

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu sumber penghasil devisa sebuah negara adalah melalui sektor Industri pariwisata. Devisa ini berasal karena seorang wisatawan domestik atau mancanegara akan membelanjakan uangnya untuk transportasi, akomodasi, makan, belanja, dan berbagai aktivitas wisata lainnya. Industri Pariwisata berkontribusi terhadap perekonomian nasional sebuah negara melalui terciptanya lapangan kerja, pengembangan infrastruktur serta penerimaan devisa (Goeldner & Ritchie, 2006)

Setelah mengalami masa sulit akibat pandemi Covid-19, industri pariwisata di Indonesia mulai mengalami pertumbuhan kembali, salah satunya ada di sektor MICE. Dimana tercatat Kota Jakarta sepanjang 2024 mengalami lonjakan acara MICE baik dalam skala nasional maupun internasional. Salah satu perusahaan yang berhasil mencatat kesuksesan adalah PT. Dyandra Media International Tbk. Pada kuartal kedua 2024, perusahaan ini berhasil mencatatkan laba bersih sebesar Rp. 8,5 miliar, berkat peningkatan penyelenggaraan acara MICE di kota-kota besar termasuk Jakarta (Kemenparekraf, 2024)

MICE termasuk bagian dari Industri Pariwisata. Menurut Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 5 tahun 2017, MICE atau *Meeting, Incentive, Conference and Exhibition* adalah wisata bisnis yang di dalam kegiatannya terlibat berbagai industri yang bergerak dibidang akomodasi hingga transportasi serta wisatawannya cenderung menghabiskan pengeluaran lebih banyak. Dengan

tumbuhnya industri MICE yang ada di Indonesia akan memberikan dampak positif terhadap ekonomi nasional.

MICE merupakan bagian dari industri pariwisata yang berpengaruh terhadap ekonomi nasional. Sesuai dengan pasal 14, ayat (1) Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata (Indonesia), Usaha pariwisata meliputi, antara lain daya tarik wisata, kawasan pariwisata, jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, penyelenggaraan pertemuan; perjalanan insentif; konferensi; dan pameran, jasa informasi pariwisata, jasa konsultan pariwisata, jasa pramuwisata, wisata tirta, dan spa.

Menurut An, Kim, & Hur (2021) menyatakan bahwa MICE memiliki dampak ekonomi terhadap sektor pariwisata dan industri pendukung, seperti transportasi, hotel, restoran dan ritel. Lalu menurut Kim & Ko (2020) menjelaskan bahwa industri MICE memiliki kontribusi yang besar terhadap destinasi tuan rumah dalam industri pariwisata karena mampu mendorong pertumbuhan ekonomi dan budaya, serta peningkatan citra destinasi yang semakin dikenal. Dari dua pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan bertumbuhnya industri MICE yang ada di Indonesia akan berdampak positif tidak hanya kepada negara melainkan juga langsung kepada masyarakat. Selain itu, pernyataan diatas juga diperkuat oleh *Korea National Tourism Organization* (dalam Kim & Ko, 2020) mengkategorikan nilai industri MICE menjadi tiga aspek utama yaitu, pertama dampak langsung yang berupa peningkatan volume perdagangan, perolehan devisa serta perkembangan industri MICE itu sendiri.

Kedua dampak tidak langsung berupa peningkatan lapangan kerja di berbagai sektor, seperti di restoran, perhotelan, dan pariwisata. Ketiga dampak tidak berwujud seperti menguatnya citra merek nasional atau kota serta penciptaan industri baru.

Salah satu bagian dari Industri MICE adalah *Exhibition* atau pameran yang berkontribusi terhadap meningkatnya pertumbuhan ekonomi dan sektor bisnis di Indonesia. Menurut Getz & Page (2019) Pameran atau *exhibition* merupakan kegiatan yang mempertemukan penjual dengan pembeli dan memfasilitasi interaksi antara produsen dengan konsumen, serta menjadi wadah untuk memperkenalkan sebuah inovasi baru dari suatu industri. Terdapat 2 jenis pameran berdasarkan target pasarnya, pertama pameran B2B (*Business to Business*). Menurut Gębarowski & Siemieniako (2016) Pameran B2B merupakan ajang bisnis yang dirancang khusus untuk para profesional dan pelaku industri, bukan untuk masyarakat umum. Dalam pembahasan ini, pameran B2B dijelaskan sebagai sarana pemasaran yang efektif untuk memperkuat jaringan bisnis dan menciptakan relasi jangka panjang di antara perusahaan-perusahaan dalam suatu sektor industri.. Menurut Shone dan Parry (2010) pameran B2C adalah *event* yang ditujukan langsung kepada konsumen akhir, yang memiliki tujuan untuk mempromosikan produk atau layanan, meningkatkan branding merek, serta mendorong penjualan langsung. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pameran B2B lebih berfokus kepada membangun sebuah hubungan bisnis sedangkan B2C berfokus kepada penjualan secara langsung.

Organizer yang menyelenggarakan *event* pameran biasa disebut *Professional Exhibition Organizer (PEO)*. PT. Napindo Media Ashatama merupakan salah satu *Professional Exhibition Organizer* yang ada di Indonesia, perusahaan ini telah berdiri sejak tahun 1989 dan telah menyelenggarakan lebih dari 80 pameran berskala nasional dan internasional. Industri yang menjadi sasaran perusahaan ini ada berbagai macam sektor, mulai dari pertanian, peternakan, perikanan, air, air limbah, teknologi, listrik, keamanan hingga pertahanan. Dalam menyelenggarakan event pameran PT. Napindo Media Ashatama berkolaborasi dengan kementerian, lembaga negara, asosiasi terkait guna mendukung keberhasilan acara serta memastikan standar pameran yang berkualitas. Dengan menggandeng kementerian, lembaga negara, serta asosiasi, perusahaan ini dapat menciptakan pameran yang tidak hanya berfokus pada bisnis, melainkan juga dapat berkontribusi terhadap perkembangan industri di Indonesia. PT. Napindo Media Ashatama sebagai *Professional Exhibition Organizer* yang berpengalaman, mengelola pameran mulai dari perencanaan, operasional, promosi, hingga evaluasi kegiatan. Dalam menyelenggarakan sebuah event, perusahaan ini mendapatkan dukungan baik dari pemerintah serta asosiasi terkait yang dapat memperkuat daya tarik pameran sehingga mampu menarik peserta baik dalam negeri maupun luar negeri untuk turut berpartisipasi dalam *event* yang diselenggarakan.

Salah satu komponen terpenting yang ada di dalam sebuah perusahaan adalah Sumber Daya Manusia (SDM), dimana dalam industri MICE Sumber daya manusia menjadi penggerak utama dalam mempersiapkan, melaksanakan dan mengevaluasi sebuah *event* yang diselenggarakan. Menurut Mathis &

Jackson (2006) Sumber daya manusia adalah orang-orang yang bekerja untuk suatu perusahaan, yang menggunakan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan untuk membantu perusahaan mencapai tujuan. Akan tetapi, dalam mencapai tujuan sebuah perusahaan diperlukan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) yang baik guna mengoptimalkan potensi Sumber daya manusia secara efektif dan efisien. Menurut Mathis & Jackson (2010) Perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang mampu melakukan pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) secara strategis dan sesuai dengan tujuan perusahaan.

Namun, berdasarkan pengamatan penulis selama pelaksanaan Praktik Kerja Nyata, ditemukan bahwa karyawan di Divisi *Project* menjelang waktu pelaksanaan event sering dihadapkan pada beban kerja yang tinggi, terlebih lagi seluruh karyawan yang ada pada divisi ini terlibat secara langsung dalam semua event yang diselenggarakan oleh perusahaan di setiap tahunnya. Berikut merupakan kalender *event-event* yang diselenggarakan oleh PT. Napindo Media Ashatama :

TABEL 1

KALENDER EVENT TAHUNAN

No	Event	Rentang Pelaksanaan	Keterangan
1	Indo Livestock	Juni - Juli	Setiap tahun
2	Integrated Technology Event	Agustus - September	Setiap tahun
3	Indo Defence	November	2 tahun sekali

Sumber : PT. Napindo Media Ashatama 2025

Perusahaan ini secara konsisten menyelenggarakan beberapa event pameran berskala internasional setiap tahunnya, seperti *Indo Livestock*, *Integrated Technology Event*, dan *Indo Defence*. Berdasarkan pola jadwal penyelenggaraan,

Indo Livestock dilaksanakan setiap tahun pada periode Juni hingga Juli, disusul oleh *Integrated Technology Event* yang digelar pada Agustus hingga September, serta *Indo Defence* yang merupakan event besar dua tahunan yang umumnya diselenggarakan pada bulan November. Ketiga pameran ini merupakan event utama perusahaan yang melibatkan berbagai sektor industri dan peserta dari dalam maupun luar negeri. Rangkaian waktu pelaksanaan yang berdekatan dan bersifat tahunan hingga dua tahunan ini mengakibatkan adanya kepadatan aktivitas kerja khususnya pada pertengahan hingga akhir tahun, yang berdampak langsung terhadap beban kerja mental karyawan di Divisi *Project* sebagai pelaksana teknis utama. Dalam kurun waktu sekitar enam bulan, karyawan di divisi ini dituntut untuk menyiapkan aspek operasional dari tiga event berskala besar, yang mengharuskan adanya ketelitian, kecepatan, serta ketahanan fisik dan mental dalam seluruh tahapan proses kerja mulai dari pelaksanaan di lapangan, peninjauan lokasi, monitoring timeline, perencanaan teknis, hingga koordinasi dengan pihak eksternal. Berikut merupakan jumlah exhibitor yang berpartisipasi dalam event yang diselenggarakan oleh PT. Napindo Media Ashatama pada tahun 2024 :

TABEL 2

DATA JUMLAH EXHIBITOR TAHUN 2024

<i>Event</i>	<i>Total Exhibitor</i>	<i>Countries</i>
Indo Live Stock 2024	580	40
Integrated Technology Event 2024	547	32
Indo Defence 2024	1.183	67

Sumber : *Show Report* PT. Napindo Media Ashatama

Menurut Bakker dan Demerouti (2007) dalam teori *Job Demand-Resources* (JD-R), beban kerja yang tinggi terjadi ketika tuntutan pekerjaan (*job demands*) seperti tekanan waktu, volume tugas, dan tanggung jawab kerja yang tidak diimbangi dengan sumber daya (*job resources*) seperti kapasitas SDM yang memadai. Ketidakseimbangan tersebut dapat menyebabkan kelelahan, stress kerja, serta menurunnya motivasi, bahkan burnout pada karyawan. Dengan karakteristik industri MICE yang bersifat padat jadwal, dinamis dan menuntut tingkat akurasi tinggi, maka analisis beban kerja secara terstruktur sangat diperlukan, terutama pada Divisi *Project* yang terlibat secara langsung dengan seluruh event yang diselenggarakan oleh perusahaan. Analisis ini dapat menjadi dasar untuk perencanaan strategi kerja yang lebih seimbang, kebijakan Sumber daya manusia yang lebih adaptif, serta distribusi tugas yang lebih adil dan optimal. Menurut Armstrong (2020), Sumber daya manusia yang optimal akan memberikan beberapa manfaat, diantaranya :

1. Produktivitas Meningkat : Ketika karyawan mendapatkan pelatihan yang memadai, merasa termotivasi, dan dikelola dengan cara yang mendukung, mereka cenderung bekerja dengan lebih efisien dan memberikan hasil yang lebih maksimal. Hal ini tidak hanya mendorong kemajuan individu tetapi juga berkontribusi pada kesuksesan tim dan organisasi secara keseluruhan.
2. Retensi Karyawan : Lingkungan kerja yang positif dan manajemen sumber daya manusia yang baik dapat menciptakan rasa nyaman dan kepuasan bagi karyawan. Dengan demikian, tingkat turnover atau pergantian karyawan dapat diminimalisir, karena mereka merasa dihargai dan memiliki tempat yang tepat untuk berkembang.

3. Kepuasan Kerja : Ketika sumber daya manusia dikelola secara optimal, karyawan akan merasa lebih puas dengan pekerjaan mereka. Kepuasan ini tidak hanya meningkatkan semangat kerja, tetapi juga berdampak positif pada kinerja organisasi secara menyeluruh, karena karyawan yang bahagia cenderung lebih produktif dan loyal.

Divisi *Project* sendiri merupakan satu dari tiga divisi utama yang ada di PT. Napindo Media Ashatama, dimana didalam divisi ini terdapat beberapa sub-divisi dengan jumlah anggota yang bervariasi, berikut merupakan detail jumlah anggota, bagan hirarki dan *jobdesc* dari setiap sub-divisi pada Divisi *Project*.

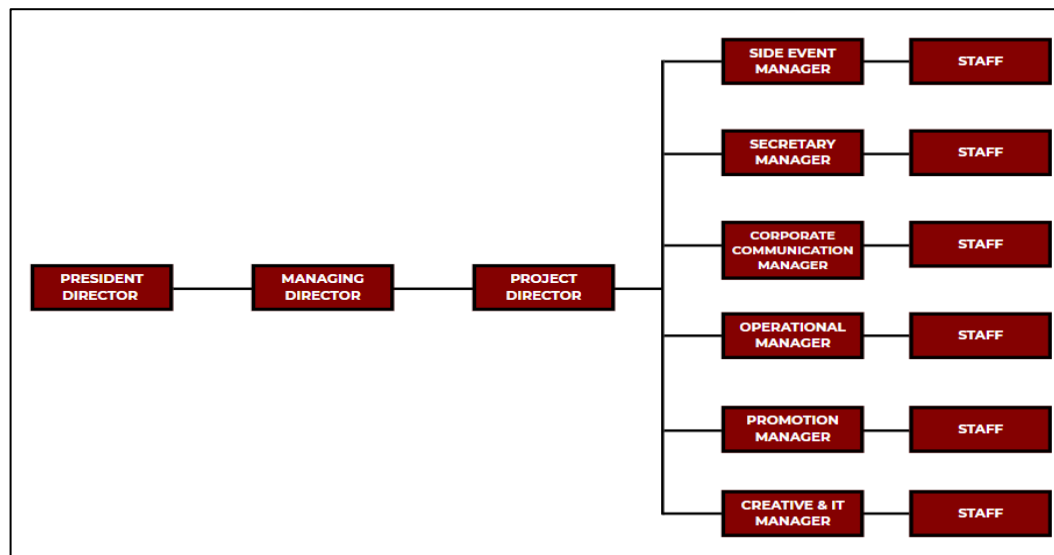
TABEL 3
DATA DIVISI PROJECT

No	Sub-Divisi	Jumlah Karyawan
1	<i>Side Event</i>	7 orang
2	<i>Corporate Communication</i>	3 orang
3	<i>Operational</i>	3 orang
4	<i>Secretariat</i>	3 orang
5	<i>Creative & IT</i>	4 orang
6	<i>Promotion</i>	5 orang
Total Anggota Divisi <i>Project</i>		25 Orang

Sumber : PT. Napindo Media Ashatama 2025

GAMBAR 1

STRUKTUR HIRARKI DIVISI PROJECT



Sumber : PT. Napindo Media Ashatama 2025

Berikut merupakan bagan hirarki dari PT Napindo Media Ashatama, dimana perusahaan ini dipimpin oleh *President Director* yang dibawahnya terdapat *Managing Director* yang membawahi 3 divisi utama, salah satunya adalah Divisi *Project*. Divisi ini dipimpin oleh *Project Director* yang memimpin 6 sub-divisi dari divisi ini, yaitu *Side Event*, *Secretary*, *Corporate Communication*, *Operational*, *Promotion*, dan *Creative & IT*

TABEL 4

JOB DESCRIPTION DIVISI PROJECT

No	Sub-Divisi	Tugas Utama	Jobdesc
1	<i>Side Event</i>	Merencanakan, mengelola, dan menjalankan acara pendukung (<i>side event</i>) yang menjadi bagian dari pameran utama	1. Mengidentifikasi jenis side event yang relevan dan mendukung tema utama pameran. 2. Menyusun proposal acara, termasuk anggaran, rundown, dan kebutuhan teknis.

Sumber : PT. Napindo Media Ashatama 2025

TABEL 4

JOB DESCRIPTION DIVISI PROJECT

(LANJUTAN)

No	Sub-Divisi	Tugas Utama	Jobdesc
1	<i>Side Event</i>	Merencanakan, mengelola, dan menjalankan acara pendukung (<i>side event</i>) yang menjadi bagian dari pameran utama	3. Berkoordinasi dengan pembicara, narasumber, moderator, dan peserta. 4. Menyediakan kebutuhan logistik dan teknis untuk side event (ruangan, alat presentasi, konsumsi, dokumentasi, dsb).
2	<i>Corporate Communication</i>	Mengelola komunikasi eksternal perusahaan untuk membangun dan menjaga citra positif serta menjalin hubungan dengan stakeholder.	1. Menjadi jembatan antara perusahaan dan media, termasuk menulis siaran pers dan mengatur siaran pers. 2. Membangun dan menjaga citra merek perusahaan yang konsisten di berbagai materi komunikasi dan media sosial. 3. Menjalinkan komunikasi dan hubungan baik dengan kementerian, lembaga pemerintah, atau asosiasi industri yang relevan dengan bisnis pameran dan event. 4. membuat draf awal untuk surat-surat yang berkaitan dengan penawaran kerja sama, MoU (Memorandum of Understanding), atau letter of intent dengan mitra, sponsor, atau pihak lain yang terlibat dalam pameran atau event. 5. Corcomm memiliki sistem pengarsipan untuk surat-surat resmi, press release, dan dokumen komunikasi penting lainnya yang mereka hasilkan atau terima, untuk referensi di masa mendatang dan audit komunikasi.

Sumber : PT. Napindo Media Ashatama 2025

TABEL 4

JOB DESCRIPTION DIVISI PROJECT**(LANJUTAN)**

No	Sub-Divisi	Tugas Utama	Jobdesc
3	<i>Operational</i>	Menangani segala aspek teknis dan logistik yang berkaitan dengan penyelenggaraan event/pameran agar berjalan lancar dan sesuai rencana.	1. Menyusun rencana layout venue dan alur lalu lintas pengunjung/peserta. 2. Mengelola kebutuhan logistik seperti booth, partisi, peralatan listrik, keamanan, dan kebersihan. 3. Melakukan koordinasi dengan pihak ketiga (vendor, kontraktor, venue management). 4. Mengawasi kegiatan loading-in dan loading-out peserta pameran. 5. Menyusun dan menjalankan SOP operasional selama event berlangsung. 6. Mengawasi kesiapan fasilitas umum di lokasi pameran (toilet, signage, mushola, dll). Menangani kendala teknis di lapangan secara cepat dan efektif.
4	<i>Secretariat</i>	Mendukung kelancaran administrasi pimpinan dan perusahaan melalui pengelolaan dokumen, jadwal, dan komunikasi resmi.	1. Menyusun jadwal kegiatan dan agenda pimpinan perusahaan. 2. Menyiapkan dan mendistribusikan surat-menyurat internal dan eksternal. 3. Menyusun notulen rapat dan mendistribusikannya kepada pihak terkait. 4. Mengelola arsip dokumen perusahaan (fisik maupun digital).

Sumber : PT. Napindo Media Ashatama 2025

TABEL 4

JOB DESCRIPTION DIVISI PROJECT**(LANJUTAN)**

No	Sub-Divisi	Tugas Utama	Jobdesc
5	<i>Creative & IT</i>	Mendukung aspek visual, branding, serta sistem teknologi informasi yang dibutuhkan untuk penyelenggaraan pameran dan operasional internal perusahaan.	1. Mendesain materi visual untuk promosi (banner, e-flyer, video teaser, signage). 2. Menyusun konsep kreatif untuk branding event. 3. Membuat dan mengelola website dan landing page event. 4. Menyediakan dukungan teknis untuk sistem registrasi online dan ticketing. 5. Menangani kebutuhan IT di kantor dan venue event (jaringan, perangkat lunak, troubleshooting). 6. Mengelola media sosial. Mengembangkan aplikasi internal/external yang dibutuhkan oleh perusahaan atau pengunjung pameran.
6	<i>Promotion</i>	Merancang dan menjalankan strategi promosi event dan pameran untuk meningkatkan jumlah peserta dan pengunjung.	1. Menyusun rencana promosi melalui berbagai saluran (digital, media cetak, TV/radio, outdoor). 2. Bekerja sama dengan media partner untuk iklan dan promosi event. 3. Menyusun materi promosi seperti banner, poster, dan konten digital. 4. Mengelola database pengunjung dan peserta potensial. 5. Menjalankan kampanye pemasaran digital (email marketing, social media ads, SEO, dsb).

Sumber : PT. Napindo Media Ashatama 2025

TABEL 4
JOB DESCRIPTION DIVISI PROJECT
(LANJUTAN)

No	Sub-Divisi	Tugas Utama	Jobdesc
6	<i>Promotion</i>	Merancang dan menjalankan strategi promosi event dan pameran untuk meningkatkan jumlah peserta dan pengunjung.	6. Melakukan analisis efektivitas strategi promosi dan membuat laporan hasil. 7. Membangun kerja sama dengan komunitas, asosiasi, dan institusi untuk mendukung promosi.

Sumber : PT. Napindo Media Ashatama 2025

Tabel di atas menggambarkan tugas utama dan deskripsi pekerjaan dari seluruh sub-divisi yang berada di bawah naungan Divisi *Project*. Setiap anggota dalam divisi ini memiliki peran strategis dan operasional yang saling terintegrasi, serta terlibat secara langsung dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan, persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi dari tiga *event* utama yang secara rutin diselenggarakan oleh perusahaan setiap tahunnya. Keterlibatan menyeluruh ini menuntut koordinasi lintas fungsi yang solid, pembagian peran yang jelas, serta kapasitas manajerial dan teknis yang tinggi dari masing-masing sub-divisi.

Pada penelitian ini, dengan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas. Penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Beban Kerja Mental Divisi Project di PT. Napindo Media Ashatama**”. Penulis menggunakan pendekatan pengukuran beban kerja subjektif berdasarkan metode *NASA TLX (Task Load Index)* versi *unweighted* (tanpa bobot) sebagaimana digunakan oleh Braarud (2020). Dalam penelitiannya, Braarud menyederhanakan pengukuran beban kerja dengan hanya menggunakan enam

dimensi utama dari *NASA-TLX*, tanpa pembobotan, untuk meningkatkan efisiensi dan mempertahankan validitas dalam konteks kerja yang kompleks dan dinamis. Metode *NASA-TLX* yang digunakan tersebut merujuk pada kerangka teoritis yang dikembangkan oleh Hart dan Staveland (1988) dalam buku *Human Mental Workload*, di mana mereka memperkenalkan enam dimensi pengukuran beban kerja, yaitu: *Mental Demand*, *Physical Demand*, *Temporal Demand*, *Performance*, *Effort*, dan *Frustration Level*. Masing-masing dimensi mencerminkan elemen kognitif, fisik, waktu, persepsi performa, usaha, dan beban emosional yang dialami individu selama menjalankan tugas tertentu. *NASA-TLX* telah menjadi salah satu alat ukur paling banyak digunakan dalam bidang ergonomi kognitif karena kemampuannya menangkap persepsi subjektif individu terhadap beban kerja mental. Dengan menggunakan pendekatan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan menganalisis tingkat beban kerja mental yang dirasakan oleh karyawan Divisi *Project* PT Napindo Media Ashatama, yang menangani berbagai proyek besar seperti pameran *Indo Livestock*, *Integrated Technology Event*, dan *Indo Defence*, di mana beban kerja diperkirakan tinggi terutama pada periode menjelang pelaksanaan event.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu Bagaimana Beban Kerja Mental yang dialami oleh karyawan pada Divisi *Project* di PT Napindo Media Ashatama, yang dijabarkan menjadi 6 dimensi berikut :

1. Bagaimana tuntutan mental yang dialami karyawan saat melakukan pekerjaan?

2. Bagaimana tuntutan fisik yang dialami karyawan saat melakukan pekerjaan?
3. Bagaimana tuntutan waktu yang dialami karyawan saat melakukan pekerjaan?
4. Bagaimana persepsi karyawan terhadap kinerja mereka saat melakukan pekerjaan?
5. Bagaimana usaha yang harus dikeluarkan karyawan saat melakukan pekerjaan?
6. Bagaimana Tingkat frustrasi yang dialami karyawan saat melakukan pekerjaan?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Formal

Penelitian ini memiliki tujuan formal sebagai salah satu syarat kelulusan pada program Diploma IV, khususnya Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara yang ada dalam Jurusan Perjalanan di Politeknik Pariwisata NHI Bandung,

2. Tujuan Operasional

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat beban kerja pada Divisi Project di PT. Napindo Media Ashatama dengan menggunakan enam indikator dari metode NASA-TLX yang dikembangkan oleh Hart dan Staveland (1988). Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan sehingga mampu menyusun strategi dalam memaksimalkan produktivitas kerja karyawan serta menciptakan lingkungan kerja yang lebih efektif dan efisien.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan panduan mengenai bagaimana cara mengukur tingkat beban kerja karyawan dalam sebuah perusahaan dengan menggunakan teori ahli, sehingga dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Manajemen Sumber Daya Manusia khususnya terkait aspek analisis beban kerja.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan yang bermanfaat bagi PT. Napindo Media Ashatama dalam mengukur dan memahami tingkat beban kerja karyawan, khususnya di Divisi Project. Melalui hasil analisis ini, perusahaan dapat merumuskan strategi manajemen sumber daya manusia yang lebih tepat sasaran dan berbasis data. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan dampak yang positif dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan, produktivitas kerja, serta terciptanya lingkungan kerja yang lebih sehat dan baik secara fisik maupun mental.