

## ABSTRAK

Penetrasi *seats contact center* per 1 juta penduduk di Indonesia yang relatif masih rendah, dan pertumbuhan market *contact center* di Indonesia yang diestimasikan mencapai 20-30%, telah menciptakan persaingan ketat di industri *contact center*. Di tengah persaingan tersebut, Infomedia sebagai *market leader* di industri *contact center*, dituntut untuk mempertahankan dan meningkatkan *market share*. Salah satu cara yang dapat ditempuh diantaranya melalui peningkatan pembelanjaan *outsourcing* proses bisnis *contact center* dari pelanggan *existing*. Untuk itu perlu ditemukannya intensi pelanggan *existing* dalam meningkatkan *outsourcing* proses bisnis *Contact Center* (CC).

Studi literatur terkait *outsourcing* sebagian besar mengarah kepada faktor *benefit* dan faktor *risk* sebagai aspek yang menjadi pertimbangan dalam intensi, *attitude toward*, ataupun keputusan terkait *outsourcing*, termasuk didalamnya *Business Process Outsourcing* (BPO). Mengingat *contact center* merupakan bagian dari BPO, maka kerangka berfikir penelitian ini mengacu pada *Perceived Risk-Benefit BPO Adoption Model* dengan lingkup *contact center*.

Penelitian dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada orang-orang terlibat dalam *buying center* layanan *contact center* dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Responden valid yang berhasil diperoleh adalah 121 responden, terdiri dari 75 (tujuh puluh lima) layanan *contact center* dengan keterwakilan responden per layanan sebanyak 1 (satu) sampai dengan 3 (tiga) orang. Teknik pengujian statistik penelitian ini menggunakan model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling* - SEM) dengan tipe *Partial Least Square* (PLS). Analisa penelitian dilakukan melalui analisa deskriptif, pengukuran model (*outer model*), pengujian model struktural (*inner model*), dan pengujian hipotesa.

Berdasarkan uji hipotesis penelitian ini, terdapat 7 (tujuh) variabel yang berpengaruh signifikan terhadap intensi untuk meningkatkan *level outsourcing* proses bisnis CC yaitu variabel *perceived risk* (terdiri dari *financial risk & strategic risk*) dan variabel *perceived benefit* (terdiri dari *focus on core competencies, access to specialized resources* serta *quality improvement*). Pengaruh *perceived risk* terhadap intensi untuk meningkatkan *level outsourcing* proses bisnis CC terbukti signifikan dengan koefisien negative -0,223. Pengaruh *perceived benefit* terhadap intensi untuk meningkatkan *level outsourcing* proses bisnis CC terbukti berkoefisien positif 0,602.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model penelitian ini termasuk dalam kategori moderat (nilai  $R^2=0.404$ ). Dan mayoritas responden mempersepsikan setuju terhadap intensi untuk meningkatkan *level outsourcing* proses bisnis CC, dengan faktor *perceived benefit* berpengaruh lebih kuat terhadap intensi untuk meningkatkan *level outsourcing* proses bisnis CC dibandingkan faktor *perceived risk*.

**Kata kunci** : *outsourcing, contact center, benefit, risk, intensi*