

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 PT.Telkom Indonesia, Tbk.

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52,09%, sedangkan 47,91% 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*, Telkom Group 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 terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melengkapi *legacy* yang sudah ada sebelumnya.

1.1.2 Portofolio Bisnis Telkom

Saat ini TelkomGroup mengelola 6 produk portofolio yang melayani empat segmen konsumen, yaitu korporat, perumahan, perorangan, 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 untuk pasca bayar dan simPATI, Kartu AS dan Loop untuk pra bayar.

2) Fixed

Portofolio ini memberikan 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, infrastruktur 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* (belanja.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 and analytics* seperti bisnis *digital advertising* dan solusi *mobile banking* serta *enterprise digital service* yang menawarkan layanan *Internet of Things* (IoT)

1.1.3 Logo Telkom

Logo merupakan sebuah makna tertulis yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam bentuk lambang dan tulisan. Logo PT.Telkom Indonesia berdasarkan pada Peraturan Perusahaan No.PD.201.03/2014 tentang New Corporate/Brand Identity 20 Juni 2014. Makna Logo yang dimiliki oleh PT.Telkom Indonesia yaitu keyakinan perusahaan untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap kinerja yang dilakukan dan senantiasa memperbaiki hal-hal yang bisa menjadi kondisi lebih baik, sehingga dapat membuat perusahaan menjadi pemegang perusahaan telekomunikasi terbaik. Adapun makna pada tagline perusahaan “*The World in Your Hand*” yang memiliki pesan

bahwa perusahaan dapat membuat segalanya menjadi lebih mudah dan lebih menyenangkan dalam mengakses dunia. (PT.Telkom Indonesia, 2017)



Gambar 1.1 Logo PT.Telkom Indonesia

Sumber: www.telkom.co.id

1.1.4 Visi dan Misi

Visi

Be the King of Digital in the Region

Misi

Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization

1.1.4 Strategi Perusahaan

STRATEGI OBJECTIVES

Sebagai indonesia *powerhouse company* yang telah memiliki *footprint* bisnis internasional, TelkomGroup memiliki *strategic objective* sebagai berikut:

Top 10 Market Capitalization Telco in Asia-Pacific by 2020 and maintain its stronghold position

1) Corporate Strategy

TelkomGroup telah menyusun strategi korporasi guna menciptakan *sustainable competitive growth* dan mendotong cita-cita Indonesia untuk menjadi kekuatan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara.

2) Directional Strategy: Disruptive competitive growth

Di tengah perubahan lingkungan industri yang sangat menantang, TelkomGroup yakin bahwa kapitalisasi pasar akan tumbuh secara signifikan. Ini dilakukan dengan cara memberikan nilai lebih kepada pelanggan melalui inovasi produk dan layanan, mendorong sinergi serta membangun ekosistem digital yang kuat baik di pasar domestik maupun internasional.

3) *Portofolio Strategy: Customer value through digital TIMES portofolio*

TelkomGroup berfokus pada portofolio digital TIMES (Telecommunication, Information, Media, Edutainment & Service) melalui penyediaan layanan yang nyaman dan konvergen sehingga memberikan nilai yang tinggi kepada pelanggan.

4) *Parenting Strategy: Strategic Control*

Untuk bisa mendukung pertumbuhan bisnis secara efektif, TelkomGroup menerapkan pendekatan strategic control untuk menyelaraskan unit bisnis, unit fungsional dan anak perusahaan agar proses dapat berjalan lebih terarah, bersinergi dan efektif dalam mencapai tujuan perusahaan.

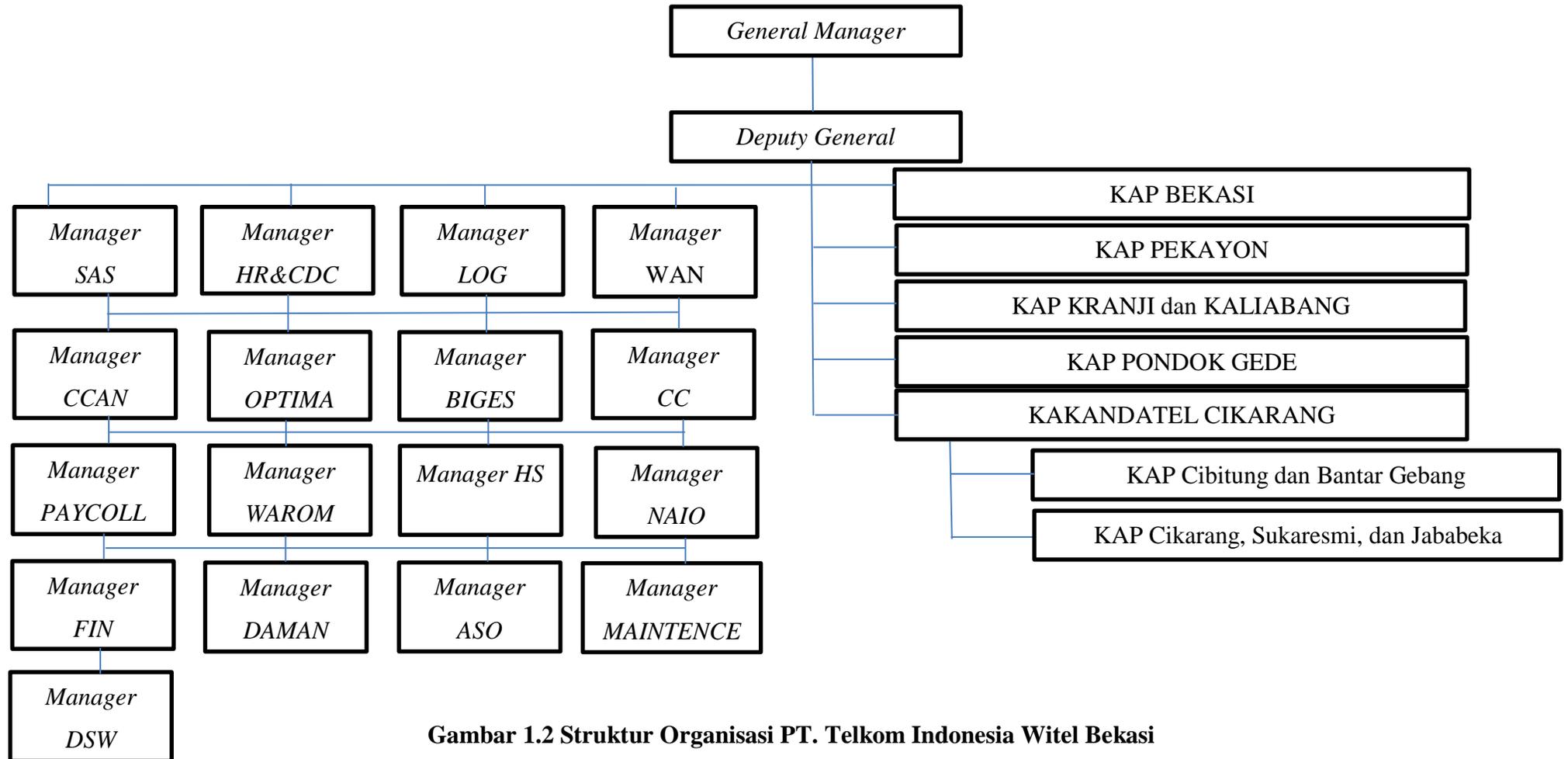
1.1.5 Telkom Witel Bekasi

PT. Telkom Witel Bekasi merupakan Kantor Wilayah Usaha Telekomunikasi Bekasi yang termasuk didalam divisi Regional II Jakarta. PT. Telkom Indonesia Witel Bekasi terdiri dari satu KANDATEL (Kantor Daerah Telekomunikasi), enam KAP (Kepala Area Pelayanan) dan terdapat dua puluh dua STO dibawah naungan masing-masing KAP.

1.1.6 Struktur Organisasi

Struktur organisasi menunjukkan bahwa adanya pembagian kerja dan bagaimana fungsi kegiatan-kegiatan berbeda yang ada disuatu perusahaan dikoordinasikan. Pada gambar 1.2 merupakan struktur organisasi PT.Telkom Indonesia Wilayah Usaha Telekomunikasi Bekasi, terdapat general manager, deputy general manager dan terbagi menjadi tujuh belas manager yaitu *manager sas, manager hr and cdc, manager log, manager wan, manager ccan, manager optima, manager biges, manager cc, manager fin, manager paycoll, manager warom, manager hs, manager network area and IS operation, manager daman, manager aso, manager maintenance, manager digital wifi.*

a.Struktur Organisasi



Gambar 1.2 Struktur Organisasi PT. Telkom Indonesia Witel Bekasi

Sumber: HR PT.Telkom Witel Bekasi 2018

b. Job Description

1) General Manager

Bertanggung jawab atas tercapainya tujuan bisnis yang diselenggarakan PT.Telkom Witel Bekasi.

2) Deputy Manager

Bertugas dan bertanggung jawab sebagai peminan operasi.

3) Security and Service (SAS)

Menjaga infrastruktur, menjaga keamanan dan keselamatan untuk pegawai dan perusahaan.

4) Human Resourch & Community Development Center (HR&CDC)

HR : bertanggung jawab didalam pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia , yaitu dalam hal perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan kegiatan sumber daya manusia .

CDC : unit yang bertugas untuk mengelola pelaksanaan program kemitraan dan bina lingkungan.

5) Logistic (LOG)

Memastikan terselenggaranya proses pengelolaan dukungan kegiatan operasional dan pemeliharaan, pengendalian program fasilitas dan support sesuai peran pada fungsi resourch managemen.

6) Whole Sale Access Network (WAN)

Bertanggung jawab dalam pemasaran jaringan longdistance dan pelayanan kepada operator line

7) Corporate Costumer Access Network (CCAN)

Bertugas untuk memberikan layanan purna jual yang fokus pada akses *broadband*.

8) Optimalisasi (OPTIMA)

Mengevaluasi kinerja sistem yang ada di perusahaan, mengalokasikan sumber daya dan memprediksi utilitas masing-masing sumber daya untuk mencapai sasaran secara optimal.

9) Business Government Enterprise Service (BGES)

Menyelenggarakan aktivitas pengelolaan operasi portofolio segmen bisnis/SME Indonesia.

10) Customer Care (CC)

Bertugas untuk melakukan pelayan informasi, edukasi dan promosi. Serta pelayanan dan penanganan keluhan atau komplain dengan rinci.

11) Payment Collection (PAYCOLL)

Bertanggung jawab dalam mengcollege seluruh pembayaran pelanggan telkom, termasuk pembiayaan proyek

12) War Room

Bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan perusahaan dalam rangka upaya strategi bisnis untuk peningkatan jumlah pelanggan dan pendapatan.

13) Human Social (HS)

14) Network Area & IS Operation (NAIO)

Bertanggung Jawab dalam pembangunan dan pemeliharaan jaringan telkom.

15) Finance (FIN)

Bertanggung jawab untuk mengelola penyelenggaraan aktivitas operasional transaksi keuangan perusahaan, serta penyelenggaraan implementasi kebijakan operasional keuangan khususnya yang bersifat *strategic operational & transactional* untuk mendukung aktivitas operasional perusahaan.

16) Data Management (DAMAN)

Melakukan purifikasi data jaringan, update data manajemen, updating gambar skematik

17) Access Service Operation (ASO)

Bertanggung jawab dalam hal pemeliharaan perangkat-perangkat Telkom baik aktif maupun pasif serta penanganan gangguan yang dialami oleh pelanggan *retail, business dan corporate*.

18) Access Maintenance Operation (MAINTENANCE)

Bertanggung jawab untuk pemeliharaan dan penanggulangan kabel primer dan sekunder tembaga serta pembenahan jaringan.

19) Digital System Wifi (DSW)

1.2 Latar Belakang

Memasuki era globalisasi, persaingan bisnis semakin kuat. Persaingan dapat dilihat dari banyaknya kompetitor yang ada dengan jenis bisnis yang sama. Selain itu peluang bisnis juga semakin terbuka karena adanya kemajuan teknologi yang semakin canggih. Untuk dapat bersaing di dunia bisnis yang semakin ketat, perusahaan harus memiliki produk atau jasa yang lebih unggul dari kompetitor. Hal ini bisa terwujud jika perusahaan memiliki sumber daya manusia yang berkualitas.

Menurut Sinambela (2016:7) manajemen sumber daya manusia (MSDM) adalah pendayagunaan, pengembangan, penilaian, pemberian balas jasa, dan pengelolaan individu anggota organisasi atau kelompok pekerja. Manajemen SDM juga menyangkut desain pekerjaan, perencanaan pegawai, seleksi dan penempatan, pengembangan pegawai, pengelolaan karir, kompensasi, evaluasi kinerja, pengembangan tim kerja, sampai dengan masa pensiun.

Banyaknya tuntutan target perusahaan adalah salah satu yang penyebab stres karyawan. Fahmi (2013:258) menyatakan suatu organisasi perlu menekankan dampak stres kerja pada produktivitas kerja karyawan, artinya adalah karyawan yang mengalami stres tidak boleh mempengaruhi hasil kerja sehingga target produktivitas dapat terus dicapai. Jika stres yang dialami tidak terselesaikan akan sangat berpotensi mengganggu produktivitas organisasi yang lebih besar, seperti terjadinya kekacauan dalam operasional kerja, mengganggu kenormalan aktivitas kerja, menurunkan tingkat produktivitas, menurunkan pemasukan dan keuntungan perusahaan.

Hamdani&Muliatna (2016) menyatakan bahwa kesinambungan dalam bekerja akan terwujud apabila karyawan terpenuhi semua haknya dan memperoleh kepuasan dari semua yang didapatkannya. Dengan adanya kepuasan tersebut sumber daya manusia dapat berjalan secara maksimal, dan semua itu dapat dilihat dari berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dalam mengupayakan karyawannya melalui tingkat absensi karyawan dalam masuk kerja untuk menciptakan produktivitas kerja yang tinggi. Produktivitas kerja juga dipengaruhi tingkat kehadiran karyawan dalam tempat kerja atau absen karyawan. Produktivitas tidak mungkin tercapai secara optimal jika tingkat kehadiran karyawan sangat rendah (Nugroho, 2018). Menurut

Sutrisno (2016:99) produktivitas diartikan sebagai keluaran (hasil) dengan masukan (tenaga kerja, bahan, uang). Produktivitas adalah ukuran efisiensi produktif.

TABEL 1.1

REKAPTULASI ABSENSI KARYAWAN MEI S.D SEPTEMBER 2018

Bulan (2018)	Total Karyawan	Jumlah Hari Kerja X Karyawan	Jumlah Kehadiran Karyawan	Persentase kehadiran
Mei	167	3340	2500	75%
Juni	167	1670	1634	98%
Juli	167	3674	2904	79%
Agustus	167	3507	2970	85%
September	167	3173	5584	81%

Sumber: HR PT.Telkom Witel Bekasi

Tabel 1.1 menunjukkan tingkat absensi karyawan di PT.Telkom Witel Bekasi dari bulan Mei sampai September tahun 2018. Dapat dilihat dari tabel diatas tingkat kehadiran karyawan di PT.Telkom Witel bekasi cukup baik namun terlihat tingkat kehadiran paling rendah ada pada bulan Mei yaitu sebesar 75%. Beberapa karyawan yang tidak hadir disebabkan oleh cuti, tugas kator, izin, dan sakit.

Menurut Robbins (2013:602) stres kerja berpengaruh terhadap prestasi kerja. Fahmi (2016:216) menyatakan perintah pimpinan yang begitu memaksa agar bekerja sesuai target atau bahkan harus diatas target, sementara kemampuan seorang karyawan tidak sesuai target walaupun sebenarnya ia telah memaksa dengan sekuat tenaga namun itu tidak sanggup dilakukannya maka ini mampu menimbulkan stres.

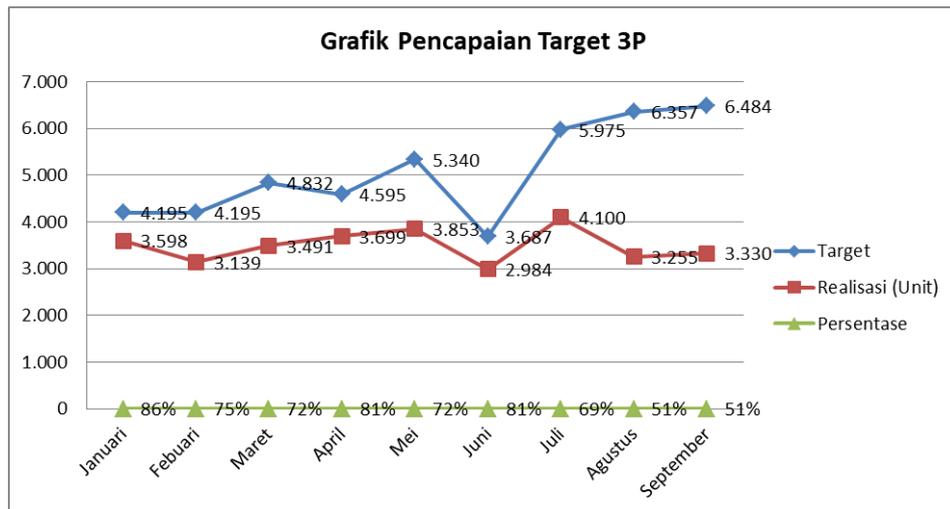
PT.Telkom Witel Bekasi memiliki dua penawaran produk/jasa yaitu 3P dan 2P. 3P merupakan produk yang menjual tiga paket layanan sekaligus yaitu, telpon, TV kabel, wifi. Sedangkan 2P hanya menjual layanan telpon dan wifi. Berikut adalah data pencapaian target produk/jasa 3P dan 2P PT.Telkom Witel Bekasi:

TABEL 1.2
DATA PENCAPAIAN TARGET 3P 2018

Bulan	Target	Realisasi (Unit)	Persentase
Januari	4.195	3.598	86%
Febuari	4.195	3.139	75%
Maret	4.832	3.491	72%
April	4.595	3.699	81%
Mei	5.340	3.853	72%
Juni	3.687	2.984	81%
Juli	5.975	4.100	69%
Agustus	6.357	3.255	51%
September	6.484	3.330	51%
Total	45.660	31.449	71%

Sumber: Unit Bisnis War-Room PT.Telkom Witel Bekasi

Secara grafik pencapaian target dapat dilihat pada gambar 1.3:



Gambar 1.3 Pencapaian Target 3P 2018

Sumber: Unit Bisnis War-Room PT.Telkom Witel Bekasi

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pencapaian target penjualan dari bulan Mei sampai September untuk layanan 3P perusahaan mampu mencapai 31.449 unit

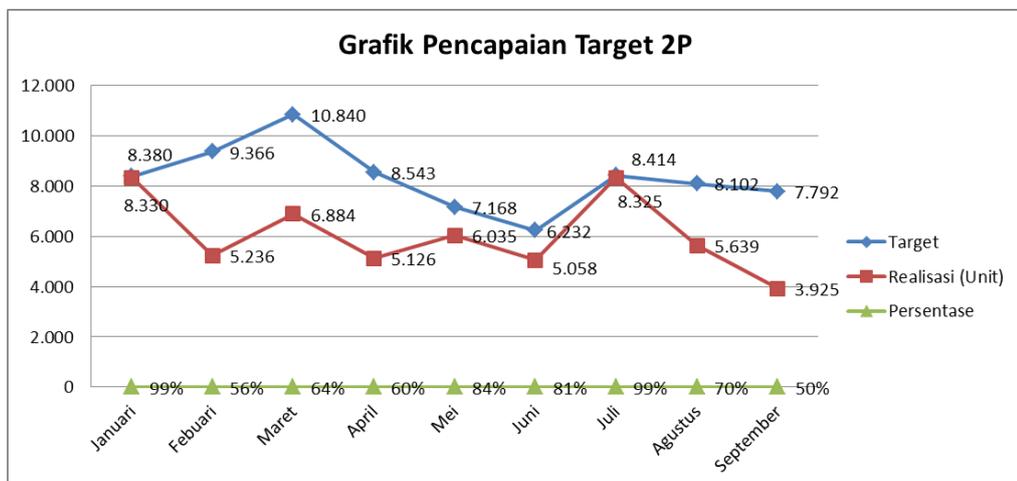
dari target penjualan sebesar 45.660 unit atau 71% dari target. Pada grafik di atas dapat dilihat target perusahaan belum tercapai. Terjadi penurunan yang cukup besar dari bulan Juli sampai September.

TABEL 1.3
DATA PENCAPAIAN TARGET 2P 2018

Bulan	Target	Realisasi (Unit)	Persentase
Januari	8.380	8.330	99%
Febuari	9.366	5.236	56%
Maret	10.840	6.884	64%
April	8.543	5.126	60%
Mei	7.168	6.035	84%
Juni	6.232	5.058	81%
Juli	8.414	8.325	99%
Agustus	8.102	5.639	70%
September	7.792	3.925	50%
Total	74.837	54.558	74%

Sumber: Unit Bisnis War-Room PT.Telkom Witel Bekasi

Secara grafik data pencapaian target dapat dilihat pada gambar 1.4:



Gambar 1.4 Pencapaian Target 2P 2018

Sumber: Unit Bisnis War-Room PT.Telkom Witel Bekasi

Tabel 1.3 merupakan pencapaian target pada layanan 2P. Dapat dilihat bahwa perusahaan mampu mencapai 54.556 dari target 74.837 unit atau 74% dari target. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan belum bisa mencapai target. Terlihat pada gambar 1.4 pada bulan Januari dan Juli perusahaan mampu mencapai 99% dari target. Namun pada bulan September terjadi penurunan yang cukup besar jika dibandingkan dengan bulan Juli.

Pada tabel 1.2 dan 1.3 dapat dilihat bahwa perusahaan terus menaikan target hampir disetiap bulan sehingga realisasi produk yang terjual naik turun atau tidak stabil. Untuk penjualan layanan produk/jasa 3P target paling tinggi pada bulan September sebesar 6.484, dan target paling tinggi dibulan maret untuk layanan produk/jasa 2P sebesar 10.840.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan salah satu karyawan divisi war-room di PT.Telkom Bekasi salah satu penyebab belum tercapainya target mungkin dikarenakan banyaknya kompetitor dengan harga yang ditawarkan lebih murah. Sehingga membuat konsumen beralih.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan salah satu karyawan divisi SDM terdapat penilaian unit dan individu NKU (Nilai Kerja Unit) dan NKI (Nilai Kerja Individu) pada PT.Telkom Witel Bekasi. Selama 4 tahun terakhir ini NKU (Nilai Kerja Unit) diatas 104% termasuk dalam kategori baik sekali.

Penilaian kinerja karyawan merupakan aspek yang penting dalam mencapaikan iklim yang sehat dan menyegarkan pada organisasi khususnya pada organisasi atau perusahaan. Penilaian kinerja diharapkan akan meningkatkan produktivitas kerja karyawan (Karmila&Suryalena, 2018).

Penilaian pada perusahaan menggunakan metode KPI (*Key Performance Indicator*). Menurut Abdullah (2014:153) KPI (*Key Performance Indicator*) adalah tipe ukuran yang memberitahukan apa yang harus dilakukan oleh karyawan untuk meningkatkan kinerja secara dramatis. Berikut adalah kriteria penilaian kinerja karyawan di PT.Telkom Witel Bekasi :

TABEL 1.4
INDEX PENILAIAN KINERJA PT.TELKOM WITEL BEKASI

Nilai Prestasi	Keterangan	Range Nilai (%)
P1	Istimewa	≥ 110
P2	Baik Sekali	≥ 104 s.d < 110
P3	Baik	≥ 96 s.d < 104
P4	Kurang	≥ 90 s.d < 96
P5	Kurang Sekali	< 90

Sumber: HR PT.Telkom Witel Bekasi, 2018

Dibawah ini terdapat tabel 1.5 menyajikan hasil NKI (Nilai Kerja Individu) yang dilakukan sebelum restrukturisasi organisasi pada tahun 2015-2017 PT.Telkom Witel Bekasi. Penilaian ini dilakukan untuk mengetahui kinerja karyawan. Selama 3 tahun belakangan kinerja karyawan PT.Telkom Witel Bekasi mendapatkan prestasi nilai P2 dan P3.

TABEL 1.5
NILAI KINERJA INDIVIDU TAHUN 2015 s.d 2017

Nilai Prestasi	2015	2016	2017
P1	0	0	0
P2	44 Orang	20 Orang	21 Orang
P3	227 Orang	222 Orang	161 Orang
P4	0	0	0
P5	0	0	0

Sumber: HR.PT Telkom Witel Bekasi

Instrumen penilaian kinerja dapat digunakan untuk: *mereview* kinerja, peningkatan kinerja, penilaian kinerja, penilaian pegawai, evaluasi pegawai sehingga dapat diketahui pegawai yang melaksakan pekerjaan secara baik, efisien, efektif dan produktif sesuai tujuan perusahaan (Sedarmayanti, 2017:322).

Menurut Davis & Newstrom dalam Priansa (2017:320-321) ada beberapa faktor yang menimbulkan stres kerja seperti, tugas terlalu banyak, supervisor yang kurang baik, ambiguitas peran, perbedaan nilai dengan organisasi bisnis, frustrasi, perubahan tipe pekerjaan atau rotasi dan konflik peran.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan karyawan PT.Telkom Witel Bekasi, ada beberapa faktor yang mempengaruhi stres kerja karyawan di PT.Telkom Khususnya Witel Bekasi. Faktor yang paling utama adalah target yang ditetapkan oleh perusahaan yang selalu meningkat, karyawan dituntut untuk bisa mencapai target atau melebihi target agar bisa mendapatkan penilaian yang baik dari perusahaan, penilaian tersebut berpengaruh untuk kenaikan jabatan serta besaran gaji. Penempatan bidang atau divisi terhadap karyawan juga sangat berpengaruh, karena jika tidak sesuai dengan *passion* karyawan akan menimbulkan stres kerja dan produktivitas karyawan. Masalah pribadi dengan rekan kantor sedikit berpengaruh untuk karyawan, ada karyawan stres karena mendapat tekanan dari orang-orang sekitarnya. Namun ada karyawan yang menjadikan penilaian ini sebagai stres yang positif sehingga semakin produktif dalam bekerja.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai pengaruh stres kerja terhadap produktivitas karyawan PT.Telkom Witel Bekasi dengan judul penelitian : **“Pengaruh Stres Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT. Telkom Witel Bekasi”**

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Bagaimana tingkat stres kerja karyawan PT.Telkom Witel Bekasi?
- 2) Bagaimana produktivitas kerja karyawan PT.Telkom Witel Bekasi?
- 3) Bagaimana pengaruh tingkat stres kerja terhadap produktivitas kerja karyawan PT.Telkom Witel Bekasi?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis tingkat stres kerja pada karyawan PT.Telkom Witel Bekasi.
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis produktivitas karyawan PT.Telkom Witel Bekasi.
- 3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh stres kerja terhadap produktivitas kerja karyawan PT.Telkom Witel Bekasi.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan tersebut adalah :

- 1) Aspek Teoritis :

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Sumber Daya Manusia, khususnya yang berhubungan dengan pengaruh stres kerja yang dapat mempengaruhi produktivitas kerja karyawan. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan rujukan bagi peneliti selanjutnya.

- 2) Aspek Praktis :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan informasi bagi perusahaan , khususnya untuk mengetahui tingkat stres kerja karyawan dan menjaga dan meningkatkan produktivitas karyawan.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT.Telkom Jabar Wilayah Bekasi Utara, Jalan Rawa Tembaga IV No.4, Marga Jaya, Bekasi Sel., Kota Bks, Jawa Barat.

1.6.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2018 hingga masa berakhirnya penelitian ini.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berikut adalah sistematika penulisan dalam penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini merupakan penjelasan umum tentang isi penelitian yang terdiri dari gambaran umum objek penelitian, latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini terdapat hasil kajian kepustakaan terkait dengan topik pembahasan dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis, meliputi rangkuman teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan tentang deskripsi objek penelitian analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini terdapat kesimpulan atas penelitian yang telah dilakukan serta saran bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya.