



PDF
Complete

Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.

N

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

1.1.1 Sekilas Tentang PT Telekomunikasi, Tbk

Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) merupakan BUMN yang bergerak dibidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia. Dengan statusnya sebagai perusahaan milik negara yang sahamnya diperdagangkan di bursa saham, pemegang saham mayoritas perusahaan adalah Pemerintah Republik Indonesia, sedangkan sisanya dikuasai oleh publik.

Layanan telekomunikasi dan jaringan Telkom sangat luas dan beragam meliputi layanan dasar telekomunikasi domestik dan internasional, baik menggunakan jaringan kabel, nirkabel tidak bergerak (*Code Division Multiple Access* atau CDMA) maupun *Global System for Mobile Communication* (GSM) serta layanan interkoneksi antar operator penyedia jaringan. Di luar layanan telekomunikasi, Telkom juga berbisnis di bidang Multimedia berupa konten dan aplikasi, melengkapi portofolio bisnis Perusahaan yang disebut *TIMES (Telecommunication, Information, Media Edutainment and Services)*.

Bisnis telekomunikasi adalah fundamental *platform* bisnis perusahaan yang bersifat *legacy*, sedangkan portofolio bisnis lainnya disebut sebagai bisnis *new wave* yang mengarahkan perusahaan untuk terus berinovasi pada produk berbasis kreatif digital. Hal tersebut mempertegas komitmen Telkom untuk terus meningkatkan pendapatan di dalam situasi persaingan bisnis di industri ini yang sangat terbuka. Telkom juga terus melakukan diversifikasi usaha baik melalui merger ataupun akuisisi.



PDF
Complete

*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

atau memperkuat fundamental
ur melalui proyek Palapa Ring
al yang kuat dengan nama
om terhadap konektivitas dan
mobilitas data yang handal dan terpercaya, mampu meningkatkan jumlah
pelanggan *broadband* sebanyak 10,5 juta pelanggan per 31 Desember 2011,
atau meningkat sebesar 64,3%. Sementara itu, pelanggan layanan seluler
meningkat pesat sebesar 13,8% atau 13 juta pelanggan baru sehingga total
pelanggan seluler menjadi 107 juta.

(Sumber:www.telkom.co.id, 3 Agustus 2012).

1.1.2 Visi, Misi dan Tujuan

a. Visi

*To become a leading Telecommunication, Information, Media,
Edutainment and Services (TIMES) player in the region.*

b. Misi

- 1) To provide TIME Service with Excellent Quality and Competitive Price.*
- 2) To be the role model as the Best Managed Indonesian Corporation.*

(Sumber:www.telkom.co.id, 26 Februari 2013).

1.1.3 Divisi Telkom Maintenance Service Center (MSC)

Maintenance Service Center (MSC) adalah sebagai unit bisnis
support service yang dibentuk untuk menjalankan peran *maintenance
management* alat produksi perusahaan. Sebagai unit dengan *maintenance*



PDF
Complete

Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

antara lain penyusunan *design* cadang nasional, *maintenance* SC dipimpin oleh suatu posisi *Service Center*, yang selanjutnya

disingkat SGM MSC.

SGM MSC bertanggung jawab atas pendayagunaan sumberdaya MSC dalam rangka efisiensi dan efektifitas (ketepatan waktu layanan dan ketepatan kualitas layanan) dukungan fungsi *repair* dan *maintenance* kepada unit pengelola infrastruktur perusahaan. MSC sebagai unit bisnis bagi Telkom yang berperan dalam menjaga *availability* dan *reliability* alat produksi untuk dapat menjamin kelancaran operasional alat produksi sehingga dapat memberikan kontribusi dalam *cost efficiency* dan *cost effectiveness*. Selain itu, MSC juga menjadi pusat layanan pemeliharaan dan perbaikan alat produksi kepada perusahaan TELKOMGROUP dan perusahaan lain yang membutuhkan jasa sejenis di dalam negeri maupun di luar negeri.

Divisi Telkom MSC beroperasi dibawah kendali Direktur *Network and Solutions*. Gambar 1.1 menunjukkan Struktur Divisi MSC yang dapat dilihat pada lampiran yang telah dilampirkan.

(Sumber:Keputusan Direktur Pembentukan MSC 1996).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Potret industri telekomunikasi di Indonesia khususnya sekarang cenderung konsumtif. Hal ini menimbulkan terciptanya pasar potensial untuk industri telekomunikasi. Rupanya hal ini merupakan kecenderungan perubahan tren penggunaan teknologi yang berhasil memanfaatkan bidang telekomunikasi dari yang tadinya hanya berupa *voice* dan *text* menjadi konten, data dan video.



PDF
Complete

Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

si besar *Information and*
tentunya membutuhkan alokasi
tuti dukungan dari kesiapan
dana dan yang tidak kalah
pentingnya adalah sumber daya manusia (SDM). Telkom merupakan
incumbent operator telekomunikasi di Indonesia yang mengubah portofolio
arah bisnisnya menjadi *TIMES*.

Berikut ini definisi mengenai layanan *TIMES* secara satu per satu :

1) *Telecommunication*

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

2) *Information*

Layanan informasi merupakan model bisnis yang dikembangkan
Telkom dalam ranah *New Economy Business* (öNEBö). Layanan ini memiliki
karakteristik sebagai layanan terintegrasi bagi kemudahan proses kerja dan
transaksi yang mencakup *Value Added Services* (öVASö) dan *Managed
Application atau IT Outsourcing* (öITOö), *e-Payment* dan *IT enabler Services*
(öITeSö).



PDF
Complete

Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

model bisnis Telkom yang
an media ini menawarkan *Free*

To Air (öFTAö) dan *Pay TV* untuk gaya hidup digital yang modern.

4) *Edutainment*

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

5) *Services*

Komitmen Telkom untuk mendukung mobilitas dan konektivitas tanpa batas diyakini akan meningkatkan kepercayaan pelanggan ritel maupun korporasi terhadap kualitas, kecepatan, dan kehandalan layanan serta produk yang Telkom tawarkan. Hal itu terbukti dengan kontinuitas peningkatan di sisi jumlah pelanggan Telkom, yakni mencapai 129,8 juta pelanggan per 31 Desember 2011, atau meningkat sebesar 7,8%.

Sesuai jumlah tersebut, sebanyak 8,6 juta pelanggan merupakan pelanggan telepon kabel tidak bergerak, 14,2 juta pelanggan telepon nirkabel tidak bergerak, dan 107,0 juta pelanggan telepon seluler. Pertambahan jumlah pelanggan seluler Telkom sebesar 13,8% atau 13,0 juta pelanggan menjadi 107,0 juta pelanggan di akhir tahun 2011.

(Sumber: www.telkom.co.id, 26 Februari 2013).



PDF
Complete

Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

tanggal 19 November 2012

ur sekretariat MSC, beliau

TIMES tersebut Divisi Telkom

ang disusun dalam *Strategic*

Planning. Isi dari *Strategic Planning* tersebut antara lain adalah pelatihan.

Sebagaimana layaknya perusahaan lainnya, Divisi Telkom MSC melakukan program pelatihan yang terbagi menjadi dua, yaitu pelatihan *hard skill* dan pelatihan *soft skill*. Peneliti memilih pelatihan *soft skill* karena dalam lingkungan kerja sekarang ini karyawan dituntut untuk menjadi profesional yang berkompeten artinya tidak hanya memiliki kemampuan menyelesaikan pekerjaan dan tugasnya tetapi juga dituntut untuk memiliki sikap, perilaku dan pembawaan diri sehingga semua hal ini menjadi nilai tambah. Kemudian tidak sedikit pekerjaan yang mengharuskan seorang karyawan untuk berhubungan dengan orang lain.

Hal ini peneliti yakini bahwa dengan *soft skill* kehidupan akan lebih berkualitas, dunia kerja lebih menyenangkan, tim kerja menjadi produktif dan kehidupan sosial penuh dengan warna. Demikian halnya yang peneliti lihat di Divisi Telkom MSC, dimana pelatihan *soft skill* itu tersusun untuk membangun kemampuan dalam berkomunikasi, berinteraksi dan bekerja sama secara baik. Oleh karena itu, karena kebutuhan SDM seperti yang disebutkan diatas, maka pelatihan *soft skill* dilaksanakan.

Jumlah karyawan yang mengikuti pelatihan *soft skill* selama periode januari sampai oktober adalah 30 orang dari 60 karyawan jumlah total seluruh karyawan di Divisi Telkom MSC. Pelatihan *soft skill* yang dilaksanakan terdiri dari enam macam, yang dapat di lihat dalam Tabel 1.1.



PDF
Complete

Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.

om MSC Bandung

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

			Lulus	Tidak Lulus
			24	4
2.	Manajemen Perubahan	Januari-April	5	1
3.	Selling Skill	Januari-April	2	1
4.	Effective Communication	Maret-April	1	2
5.	Teamwork Skill	Maret	2	0
6.	Virus sikap di tempat kerja	Maret ó April	4	1

Sumber : Laporan Manajemen Pelaksanaan Pelatihan Tahun 2012 yang diolah

Berdasarkan Tabel 1.1 hasil pelatihana *soft skill* di Divisi Telkom MSC Bandung dikategorikan masih belum sempurna. Hal ini dikarenakan masih adanya karyawan yang mengikuti pelatihan *soft skill* berada dalam kategori tidak lulus untuk beberapa indikator penilaian yang seharusnya karyawan Divisi Telkom MSC tempuh.

Menurut penelitian R. Sri Kusumaningrum di tahun 2007, mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh antara pelatihan terhadap kinerja karyawan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa hasil pengaruh pelatihan terhadap kinerja dalam kategori sangat baik.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang dituangkan dalam bentuk Tugas Akhir dengan judul: **öPengaruh Pelatihan *Soft Skill* terhadap Tingkat Kinerja Karyawan Divisi Telkom *Maintance Service Center* PT Telekomunikasi Tbk Bandung Tahun 2012 ö.**



PDF
Complete

Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ang masalah di atas, peneliti

com MSC Bandung pada tahun

2012?

- 2) Bagaimana tingkat kinerja karyawan di Divisi Telkom MSC Bandung pada tahun 2012?
- 3) Seberapa besar pengaruh pelatihan *soft skill* terhadap kinerja karyawan di Divisi Telkom MSC Bandung pada tahun 2012?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Mengetahui pelatihan *soft skill* di Divisi Telkom MSC Bandung pada tahun 2012.
- 2) Mengetahui tingkat kinerja karyawan di Divisi Telkom MSC Bandung pada tahun 2012.
- 3) Mengetahui seberapa besar pengaruh pelatihan *soft skill* terhadap kinerja karyawan di Divisi Telkom MSC Bandung pada tahun 2012.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan memperkaya pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen sumber daya manusia, khususnya pada kajian pengembangan dan pelatihan SDM dalam meningkatkan kinerja perusahaan.



PDF
Complete

*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ini dapat dijadikan bahan program pengembangan dan manajemen dalam rangka

meningkatkan kinerja perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan. Sistematika penulisan dari penelitian ini disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang tinjauan terhadap obyek studi, latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini berisi tentang kajian pustaka yaitu penelitian ó penelitian sebelumnya yang pernah membahas mengenai permasalahan yang sama atau serupa, dan teori ó teori yang berhubungan dengan penelitian yang diperlukan dalam analisis data.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode penelitian yang digunakan, skala pengukuran dan skala untuk instrumen, teknik pengumpulan dan pengolahan data, populasi dan sampel serta sistematika penulisan.



PDF
Complete

*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

SAHASAN

g berisi data ódata yang telah
k mendapatkan solusi dari

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan memberikan kesimpulan dari hasil pembahasan dan memberikan masukan atau saran yang bisa diimplementasikan oleh perusahaan.