

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah PT. Telekomunikasi Indonesia

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk merupakan perusahaan penyedia jasa layanan telekomunikasi terlengkap di Indonesia. PT. Telekomunikasi Indonesia pada awalnya dikenal dengan nama JAWATAN. Pada tahun 1961 perusahaan jawatan dipecah menjadi dua yaitu, Perusahaan Negara Pos dan Giro, dan Perusahaan Negara Telekomunikasi. Pada tahun 1974 Perusahaan Negara Telekomunikasi diubah menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi. Pada tahun 1995 PT. Telekomunikasi Indonesia diresmikan pemerintah.

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan jaringan telekomunikasi, PT. Telekomunikasi Indonesia menyediakan jasa telekomunikasi secara lengkap dan terbesar di Indonesia. Dengan statusnya sebagai perusahaan milik negara yang sahamnya dimiliki oleh Pemerintah 51,19% dan publik sebesar 48,81%.

Berdasarkan hasil pencapaian yang diperoleh, Telkom dinobatkan sebagai penguasa pasar untuk setiap portofolio bisnisnya, kuatnya kinerja keuangan yang dikelola dengan baik, dan potensi pertumbuhannya di masa mendatang, dan inovasi produk yang dilakukan terus untuk mengikuti era digital. Saat ini Telkom menjadi model korporasi terbaik Indonesia.

Untuk meningkatkan produk dan jasa layanannya serta untuk mempermudah masyarakat agar dapat mencapai keinginannya PT. Telkom Indonesia membuka berbagai kantor cabang yang tersebar diseluruh Indonesia yang meliputi:

- a. Divisi Regional I : Sumatera,
- b. Divisi Regional II : Jakarta dan sekitarnya,
- c. Divisi Regional III : Jawa Barat,
- d. Divisi Regional IV : Jawa Tengah dan Yogyakarta,
- e. Divisi Regional V : Jawa Timur,
- f. Divisi Regional VI : Kalimantan, dan

- g. Divisi Regional VII : Kawasan Timur Indonesia (Sulawesi, Bali, Nusa Tenggara, Maluku dan Papua).

1.1.2 Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Indonesia

Berikut ini merupakan visi dan misi PT. Telekomunikasi Indonesia yang merupakan landasan untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu :

Visi

“Be The King Of Digital in The Region”

Misi

“Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization”

1.1.3 Jenis Produk dan Layanan PT. Telekomunikasi Indonesia

Adapun produk dan layanan PT. Telekomunikasi Indonesia dibagi dalam tiga bidang sebagai berikut:

- a. Dalam bidang Telekomunikasi, PT. Telkom Indonesia menyediakan jasa layanan sambungan telepon kabel tidak bergerak, sambungan telepon nirkabel tidak bergerak, seluler, jasa layanan internet, layanan jaringan, jasa komunikasi jasa, dan layanan interkoneksi.
- b. Dalam bidang Teknologi Informasi (“TI”) PT. Telekomunikasi menyediakan layanan seperti *managed application & performance, e-payment/payment services, IT enabler services, network centric*, dan jasa integrasi.
- c. Dalam bidang Media dan Edutainment PT. Telekomunikasi Indonesia menyediakan jasa layanan seperti konten, portal dan media.

1.1.4 Lokasi Perusahaan

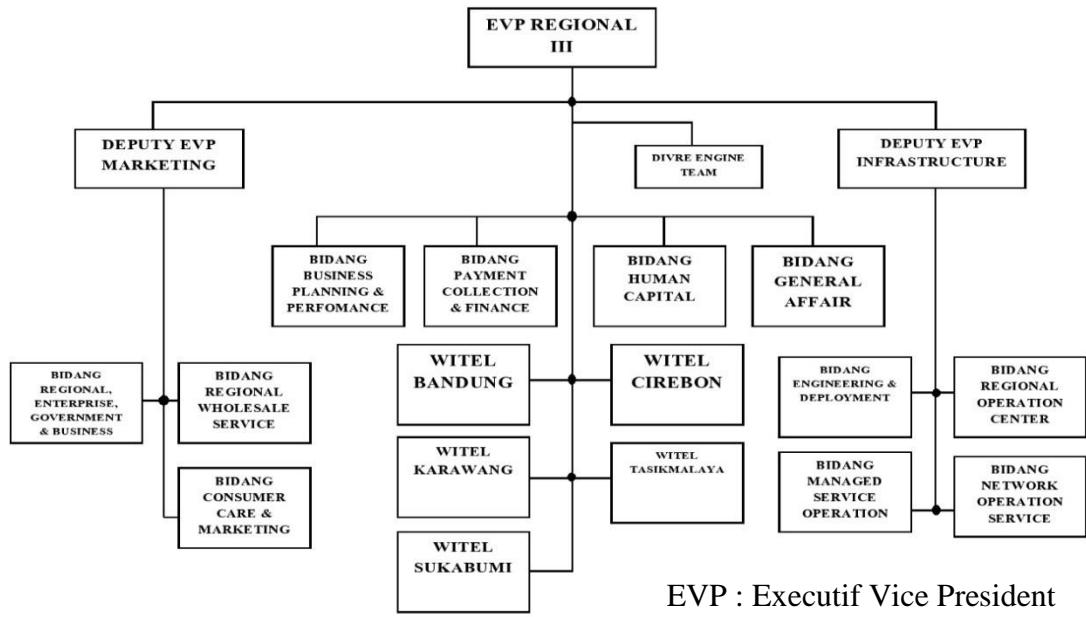
PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Lembong Bandung, bertempat di Jl. Lembong No. 11-13, Bandung, Jawa Barat, Indonesia 40111. No. Telp : (022) 4223611.

1.1.5 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi.

a. Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah struktur organisasi PT. Telekomunikasi Indonesia pada Gambar 1.1 dibawah ini :

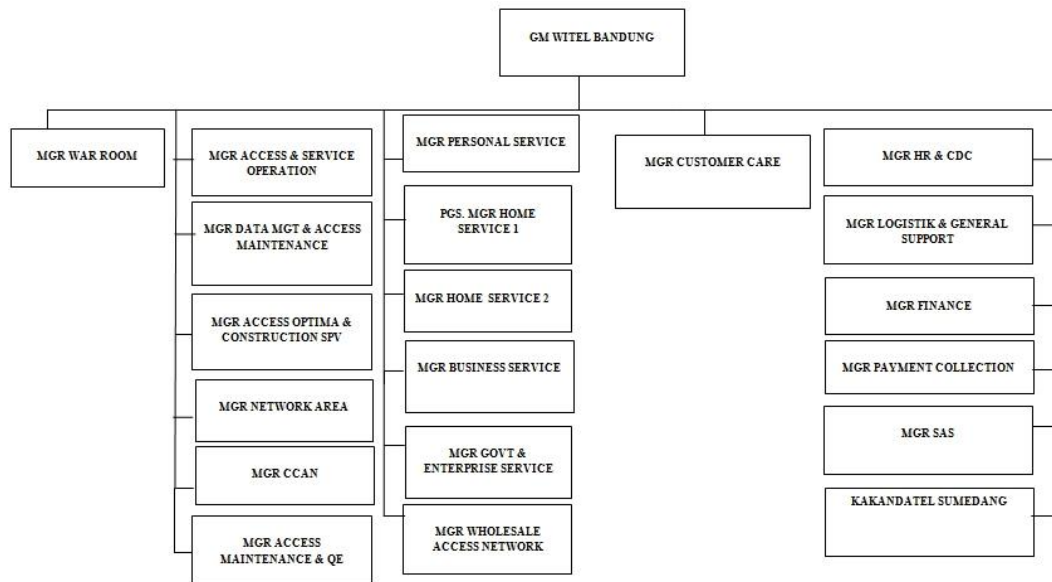


Gambar 1.1

Struktur Organisasi Telkom Regional III

Sumber: www.telkom.co.id

Pada gambar 1.2 dibawah ini merupakan struktur otganisasi Witel Lembong Bandung



Gambar 1.2

Struktur Organisasi PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Lembong Bandung

Sumber : data HR Telkom Witel Lembong Bandung

b. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab

Perusahaan yang baik mempunyai pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas antar karyawannya. Dari struktur organisasi PT. Telkom Regional III pada gambar 1.1 dan struktur organisasi Telkom Witel Lembong Bandung pada gambar 1.2 berikut merupakan uraian pembagian tugas dan tanggung jawab.

1) Pembagian tugas dan tanggung jawab Telkom Regional III

Executive Vice Presiden (EVP) dibantu dua orang Deputy, yaitu Deputy Marketing dan Deputy Infrastruktur. Deputy Marketing bertanggung jawab terhadap layanan, pemeliharaan berdasarkan standar pelayanan, penjualan produk, dan pemasaran. Deputy Marketing membawahi bidang consumer care dan marketing, bidang regional wholesale service dan bidang regional, enterprise, government and business

- a) Bidang consumer care dan marketing, yang bertanggung jawab terhadap pemasaran seluruh produk telkom dan pelayanan after service. Pelayanan tersebut ada diberbagai tempat seperti di Plasa Telkom, call centre 147, dan website telkom.co.id serta layanan sosial media.
- b) Bidang regional, enterprise, government and business yang bertanggung jawab memberikan layanan telekomunikasi kepada pelanggan entrepreneurship pengusaha-pengusaha perusahaan besar, perbankan, dan juga pemerintahan.
- c) Bidang regional wholesale, bertanggung jawab dalam pemasaran jaringan longdistance dan pelayanan kepada operator line.

Deputy Infrastruktur bertanggung jawab pada pembangunan jaringan fiber optic maupun pemeliharaan jaringan yang lama.

Deputy Infrastruktur dibantu oleh : Bidang regional operation center (ROC), bidang engineering and deployment , bidang managed service operation, dan bidang regional network operation service.

- d) Bidang regional operation center bertanggung jawab dalam mengoperasikan, memonitor dan komplain pelanggan dari sisi monitoring sistem informasi.
- e) Bidang engineering and deployment jawab dalam pembangunan infrastruktur broadband baru maupun progra penggantian atau dernisasi jaringan kabel.
- f) Bidang managed service operation bertanggung jawab mengoperasikan telekomunikasi broadband disisi pelanggan.

- g) Bidang regional network operation service jawab terhadap pembangunan dan pemeliharaan jaringan telkomsel dalam mengimplementasikan jaringan one network telkomsel.

Disamping tugas-tugas Marketing dan Infrastruktur ada satu kelompok support yang terdiri dari : General Affair, Human Capital, Payment Collection, Bussines Planning & Performence.

- a) General Affair, di pimpin oleh seorang Senior maneger General Appair tugasnya adalah bertanggung jawab terhadap proses pengadaan, evaluasi proyek, dan proses pembayaran proyek
- b) Human Capital, di pimpin oleh seorang Senior manager Human Capital bertanggung jawab mengelola sumber daya manusia yang ada, rekrutasi, dan pemenuhan kebutuhan unit bisnis operasional.
- c) Payment Collection, di pimpin oleh Senior manager Payment Collection. Tugasnya adalah bertanggung jawab dalam mengcollect seluruh pembayaran pelanggan telkom, termasuk pembiayaan proyek.
- d) Bussines Planning & Performence, di pimpin oleh seorang Senior manager. Tugasnya adalah bertanggung jawab dalam perencanaan pembangunan, budget control, performence menegement, quality service dan revenue assurance.

b. Pembagian tugas dan tanggung jawab Telkom Witel Bandung

Pada Telkom Witel Bandung pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing manager telah di uraikan dalam DJM) (*Distinct Job Manual*) yang merupakan sebuah manual yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengelolah seluruh aktifitas-aktifitas unit kerja masing-masing. DJM dikhususkan bagi pengguna-pengguna yang yang berkepentingan di dalam mengelola perusahaan, baik manajemen perusahaan dan karyawan staf pada perusahaan.

Menurut wawancara peneliti kepada bagian *Human Resource* Witel Bandung bahwa DJM bersifat *single entry multi purporse* (SEMP) yang mana untuk mengakses DJM pengguna menggunakan akun pribadi dan menggunakan password sehingga tidak dapat diakses oleh pihak yang lain selain karyawan Telkom. Hal tersebut mengakibatkan untuk mengakses uraian *job desk* pada Witel Bandung terbatas.

1.1.6 Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Berikut ini adalah logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk :



Gambar 1.3

Logo PT. Telekomunikasi Indonesia

Sumber : www.telkom.co.id 2017

Filosofi warna pada logo PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Lembong Bandung, sebagai berikut :

- a. Merah memiliki arti berani, cinta, energy, dan ulet dimana mencerminkan spirit PT. Telekomunikasi Indonesia untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dan perusahaan.
- b. Putih memiliki arti suci, damai, cahaya, dan bersatu dimana mencerminkan spirit PT. Telekomunikasi Indonesia memberikan yang terbaik bagi bangsa.
- c. Hitam sebagai warna dasar yang melambangkan kemauan keras.
- d. Abu sebagai warna transisi yang melambangkan teknologi.

1.1.7 Budaya Perusahaan

Sebagai perusahaan yang memiliki eksistensi di masyarakat PT. Telkom terus mengembangkan sistem dan budaya sesuai dengan tuntutan dan perubahan bisnis untuk mewujudkan cita-cita agar Telkom terus maju, dicintai pelanggannya, kompetitif di industrinya dan dapat menjadi role model perusahaan. Sejak tahun 2009 PT. Telkom melakukan transformasi budaya perusahaan yang disebut dengan “*The Telkom Way*” yang memiliki filosofi perusahaan yaitu *To Be Always The Best* yang memiliki arti selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan yang dilakukan. Selain memiliki filosofi tersebut Telkom juga memiliki prinsip yaitu *Principles To Be The Star : Solid, Speed and Smart* yang sekaligus menjadi *core values* atau *great spirit*.



Gambar 1.4

Pondasi *The Telkom Way*

Sumber : www.telkom.co.id

- Solid* yang memiliki arti seluruh karyawan Telkom Group harus memberikan yang terbaik dan meningkatkan soliditas antara pegawai Telkom Group karena mereka merupakan satu tim.
- Speed* yang memiliki arti setiap karyawan Telkom Group harus bekerja dengan cepat dalam setiap kesempatan untuk memenangkan persaingan, karena yang cepat akan mengalahkan yang lambat.
- Smart* yang berarti setiap karyawan Telkom Group harus bekerja dengan smart, yakni mengetahui tujuan yang ingin dicapai, menentukan prioritas dan selalu mencari cara baru yang lebih baik untuk mencapai tujuan.

Practices To Be The Winner: Imagine, Focus and Action merupakan *Key Behavior* dari perusahaan. Untuk mengaktivasi budaya perusahaan Telkom membuat sosialisasi budaya perusahaan yang dilakukan dengan *top down* yaitu menetapkan seluruh pimpinan unit untuk menjadi *role model* dan menunjuk *change agent* untuk setiap unit, budaya tersebut sudah dilakukan dari tahun 2015. Pada tahun 2015 Telkom mengadakan program *Culture Agent On Boarding* yang diikuti sebanyak 263 orang dari Telkom dan 85 orang dari entitas anak perusahaan. Kegiatan tersebut

bertujuan untuk membentuk Komunitas Aktivitas Provokasi atau yang biasa disebut Kipas Budaya.

Kipas Budaya merupakan suatu wadah atau media yang digunakan Telkom untuk mengimplementasi cara Telkom dalam perilaku kerja sehari-hari yang diharapkan mampu menginduksi cara kerja baru dan menciptakan suasana kerja baru serta penuh semangat. Nama Kipas Budaya ditetapkan sesuai kreativitas masing-masing unit yang menyenangkan namun tetap etis dan santun. Untuk memonitor program Kipas Budaya Telkom menggunakan system KAMPIUN (Telkom *Knowledge Management System*). Biasanya Kipas Budaya diadakan di bulan Oktober dan November yaitu dengan mengadakan *Culture Festival* yang memiliki tujuan untuk mengapresiasi dan membuat karyawan lebih aktif untuk mengikuti kegiatan.

Sejak tahun 2013/2014 PT. Telekomunikasi Indonesia melakukan pengukuran Indeks Kesehatan Budaya menggunakan Survei Entropi Budaya. Pada tahun 2014 hasil Entropi adalah 9% sedangkan pada tahun 2015 tetap dijaga pada level prime atau sehat yaitu <9%. PT. Telekomunikasi Indonesia menerima penghargaan *Best of Human Capital Initiative on Culture Management* di ajang Human Capital Study Award 2015 (IHCS Award 2015).

Setiap tahun Telkom melakukan survey secara internal guna mengetahui seberapa efektif penerapan budaya perusahaan tersebut. Telkom menyebutnya dengan istilah Etika Bisnis *Family Survey*.

1.2 Latar Belakang Penelitian

PT. Telekomunikasi Indonesia merupakan perusahaan penyedia layanan telekomunikasi dan jaringan yang telah memiliki jutaan pelanggan yang tersebar di seluruh Indonesia. Sebagai perusahaan yang besar PT. Telekomunikasi Indonesia selalu memberikan layanan yang terbaik bagi para pelanggan dan selalu mengembangkan inovasi produk mengikuti era digital. Supaya bisa menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, sebuah perusahaan harus memiliki produk atau jasa yang lebih baik dari perusahaan pesaing, berdasarkan hal yang disebutkan perusahaan harus memiliki kualitas sumber daya manusia yang unggul.

Menurut Sunyoto (2012:1) sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang penting dalam suatu organisasi atau perusahaan, disamping faktor lain seperti aktiva dan modal. Oleh karena itu sumber daya manusia harus dikelola dengan baik

untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi organisasi. Sumber daya manusia dalam perusahaan adalah karyawan yang merupakan faktor utama, karena berhasil atau tidaknya tujuan perusahaan sangat bergantung dengan karyawan. Oleh sebab itu, perusahaan selalu berusaha agar karyawan memiliki kinerja yang sesuai dengan kebutuhan agar pekerjaan dan tugas bisa berjalan dengan baik.

Menurut Jatmiko (2015:3) kinerja karyawan adalah hasil kerja selama periode tertentu dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti: standar, target sasaran atau kriteria yang telah disepakati bersama. Penilaian kinerja mempunyai peran penting dalam peningkatan motivasi di tempat kerja. Penilaian kinerja ini (*performance appraisal*) pada dasarnya merupakan faktor kunci guna mengembangkan suatu organisasi secara efektif dan efisien. Penilaian kinerja pada suatu perusahaan sangat diperlukan, karena menjadi tolak ukur suatu perusahaan dalam mencapai targetnya. Apabila suatu kinerja dikelola dengan baik maka akan menghasilkan kinerja yang sangat tinggi. Adapun data kinerja karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Lembong Bandung adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1

**PENILAIAN KINERJA KARYAWAN PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA
WITEL LEMBONG BANDUNG PERIODE 2014 – 2016**

Nilai SKI	Range	Keterangan	Tahun 2014	Tahun 2015	Tahun 2016
P1	$\geq 110\%$	Istimewa	0%	0%	0%
P2	103% s.d 110%	Baik Sekali	38.6%	45.7%	57.1%
P3	96% s.d 103%	Baik	61.4%	50%	38.6%
P4	90% s.d 96%	Kurang	0%	4.3%	4.3%
P5	$< 90\%$	Kurang Sekali	0%	0%	0%

Sumber : Manager HRD PT. Telkom Witel Lembong Bandung diolah oleh penulis

Dari Tabel 1.1 dijelaskan kinerja karyawan di PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Lembong Bandung dari tahun 2014 sampai tahun 2016. Pada nilai ski P1 dengan range $\geq 110\%$ dan predikat istimewa dari tahun 2014 hingga 2016 adalah 0%. Pada nilai ski P2 dengan range 103% s.d 110% dan predikat baik sekali pada tahun 2014

sebesar 38,6%, pada tahun 2015 sebesar 45,7%, pada tahun 2016 sebesar 57,1%. Pada nilai ski P3 dengan range 96% s.d 103% dan predikat baik pada tahun 2014 sebesar 61,4%, pada tahun 2015 sebesar 50%, pada tahun 2016 sebesar 38,6%. Pada nilai ski P4 dengan range 90% s.d 96% dan predikat kurang pada tahun 2014 sebesar 0%, pada tahun 2015 sebesar 4,3%, pada tahun 2016 sebesar 4,3%. Pada nilai ski P5 dengan range <90% dan predikat kurang sekali pada tahun 2014 hingga 2016 sebesar 0%.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari tahun 2014 sampai 2016 belum ada karyawan yang memiliki kinerja pada kategori istimewa, kemudian pada tahun 2014 pencapain hasil kinerja dengan kategori kurang sebanyak 0% namun mengalami kenaikan pada tahun 2015 dan 2016 menjadi 4,3%. Sedangkan pada kategori baik sekali pada tahun 2014 sebanyak 38,6% dan mengalami kenaikan pada tahun 2015 sebanyak 45,7% dan mengalami kenaikan pada tahun 2016 sebanyak 57,1%. Jadi dapat disimpulkan bahwa terjadi fluktuasi pencapaian hasil kinerja karyawan dari tahun 2014 sampai tahun 2016.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan, menurut Simamora dalam Mangkunegara (2013:14) yaitu 1) Faktor Individual yang terdiri dari kemampuan dan keahlian, latar belakang, dan demografis. 2) Faktor Psikologis yang terdiri dari persepsi, attitude, personality, pembelajaran, dan motivasi. 3) Faktor Organisasi yang terdiri dari sumber daya, kepemimpinan, penghargaan, struktur, dan *job design*. Berkaitan dengan hal tersebut, Hasibuan dalam Jatmiko (2015:3) menjelaskan bahwa motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia, supaya mau bekerja dengan giat dan antusias mencapai hasil kerja yang optimal.

Agar dapat melihat bagaimana motivasi kerja karyawan, peneliti melakukan suatu penelitian kecil atau *pilot study* yang berupa kuisisioner langsung yang di uji kepada beberapa karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Lembong Bandung. Dalam penelitian tersebut, responden berjumlah 10 orang karyawan. Penelitian kecil ini diambil dari teori motivasi *Herzberg* dalam Sunyoto (2012:195) dimana terdapat faktor-faktor motivasi seperti prestasi, pengakuan, pekerjaan itu sendiri, penghargaan, tanggung jawab, pertumbuhan dan perkembangan pribadi, gaji, kondisi kerja, status, hubungan antar pribadi dan kualita supervise. Dalam kuisisioner ini responden memilih 4 pilihan jawaban diataranya sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari hasil penyebaran kuisioner tersebut akan dijumlahkan dan kemudian dirata-ratakan, maka didapat hasil sebagai berikut :

Tabel 1.2
KUESIONER *PILOT STUDY*

No	Jawaban				
	Pernyataan	STS	TS	S	SS
Motivasi					
1	Anda termotivasi dalam melakukan suatu pekerjaan	0%	10%	60%	30%
2	Anda mendapat pengakuan dari hasil kerja anda	0%	20%	60%	20%
3	Fasilitas yang diberikan perusahaan membuat anda terbantu dalam melakukan pekerjaan	10%	10%	30%	50%
4	Anda melakukan pekerjaan dengan tanggung jawab	0%	20%	40%	40%
5	Anda mendapat pengembangan karier dalam bekerja	10%	50%	20%	20%
6	Penghargaan dalam pekerjaan dapat memotivasi karyawan untuk bekerja	0%	10%	40%	50%
7	Perusahaan memberikan kesempatan untuk mendapatkan jabatan yang lebih tinggi	0%	20%	50%	30%
8	Anda berada pada kondisi lingkungan yang nyaman	10%	20%	40%	30%
9	Anda mendapat gaji yang baik serta layak	20%	10%	40%	30%
10	Anda mempunyai supervisi yang baik	10%	20%	50%	20%

Sambungan

11	Anda mempunyai hubungan baik dengan rekan kerja	0%	10%	30%	60%
12	Sistem administrasi di kantor saya sangat akomodatif bagi karyawan	0%	0%	70%	30%
Rata-rata		5%	17%	44%	34%

Berdasarkan hasil kuisisioner pada penelitian kecil yang telah peneliti lakukan untuk melihat motivasi kerja karyawan, dari beberapa pernyataan didapatkan hasil bahwa rata-rata 78% responden menjawab setuju dan sangat setuju. Namun yang perlu diperhatikan adalah besarnya rata-rata responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju yaitu 22% yang mengindikasikan bahwa sebanyak 22% karyawan merasa kurang termotivasi dalam melaksanakan pekerjaan.

Pada penelitian terdahulu menyatakan bahwa motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan. EK, Kiruja *et.al* (2013) dalam penelitiannya *Effect of Motivation on Employee Performance in Public Middle Level Technical Training Intitution in Kenya* menjelaskan bahwa motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan di lembaga pelatihan teknis tingkat menengah di Kenya. Penelitian di PT. Devina Surabaya oleh Martinus (2016) menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan hubungan yang positif antara motivasi dan kinerja. Selanjutnya dalam penelitian Zameer *et.al* (2014) pada industri minuman di Pakistan, menjelaskan bahwa terdapat hubungan positif dan berpengaruh signifikan antara motivasi dan kinerja karyawan.

Dari beberapa penelitian setuju bahwa motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan, namun hal tersebut belum tentu terjadi di PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Lembong Bandung, karena dapat dilihat pada hasil *pilot study* yang telah dilakukan pada 10 responden dengan hasil 22% karyawan menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju yang mengindikasikan bahwa 22% karyawan kurang termotivasi dalam melaksanakan pekerjaannya.

Berdasarkan apa yang sudah dipaparkan maka peneliti tertarik untuk meneliti topik motivasi dikaitkan dengan kinerja karyawan. Dengan judul penelitian ini adalah **“PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA WITEL LEMBONG BANDUNG”**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka penulis di dalam melakukan penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana motivasi karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Lembong Bandung ?
- b. Bagaimana kinerja karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Lembong Bandung ?
- c. Bagaimana pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Lembong Bandung ?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data yang relevan sebagai bahan pemecahan permasalahan penelitian diatas, dengan tujuan:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis motivasi karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Lembong Bandung.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis kinerja karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Lembong Bandung.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Lembong Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Kegunaan Teoritis:

- a. Bagi pihak akademisi:
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan melengkapi khazanah keilmuan, baik teori maupun praktek di bidang sumber daya manusia khususnya terkait dengan motivasi kinerja karyawan.
- b. Bagi peneliti selanjutnya
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mendalami mengenai motivasi terhadap kinerja karyawan.

1.5.2 Kegunaan Praktis:

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan perusahaan sebagai sumber informasi yang relevan dan dapat digunakan untuk mempertimbangkan kebijakan yang akan diambil guna meningkatkan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan.

b. Bagi Penelitian Sejenis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan perbandingan bagi penelitian yang selanjutnya dengan judul yang sama.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu atau Periode Penelitian yang diperlukan penulis untuk melakukan penelitian ini adalah dari bulan Agustus – Desember 2017.

1.7 Sistematika Penulisan

Penelitian berjudul “Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Lembong Bandung” terdiri dari lima bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan yang akan diteliti

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Membahas tentang tinjauan pustaka dan acuan teori yang digunakan peneliti dalam meneliti. Didalamnya juga memaparkan tentang penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis awal yang dibuat peneliti dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang metode penelitian, dan teknik analisis seperti apa yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat pengaruh antar variabel tersebut.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan yang ada didalam bab ini adalah tentang hasil pengujian yang telah dilakukan dan bagaimana hasil yang didapat apakah berpengaruh atau pun tidak berpengaruh antar variabel yang di uji tersebut

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian serta saran yang diberikan peneliti kepada pembaca maupun perusahaan dari hasil penelitian ini.

Halaman ini sengaja dikosongkan