi dipandang sebagai alat

untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya secara ekonomis untuk memenuhi kebutuhan hidupnya karena merupakan suatu kenyataan yang tidak dapat disangkal bahwa motivasi dasar bagi kebanyakan orang menjadi karyawan dalam suatu organisasi adalah mencari nafkah.

Dalam wawancara yang dilakukan dengan salah satu staff pada tanggal 12 Oktober 2018 mengatakan bahwa kompensasi yang diberikan oleh Telkom Regional III Jawa Barat kepada para *outsourcing* terbagi dua, yaitu kompensasi finansial dan kompensasi non-finansial yang kemudian penulis adopsi sebagai variable bebas dalam penelitian ini untuk mengukur variable terikat yang dalam penelitian ini yang mana adalah produktivitas karyawan. Berikut merupakan data kompensasi berdasarkan jenis kompensasi yang didapat oleh karyawan *outsourcing* Telkom Regional III Jawa Barat:

TABEL 1.4

DATA KOMPENSASI KARYAWAN OUTSOURCING

Kompensasi Finansial	Kompensasi Non Finansial
1. Gaji	1. Promosi Jabatan
2. Bonus	2. Cuti
3. THR	3. Apresiasi karyawan terbaik
4. Tunjangan kesehatan via BPJS	4. Rekreasi
5. Lembur	5. Pelatihan/Training
6. Pakaian Seragam	

Sumber: Performance & SLA Monitoring

Data kompensasi karyawan diatas mengindikasikan bahwa jenis kompensasi finansial dan kompensasi non finansial yang diterapkan di Telkom Regional III Jawa Barat belum memadai. Karena, karyawan masih mengharapkan adanya jenis kompensasi finansial lainnya seperti: uang makan dan asuransi sebagai jaminan yang dapat meringankan beban jika suatu saat terjadi hal yang tidak diinginkan.

Telkom IOC Regional III Jawa Barat sebagai salah satu divisi yang bergerak di bidang pelayanan jasa telekomunikasi dengan tingkat kompetisi yang tinggi diantara perusahaan-perusahaan sejenis yang bergerak di bidang yang sama, perlu untuk meningkatkan produktivitas karyawan dengan melalui proses motivasi yang diwujudkan dengan pemberian kompensasi kepada karyawan outsourcing.

Dari uraian diatas dapat dilihat bahwasannya produktivitas kerja merupakan suatu masalah yang harus mendapatkan perhatian serius dari pihak perusahaan, karena peningkatan produktivitas kerja itu tidak akan terjadi dengan sendirinya, tetapi harus ada usaha dan peran serta baik dari pihak perusahaan maupun dari pihak karyawan itu sendiri. Salah satu cara untuk dapat meningkatkan produktivitas kerja karyawan adalah dengan cara menetapkan metode kompensasi yang adil dan layak kepada tenaga *outsourcing* mutlak untuk diperhitungkan. Sistem kompensasi tersebut diharapkan dapat menjamin kepuasan para anggota organisasi yang pada gilirannya nanti memungkinkan organisasi mencapai tingkat produktivitas yang diharapkan serta kepentingan organisasi lainnya.

Berdasarkan uraian mengenai kompensasi dan produktivitas perusahaan diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang kemudian akan dituangkan dalam bentuk tulisan ilmiah (skripsi) yang berjudul **“Pengaruh Kompensasi Finansial dan Kompensasi Non Finansial terhadap Produktivitas Kerja Karyawan *Outsourcing* di Telkom *Integrated Operation Center* Regional III Jawa Barat”**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kompensasi finansial pada karyawan outsourcing di Telkom IOC Regional III Jawa Barat?
2. Bagaimana kompensasi non finansial pada karyawan outsourcing di Telkom IOC Regional III Jawa Barat?
3. Bagaimana produktivitas kerja pada karyawan outsourcing di Telkom IOC Regional III Jawa Barat?
4. Apakah terdapat pengaruh kompensasi finansial dan kompensasi non finansial terhadap produktivitas kerja secara simultan pada karyawan outsourcing di Telkom IOC Regional III Jawa Barat?
5. Apakah terdapat pengaruh kompensasi finansial dan kompensasi non finansial terhadap produktivitas kerja secara parsial pada karyawan outsourcing di Telkom IOC Regional III Jawa Barat?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Untuk mengetahui kompensasi finansial pada karyawan outsourcing di Telkom IOC Regional III Jawa Barat.
2. Untuk mengetahui kompensasi non finansial pada karyawan outsourcing di Telkom IOC Regional III Jawa Barat.
3. Untuk mengetahui produktivitas kerja pada karyawan outsourcing di Telkom Regional IOC III Jawa Barat.
4. Adanya pengaruh kompensasi finansial dan non finansial terhadap produktivitas kerja secara simultan pada karyawan outsourcing di Telkom IOC Regional III Jawa Barat.
5. Adanya pengaruh kompensasi finansial dan non finansial terhadap produktivitas kerja secara parsial pada karyawan outsourcing di Telkom IOC Regional III Jawa Barat.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan melengkapi keilmuan di bidang sumber daya manusia khususnya yang berkaitan dengan kompensasi dan produktivitas kerja karyawan outsourcing.

2. Kegunaan secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu bahan masukan bagi perusahaan, terutama untuk mengembangkan sumber daya manusia yang lebih baik dimasa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memberikan arah serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan skripsi ini, maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut.

BAB I. PENDAHULUAN

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

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka penelitian teoritis.

BAB III. METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang jenis penelitian dan sumber data. Metode pengumpulan data, dan metode analisis.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan secara rinci tentang pembahasan dan analisa-analisa yang dilakukan sehingga akan jelas gambaran permasalahan yang terjadi dan alternative pemecah masalah yang akan di hadapi.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan akhir dari analisa dan pembahasan pada bab sebelumnya serta saran-saran yang dapat dimanfaatkan bagi perusahaan.