

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Profil PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.**

PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, biasa disebut Telkom Indonesia atau Telkom saja adalah perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap di Indonesia. Telkom mengklaim sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia, dengan jumlah pelanggan telepon tetap sebanyak 15 juta dan pelanggan telepon seluler sebanyak 104 juta.

Telkom merupakan salah satu BUMN yang sahamnya saat ini dimiliki oleh Pemerintah Indonesia (52,47%), dan 47,53% dimiliki oleh Publik, Bank of New York, dan Investor dalam Negeri. Telkom juga menjadi pemegang saham mayoritas di 13 anak perusahaan, termasuk PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel). Direktur Utama Telkom saat ini adalah Alex Janangkih Sinaga, menggantikan Arief Yahya yang telah menjadi Menteri Pariwisata di Kabinet Kerja Jokowi.

Berikut bahasan tentang transformasi nama beserta logo Telkom Indonesia. Tbk:

#### **1. PT Telkom pada Era kolonial**

Pada tahun 1882, didirikan sebuah badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegraf. Layanan komunikasi kemudian dikonsolidasikan oleh Pemerintah Hindia Belanda ke dalam jawatan Post Telegraaf Telefoon (PTT). Sebelumnya, pada tanggal 23 Oktober 1856, dimulai pengoperasian layanan jasa telegraf elektromagnetik pertama yang menghubungkan Jakarta (Batavia) dengan Bogor (Buitenzorg). Pada tahun 2009 momen tersebut dijadikan sebagai patokan hari lahir Telkom.

#### **2. Perusahaan negara**

Pada tahun 1961, status jawatan diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Kemudian pada tahun 1965, PN Postel dipecah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi).

### 3. Perumtel

Pada tahun 1974, PN Telekomunikasi diubah namanya menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional. Tahun 1980 seluruh saham PT Indonesian Satellite Corporation Tbk. (Indosat) diambil alih oleh pemerintah RI menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi internasional, terpisah dari Perumtel. Pada tahun 1989, ditetapkan Undang-undang Nomor 3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi, yang juga mengatur peran swasta dalam penyelenggaraan telekomunikasi.

### 4. PT Telekomunikasi Indonesia (Persero)

Pada tahun 1991 Perumtel berubah bentuk menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 1991.

### 5. PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk

Pada tanggal 14 November 1995 dilakukan Penawaran Umum Perdana saham Telkom. Sejak itu saham Telkom tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ/JSX) dan Bursa Efek Surabaya (BES/SSX) (keduanya sekarang bernama Bursa Efek Indonesia (BEI/IDX), Bursa Efek New York (NYSE) (Diperdagangkan pada tanggal 14 Juli 2003) dan Bursa Efek London (LSE). Saham Telkom juga diperdagangkan tanpa pencatatan di Bursa Saham Tokyo. Jumlah saham yang dilepas saat itu adalah 933 juta lembar saham. Sejak 16 Mei 2014, saham Telkom tidak lagi diperdagangkan di Bursa Efek Tokyo (TSE) dan pada 5 Juni 2014 di Bursa Efek London (LSE).

Tahun 1999 ditetapkan Undang-undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi. Sejak tahun 1989, Pemerintah Indonesia melakukan deregulasi di sektor telekomunikasi dengan membuka kompetisi pasar bebas. Dengan demikian, Telkom tidak lagi memonopoli telekomunikasi Indonesia.

Tahun 2001 Telkom membeli 35% saham Telkomsel dari PT Indosat sebagai bagian dari implementasi restrukturisasi industri jasa telekomunikasi di Indonesia yang ditandai dengan penghapusan kepemilikan bersama dan kepemilikan silang antara Telkom dan Indosat. Sejak bulan Agustus 2002 terjadi duopoli penyelenggaraan telekomunikasi lokal. Pada 17 Oktober 2009, Telkom meluncurkan "New Telkom" ("Telkom baru") yang ditandai dengan penggantian identitas

perusahaan. (sumber:www.wikipedia.com). Berikut galeri logo PT. Telkom Indonesia Tbk:



Logo PN Postel



Logo Perumtel (1974 – 1991)



Logo Lama Telkom (1991 – 2009)



Logo Telkom 2009



Logo Baru 2013

### Gambar 1.1

Galeri Logo PT. Telkom Indonesia, Tbk

Sumber : [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

#### 1.1.2 Gambaran Umum PT. Telkom Indonesia, Tbk.

Telkom Group adalah satu-satunya BUMN telekomunikasi serta penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. Telkom Group melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia dengan rangkaian lengkap layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak dan telepon nirkabel tidak bergerak, komunikasi seluler, layanan jaringan dan interkoneksi serta layanan internet dan komunikasi data. Telkom Group juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media dan *edutainment*, termasuk *cloud-based and server-based managed services*, layanan *e-Payment* dan

IT *enabler*, *e-Commerce* dan layanan portal lainnya. Berikut penjelasan portofolio bisnis Telkom:

a. *Telecommunication*

Telekomunikasi merupakan bagian bisnis legacy Telkom. Sebagai ikon bisnis perusahaan, Telkom melayani sambungan telepon kabel tidak bergerak *Plain Ordinary Telephone Service* ("POTS"), telepon nirkabel tidak bergerak, layanan komunikasi data, *broadband*, satelit, penyewaan jaringan dan interkoneksi, serta telepon seluler yang dilayani oleh Anak Perusahaan Telkomsel. Layanan telekomunikasi Telkom telah menjangkau beragam segmen pasar mulai dari pelanggan individu sampai dengan Usaha Kecil dan Menengah ("UKM") serta korporasi.

b. *Information*

Layanan informasi merupakan model bisnis yang dikembangkan Telkom dalam ranah *New Economy Business* ("NEB"). Layanan ini memiliki karakteristik sebagai layanan terintegrasi bagi kemudahan proses kerja dan transaksi yang mencakup *Value Added Services* ("VAS") dan *Managed Application/IT Outsourcing* ("ITO"), *e-Payment* dan *IT enabler Services* ("ITeS").

c. *Media*

Media merupakan salah satu model bisnis Telkom yang dikembangkan sebagai bagian dari NEB. Layanan media ini menawarkan *Free To Air* ("FTA") dan *Pay TV* untuk gaya hidup digital yang modern.

d. *Edutainment*

*Edutainment* menjadi salah satu layanan andalan dalam model bisnis NEB Telkom dengan menargetkan segmen pasar anak muda. Telkom menawarkan beragam layanan di antaranya *Ring Back Tone* ("RBT"), *SMS Content*, portal dan lain-lain.

e. *Services*

*Services* menjadi salah satu model bisnis Telkom yang berorientasi kepada pelanggan. Ini sejalan dengan *Customer Portfolio* Telkom kepada pelanggan Personal, *Consumer/Home*, SME, *Enterprise*, *Wholesale*, dan *International*.

Sebagai perusahaan telekomunikasi, Telkom Group terus mengupayakan inovasi di sektor-sektor selain telekomunikasi, serta membangun sinergi di antara seluruh produk, layanan dan solusi, dari bisnis *legacy* sampai *New Wave Business*.

Untuk meningkatkan *business value*, pada tahun 2012 Telkom Group mengubah portofolio bisnisnya menjadi TIMES (*Telecommunication, Information, Media Edutainment & Service*). Untuk menjalankan portofolio bisnisnya, Telkom Group memiliki empat anak perusahaan, yakni PT. Telekomunikasi Indonesia Selular (Telkomsel), PT. Telekomunikasi Indonesia International (Telin), PT. Telkom Metra dan PT. Daya Mitra Telekomunikasi (Mitratel).

### 1.1.3 Visi, Misi, dan Budaya Perusahaan

Berikut ini merupakan visi, misi, dan tujuan dari PT. Telekom Indonesia, Tbk., yaitu :

a) Visi

*”Be The King of Digital in The Region”*

b) Misi

*“Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization”*

c) Budaya Perusahaan

*Corporate Culture : The Telkom Way*

*Basic Belief : Always The Best*

*Core Values : Solid, Speed, Smart*

*Key Behaviours : Imagine, Focus, Action*

### 1.1.4 Logo Perusahaan

Berikut ini merupakan logo dari PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk., yang dapat dilihat pada Gambar 1.2 sebagai berikut :



**Gambar 1.2**

**Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk**

Sumber : [www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id), diakses 30 Maret 2017

Adapun makna warna yang dipakai pada logo baru PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk., adalah :

1. Hitam

Pada teks Telkom Indonesia, melambangkan kemauan keras.

2. Merah

Pada telapak tangan, melambangkan optimis dan berani dalam menghadapi tantangan.

3. Putih

Pada lingkaran yang diatas, melambangkan persembahan terbaik untuk bangsa.

4. Abu-Abu

Pada lingkaran yang dibawah, melambangkan teknologi terdepan.

### **1.1.5 Bidang Usaha**

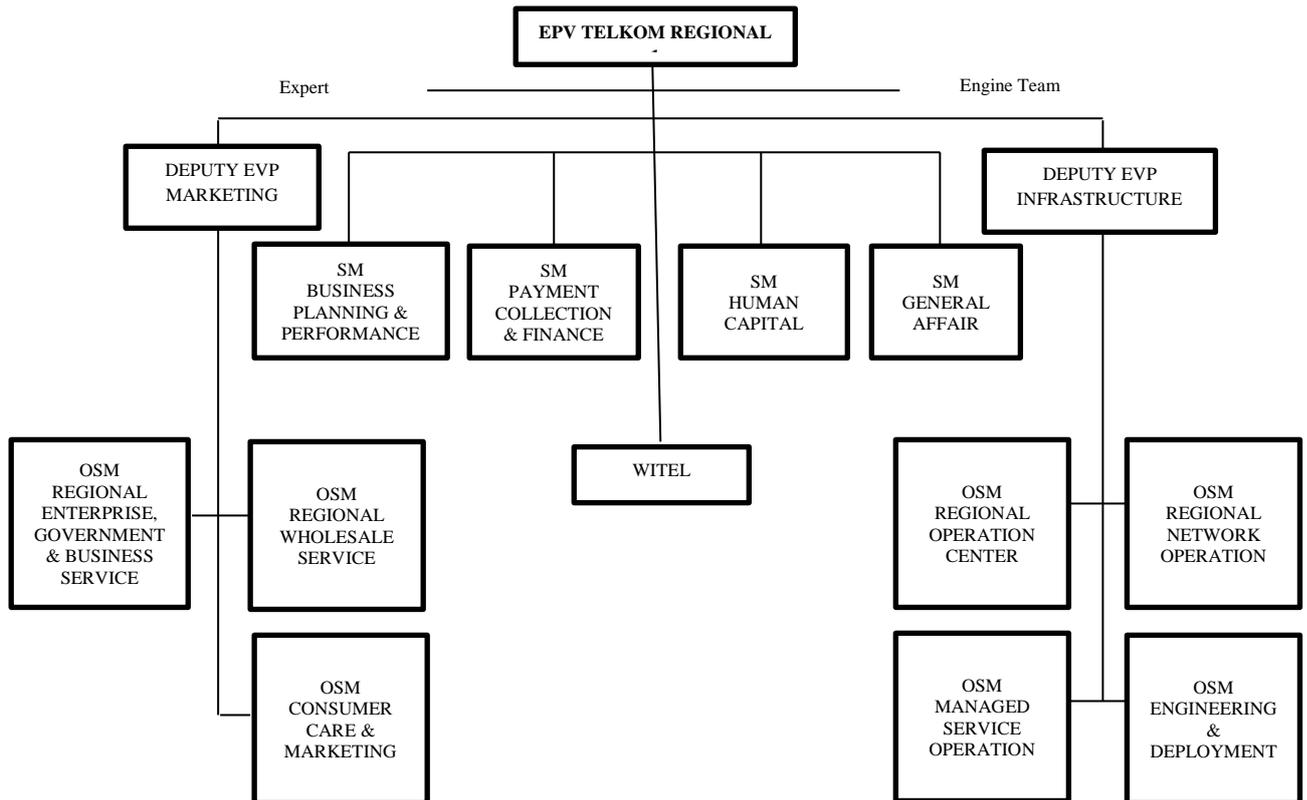
Telkom Group adalah satu-satunya BUMN telekomunikasi serta penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. Telkom Group melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia dengan rangkaian lengkap layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak dan telepon nirkabel tidak bergerak, komunikasi seluler, layanan jaringan dan interkoneksi serta layanan internet dan komunikasi data. Telkom Group juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media dan *edutainment*, termasuk *cloud-based and server-based managed services*, *layanan e-Payment* dan *IT enabler*, *e-Commerce* dan layanan portal lainnya.

### **1.1.6 Telkom Regional 1 Sumatera**

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk saat ini merupakan perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Sebagaimana diketahui PT. Telekomunikasi Indonesia terbagi dalam 7 wilayah operasional, diantaranya adalah Divisi Telkom Regional 1 Sumatera. Telkom Regional 1 Sumatera terdiri dari 11 wilayah telekomunikasi (witel) yang mencakup area pelayanan di seluruh pulau Sumatera dengan produk utama adalah Indihome. Indihome dipasarkan untuk meningkatkan *customer experience* dimana pelanggan dapat menikmati tiga layanan dalam satu produk yaitu telepon rumah (*fixed phone*), internet cepat minimal 10Mbps dan usestv kabel. Salah satu langkah untuk mensukseskan layanan indihome tersebut adalah

dengan memperluas fibernasi di seluruh witel Telkom Regional 1 Sumatera. (sumber: Data Internal Perusahaan).

Telkom Regional 1 Sumatera berlokasi di Jalan Prof. HM Yamin SH nomor 2 Medan dengan jumlah karyawab 226 orang. Berikut struktur organisasi Telkom Regional 1 Sumatera:



**Gambar 1.3**

**Struktur Organisasi Telkom Regional 1 Sumatera**

Sumber: HR Telkom Regional 1 Sumatera

**1.2 Latar Belakang Penelitian**

Kemajuan teknologi Telekomunikasi saat ini sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari dunia modern. Teknologi Telekomunikasi terus menerus mengalami perubahan yang sangat cepat dan tidak dapat dicegah dan dihentikan oleh siapapun. Kemajuan teknologi Telekomunikasi yang terus menerus mengalami perubahan tersebut berdampak pula pada perubahan kebutuhan pasar khususnya dalam perubahan selera masyarakat. Hal ini menuntut perusahaan mampu menghadapi

perubahan-perubahan tersebut sehingga perusahaan akan tetap bertahan dan unggul dalam persaingan.

Persaingan bisnis di era globalisasi yang terjadi saat ini semakin ketat, tidak dipungkiri bahwasannya hal ini menimbulkan banyak akibat yang tidak diinginkan dalam persaingan perusahaan. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan yaitu perusahaan dituntut untuk melakukan inovasi serta meningkatkan daya saingnya secara terus menerus. Untuk melakukan inovasi tersebut maka perusahaan atau organisasi membutuhkan tenaga ahli berupa sumber daya manusia yang mempunyai keterampilan, kemampuan, kompetensi, serta dedikasi yang tinggi terhadap perusahaan. Perusahaan akan memberikan penilaian kinerja atas kompetensi yang dimiliki individu/karyawan.

Sumber daya manusia atau karyawan suatu perusahaan harus dijaga dengan baik untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi sehingga perusahaan dapat mencapai tujuannya. Karyawan merupakan salah satu aset yang berharga bagi sebuah perusahaan karena karyawan merupakan suatu aspek yang menentukan berhasil atau tidaknya tujuan perusahaan tersebut. Perusahaan akan selalu berupaya agar karyawan mempunyai kinerja yang tinggi sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Selain menjadi aset yang berharga, sumber daya manusia juga disebutkan sebagai *human capital*. Apabila suatu perusahaan memperlakukan karyawannya sebagai *human capital* (modal) maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang besar. Dalam Jimmy (2014: 696) “Dengan menganggap karyawan sebagai modal yang memiliki pengetahuan, keahlian, dan keterampilan maka manusia yang bekerja di suatu perusahaan dapat menjalankan sumber-sumber daya lainnya”. Menurut Jimmy (2014: 696) “*human capital* adalah akumulasi pengetahuan, keahlian, pengalaman, dan atribut-atribut kekuatan pekerja lainnya yang relevan di dalam kekuatan pekerja suatu organisasi dan memacu produktivitas, kinerja dan pencapaian tujuan strategis”.

Suntoro dalam Uha (2013: 212) mengemukakan bahwa “kinerja (*performance*) adalah hasil yang dicapai oleh seorang atau kelompok orang dalam suatu organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan norma dan etika”. Kinerja karyawan menjadi suatu hal yang sangat diperhatikan pada perusahaan khususnya Telkom Regional 1 Sumatera. Telkom Regional 1 Sumatera melakukan penilaian kinerja karyawan setiap tahun

guna mengevaluasi serta meningkatkan kinerja karyawan itu sendiri. Penilaian kinerja karyawan dilihat dari performansi berupa prestasi yang dihasilkan oleh setiap individu/karyawan. Penilaian prestasi dilihat dari keberhasilan karyawan dalam menyelesaikan suatu pekerjaan sesuai dengan target yang sudah ditetapkan oleh Telkom Regional 1 Sumatera. Berikut adalah rekapitulasi kinerja karyawan Telkom Regional 1 Sumatera dari tahun 2014-2015:

**Tabel 1.1**  
**Rekapitulasi Kinerja Karyawan Telkom Regional 1 Sumatera**  
**Tahun 2014 – 2016**

Tahun	Jumlah Karyawan	Kriteria Penilaian NKI (Nilai Kerja Individu)				
		P1	P2	P3	P4	P5
2014	208	0	48	160	0	0
2015	208	0	51	157	0	0
2016	221	0	30	191	0	0

Sumber: HR Telkom Regional 1 Sumatera

Berikut kriteria penilaian kinerja karyawan Telkom Regional 1 Sumatera:

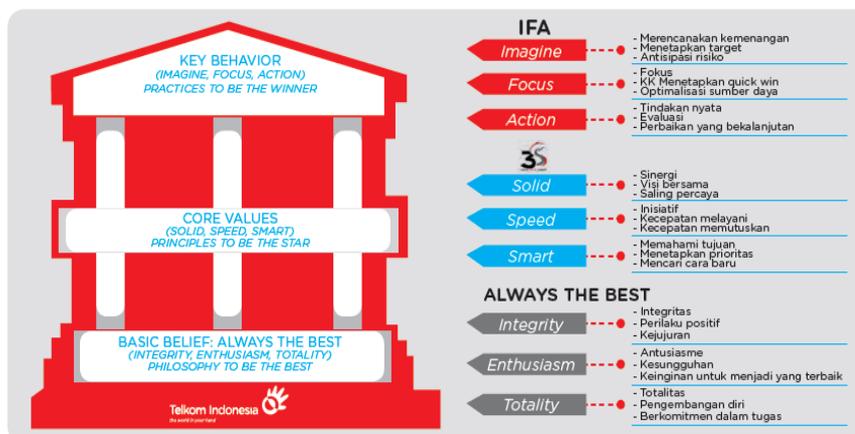
- P1 (Prestasi 1) >110% : Istimewa
- P2 (Prestasi 2) 103%-110% : Baik Sekali
- P3 (Prestasi 3) 96%-103% : Baik
- P4 (Prestasi 4) 90%-96% : Kurang Baik
- P5 (Prestasi 5) <90% : Kurang Baik Sekali

Dari hasil rekapitulasi kinerja karyawan Telkom Regional 1 Sumatera tahun 2014-2016, berdasarkan tabel 1.1 tampak bahwa prestasi kinerja karyawan mengalami fluktuatif. Pada tahun 2015 terjadi kenaikan tetapi pada tahun 2016 mengalami penurunan. Jumlah karyawan kriteria baik sekali pada tahun 2014 sebanyak 48 orang, dan pada tahun 2015 sebanyak 51 orang, sedangkan pada tahun 2016 kriteria tersebut mengalami penurunan menjadi 30 orang. Sedangkan kriteria baik pada tahun 2014 awalnya 160 orang, dan pada tahun 2015 menurun sedikit menjadi 157 orang, dan pada tahun 2016 kriteria baik mengalami kenaikan menjadi 191 orang. Dari tabel diatas terlihat bahwa tidak ada karyawan yang mempunyai kinerja dengan prestasi istimewa (P1), hal tersebut terjadi karena belum adanya karyawan yang memenuhi persyaratan untuk mendapatkan kinerja dengan kriteria istimewa.

Sudarmanto (2014:30) mengatakan bahwa “banyak faktor yang menyebabkan sumber daya manusia memiliki kinerja unggul, sehingga mampu mendorong keberhasilan organisasi”, di antaranya adalah:

1. Motivasi Kerja
2. Kepuasan Kerja
3. Desain Pekerjaan
4. Komitmen
5. Kepemimpinan
6. Partisipasi
7. Fungsi – fungsi Manajemen
8. Kejelasan Arah Karier
9. Kompetensi
10. Budaya Organisasi

Dari aspek-aspek yang mempengaruhi kinerja yang dikemukakan oleh Sudarmanto diatas terlihat bahwa salah satu aspek tersebut adalah budaya organisasi. Hal ini dikuatkan oleh Uha (2013: 221) “salah satu faktor yang mempengaruhi pembentukan kinerja yang baik adalah budaya korporat atau *organizational culture* (budaya organisasi)”. Budaya organisasi di setiap perusahaan berbeda-beda. Telkom Indonesia memiliki budaya organisasi yang berbeda dengan budaya organisasi di perusahaan-perusahaan termuka lainnya. Berikut adalah gambaran budaya organisasi PT. Telkom Indonesia:



**Gambar 1.4**  
**Budaya Organisasi Telkom Indonesia**

Sumber : [www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id)

*Philosophy to be the Best: Always the Best* adalah sebuah *basic belief* untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan. *Always the Best* memiliki esensi “Ihsan” yang dalam pengertian ini diterjemahkan “terbaik”. Setiap insan Telkom Group yang memiliki spirit Ihsan akan selalu memberikan hasil kerja yang lebih baik dari yang seharusnya, sehingga sikap ihsan secara otomatis akan dilandasi oleh hati yang ikhlas. Ketika setiap aktivitas yang dilakukan adalah bentuk dari ibadah kepada Tuhan Yang Maha Esa. *Philosophy to be the Best: Integrity, Enthusiasm, Totality Always the Best* menuntut setiap insan Telkom Group memiliki integritas (*integrity*), antusiasme (*enthusiasm*), dan totalitas (*totality*). *Principles to be the Star* dari *The Telkom Way* adalah 3S yakni *Solid, Speed, Smart* yang sekaligus menjadi *core values* atau *great spirit*. *Solid* yang berarti seluruh insan Telkom Group harus memberikan yang terbaik (*Always The Best*) dan meningkatkan soliditas di antara seluruh insan Telkom Group sebagai satu *Great Team*. *Speed* yang berarti segenap insan Telkom Group harus bekerja cepat dalam setiap kesempatan untuk memenangkan persaingan. Karena yang cepat akan mengalahkan yang lambat. Dan *Smart* yang memiliki arti bahwa seluruh insan Telkom Group dituntut bekerja *smart*, yaitu memahami tujuan yang ingin dicapai, menentukan prioritas dan selalu mencari cara baru yang lebih baik untuk mencapai tujuan. *Practices to be the Winner : Imagine – Focus – Action Practices to be the Winner* dari *The Telkom Way* adalah IFA yakni *Imagine, Focus, Action* sekaligus sebagai *Key Behaviors*. (Sumber: [www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id), diakses 14 Maret 2017).

Akselerasi kegiatan aktivasi budaya dilakukan dengan membentuk Komunitas Aktivasi Provokasi (Kipas) Budaya di setiap unit yang dikelola secara langsung oleh para *Role Model* dan *Change Agent* unit terkait. Pada Tahun 2015 telah terbentuk 147 Kipas Budaya. Kipas Budaya merupakan wadah atau media yang digunakan untuk mengakselerasi implementasi *The Telkom Way* dalam perilaku kerja sehari-hari yang diharapkan mampu menginduksi cara kerja baru dan menciptakan suasana kerja yang penuh semangat, menyenangkan dengan berpedoman *The Telkom Way*. Nama Kipas Budaya ditetapkan sesuai kreativitas masing-masing unit secara fun dan menyenangkan namun tetap etis dan santun. *Monitoring* kegiatan Kipas Budaya di unit dilakukan secara *online* menggunakan *Telkom Knowledge Management System* yang dinamakan KAMPIUN. (Sumber: [www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id), diakses 14 Maret 2017).

Telkom Regional 1 Sumatera juga memiliki julukan kipas budaya yaitu “Kipas Budaya Laskar Andalas”. Filosofi namanya diambil dari Laskar yang menunjukkan arti sekumpulan orang-orang (pejuang atau prajurit), sedangkan Andalas merupakan singkatan dari antusias dan selaras yang menjadi landasan Kipas Budaya Telkom Regional 1 Sumatera. Andalas sendiri merupakan nama pulau Sumatera pada masa lampau. Dalam pelaksanaan kipas budaya Laskar Andalas tersebut, Telkom Regional 1 memiliki beberapa hambatan yang disebut dengan entropi budaya. Entropi budaya merupakan energi yang terpakai untuk kegiatan tidak produktif disebuah lingkungan kerja. Entropi menunjukkan tingkat konflik, friksi dan frustrasi dilingkungan kerja (sumber: Data Internal Telkom Regional 1 Sumatera Tahun 2017). Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak HR Telkom Regional 1 Sumatera terdapat hasil entropi budaya dari tahun 2014 dan 2015. Berikut kriteria entropi budaya yang ada di Telkom Regional 1 Sumatera:

**Tabel 1.2**  
**Kriteria Entropi Budaya Telkom Regional 1 Sumatera**

<b>Rentang Nilai</b>	<b>Kriteria</b>
< 10%	Budaya Organisasi Sehat
11 – 20%	Kurang Sehat (memerlukan beberapa penyesuaian minor)
21 - 30%	Tidak Sehat (masalah-masalah signifikan yang memerlukan perhatian segera)
31 - 40%	Sangat Tidak Sehat (situasi serius yang memerlukan intervensi dan perubahan kepemimpinan segera)
> 41%	Situasi Kritis (memerlukan perubahan kepemimpinan untuk menghindari kegagalan organisasi)

Sumber: HR Telkom Regional 1 Sumatera

Dari kriteria entropi budaya pada tabel 1.2 diatas, Penulis mendapatkan data nilai entropi budaya Telkom Regional 1 Sumatera. Berikut tabel entropi budaya Telkom Regional 1 Sumatera:

**Tabel 1.3**

**Nilai Entropi Budaya Telkom Regional 1 Sumatera**

<b>Tahun</b>	<b>Nilai Entropi</b>
<b>2014</b>	<b>9%</b>
<b>2015</b>	<b>7%</b>
<b>2016</b>	<b>2%</b>

Sumber: HR Telkom Regional 1 Sumatera

Tahun 2017

Dari nilai entropi budaya Telkom Regional 1 Sumatera pada tabel 1.3 diatas, dapat dilihat bahwa nilai entropi pada tahun 2014 sebesar 9% sedangkan pada tahun 2015 sebesar 7%. Nilai entropi pada tahun 2014-2015 mengalami penurunan angka sebesar 2%. Tetapi pada tahun 2016 nilai entropi turun drastis menjadi 2%, hal ini mengalami penurunan angka entropi sebesar 5%. Apabila nilai entropi semakin kecil artinya kesehatan budaya di sebuah perusahaan tersebut semakin baik. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa kriteria budaya organisasi di Telkom Regional 1 Sumatera termasuk dalam “Budaya Organisasi Sehat”.

Atas dasar fenomena adanya kinerja karyawan yang fluktuatif dan penurunan entropi budaya sebagaimana dipaparkan di atas maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul penelitian “**Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Telkom Regional 1 Sumatera PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.**”.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas yang menunjukkan bahwa budaya organisasi memiliki pengaruh terhadap kinerja karyawan maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana budaya organisasi yang terdapat pada Telkom Regional 1 Sumatera?
2. Bagaimana kinerja karyawan yang terdapat pada Telkom Regional 1 Sumatera?
3. Seberapa besar pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja karyawan pada Telkom Regional 1 Sumatera?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui budaya organisasi yang terdapat pada Telkom Regional 1 Sumatera.
2. Untuk mengetahui kinerja karyawan yang terdapat pada Telkom Regional 1 Sumatera.
3. Untuk mengetahui pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja karyawan Telkom Regional 1 Sumatera.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Dengan diadakannya penelitian ini, diharapkan dapat memperkuat keakuratan dari penelitian sebelumnya yang membahas tentang teori yang sama, yaitu teori budaya organisasi, dan juga dapat memperkuat teori-teori mengenai budaya organisasi, serta diharapkan dapat menjadi referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Telkom Regional 1 Sumatera sebagai bahan pertimbangan dalam mempertahankan atau memperbaiki budaya organisasi demi meningkatkan kinerja pegawai yang pada akhirnya akan berimbas pada peningkatan kinerja pegawai.

## **1.6 Ruang Lingkup Penelitian**

### **1.6.1 Lokasi dan Objek Penelitian**

Lokasi penelitian : Telkom Regional 1 Sumatera Jalan Prof. HM Yamin SH nomor 2

Objek penelitian : Karyawan Telkom Regional 1 Sumatera

### **1.6.2 Waktu dan Periode Penelitian**

Waktu pelaksanaan penelitian ini mulai dilakukan pada bulan Maret 2017 sampai dengan bulan September 2017.

## **1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Dalam menyusun penelitian yang dapat memudahkan peneliti dan mempermudah pembaca dalam membaca penelitian ini diperlukan suatu tata urutan pengujian penelitian. Sistematika penulisan penelitian ini sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab yang menyajikan informasi secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan secara rinci tentang isi penelitian. Bab ini menjelaskan rincian dari beberapa hal, yaitu: gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Bab yang menyajikan secara rinci hasil dari kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian yang akan dijadikan sebagai acuan dari penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis. Bab ini menguraikan secara rinci tentang beberapa hal, yaitu: tinjauan pustaka penelitian, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari teori organisasi, teori tentang budaya organisasi, serta beberapa teori mengenai kinerja karyawan

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab yang menjelaskan secara rinci tentang metode yang dipakai dalam penyusunan penelitian ini, menjelaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah dari penelitian ini. Bab ini menguraikan secara rinci tentang beberapa hal, yaitu: karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan pelaksanaan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan sumber data, validitas dan teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

### **BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab yang menjelaskan secara rinci hasil dari penelitian yang kemudian dibahas oleh peneliti secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Bab ini menguraikan secara rinci beberapa hal, yaitu: analisis responden terhadap variabel penelitian, analisis statistik, analisis pengaruh variabel.

### **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab yang berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dibahas dalam penelitian ini dengan cara diuraikan butir demi butir dan secara padat, dan berisikan saran pemecahan masalah yang ditujukan bagi perusahaan terkait dengan permasalahan yang diambil, dan juga berisikan saran kepada para pembaca penelitian tersebut mapun kepada peneliti-peneliti berikutnya.