

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum PT Telkom Indonesia, Tbk. WITEL SOLO

1.1.1 Sejarah

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk (PT TELKOM) adalah perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap di Indonesia. Pada tanggal 23 Oktober 1856, Pemerintahan Belanda untuk pertama kalinya di Indonesia menyediakan layanan telegraf elektromagnetik pertama yang menghubungkan Batavia (Jakarta) dan Bogor. Tanggal 23 Oktober kemudian diperingati sebagai tanggal berdirinya Telkom. Sebelum memasuki masa kemerdekaan, Pemerintah Belanda mendirikan “*Post en Telegraafdienst*” yang beroperasi menyediakan layanan pos dan telegraf, serta membentuk Jawatan Pos, Telegraf dan Telepon (*Post, Telegraph en Telephone Dienst*) yang mengatur tata layanan pos dan telekomunikasi. Setelah merdeka, Pemerintah Indonesia mengubah status jawatan menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (“PN Postel”) pada tahun 1961.

Pada tahun 1965, Pemerintah melakukan *spin-off* jasa telekomunikasi dengan membentuk badan baru Perusahaan Negara Telekomunikasi (“PN Telekomunikasi”). PN Telekomunikasi menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi Indonesia (Perumtel) pada tahun 1974 dan kemudian menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia berdasarkan PP No.25 Tahun 1991 hingga sekarang.

Memasuki awal dekade kedua abad milenium, pada tahun 2012 Telkom mengukuhkan diri menjadi penyelenggara TIMES (*Telecommunication, Information, Media, Edutainment dan Services*) untuk meningkatkan *business value creation*. Selain itu, Telkom juga membangun *image* baru dengan menampilkan logo dan *tagline* Perseroan yang baru “*the world in your hand*”. Setahun kemudian, telkom merambah ke mancanegara di kawasan benua Asia dan Amerika. Paradigma baru mendorong Telkom mengembangkan produk berbasis digital dan melakukan investasi pada infrastruktur telekomunikasi dan informasi. Telkom menyelesaikan proyek kabel serat optik bawah laut JaKaLaDeMa pada April 2010 yang

menghubungkan Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Denpasar, dan Mataram. Kabel bawah laut Telkom juga terbentang dari benua Asia ke benua Eropa dan Amerika. Kemudian Telkom juga menggelar Telkom Nusantara *Super Highway* dan *True Broadband Access* yang menyediakan akses internet berkapasitas 20 Mbps - 100 Mbps bagi masyarakat di seluruh Indonesia. Pada Desember 2014, Telkom melalui entitas anak Telkomsel meluncurkan layanan 4G secara komersial. Tahun berikutnya, Telkom melahirkan IndiHome yang menyediakan akses internet, telepon rumah, dan TV interaktif (TV kabel UseeTV) bagi pelanggannya.

Untuk meningkatkan Produk dan jasa layanannya serta untuk mempermudah masyarakat agar dapat mencapai keinginannya, PT Telkom membuka berbagai kantor cabang yang tersebar di seluruh wilayah di Indonesia yang meliputi :

- a. Telkom Regional I : Sumatra,
- b. Telkom Regional II : Jakarta dan sekitarnya,
- c. Telkom Regional III : Jawa Barat,
- d. Telkom Regional IV : Jawa Tengah dan Yogyakarta,
- e. Telkom Regional V : Jawa Timur,
- f. Telkom Regional VI : Kalimantan,
- g. Telkom Regional VII : Kawasan Timur Indonesia (Sulawesi, Bali, Nusa Tenggara, Maluku, dan Papua).

1.1.2 Logo, Visi, dan Misi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. WITEL SOLO.

a. Logo PT Telkom

Berikut adalah logo PT Telkom pada gambar 1.1 dibawah ini :



Gambar 1. 1 Logo PT.Telekomunikasi Indonesia

Sumber: Situs resmi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

b. Penjelasan Logo

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas, terdapat filosofi dari tiap warna yang terdapat dalam logo, antara lain:

- 1) Merah : Berani, Cinta, Energi, Ulet. Mencerminkan spirit Telkom untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan.
- 2) Putih : Suci, Damai, Cahaya, Bersatu. Mencerminkan spirit Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.
- 3) Hitam : Warna dasar melambangkan kemauan keras.
- 4) Abu-abu : Warna Transisi Melambangkan Teknologi.

Berdasarkan filosofi Telkom Corporate, yaitu Always The-Best – sebuah keyakinan dasar untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan yang dilakukan dan senantiasa memperbaiki hal-hal yang biasa menjadi sebuah kondisi yang lebih baik, dan pada akhirnya akan membawanya menjadi yang terbaik.

c. Visi

“To become a leading Telecommunication, Information, Media & Edutainment (TIME) Player in the Region”

Penjelasan :

TELKOM berupaya untuk menempatkan diri sebagai perusahaan *Telecommunication, Information, Media & Edutainment (TIME)* terkemuka di kawasan Asia Tenggara, Asia dan akan berlanjut ke kawasan Asia Pasifik.

d. Misi

“TIME Service with Excellent Quality & Competitive Price” and *“To Be the Role Model as the Best Meneged Indinesian Corporation”*

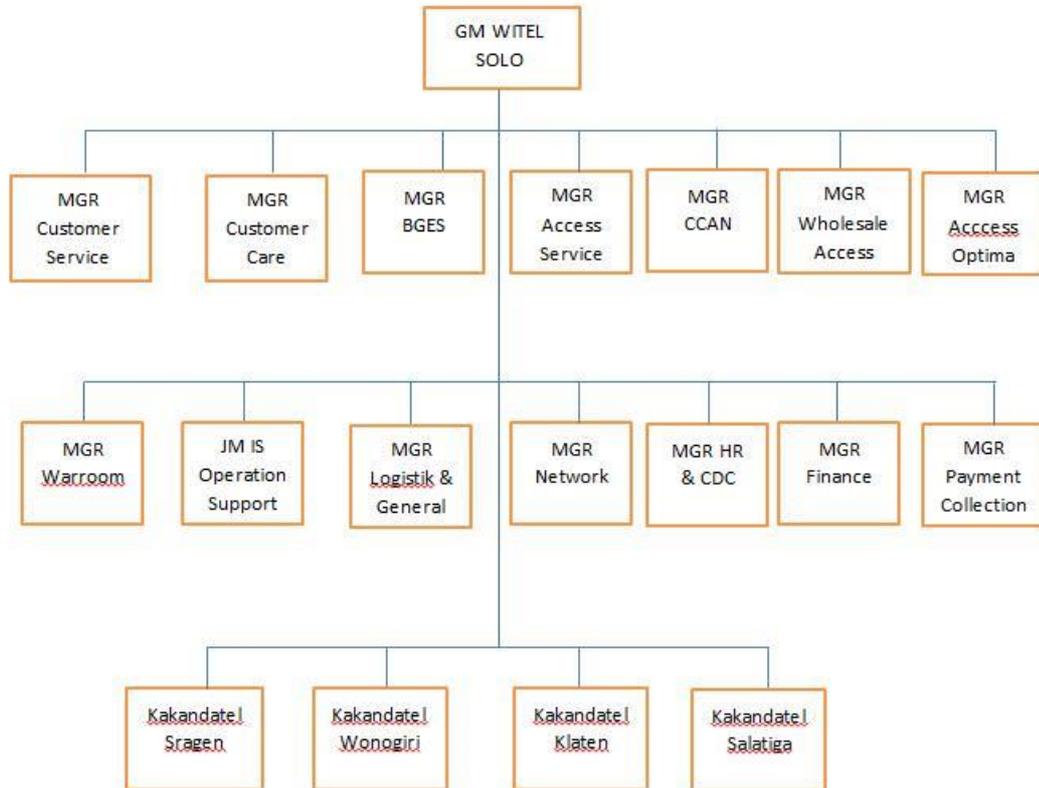
Penjelasan :

TELKOM berkomitmen memberikan layanan dengan jaminan, bahwa pelanggan akan mendapatkan kualitas layanan terbaik, berupa kemudahan produk dan jaringan berkualitas dengan harga yang competitive.

1.1.3 Struktur Organisasi PT Telkom

a. Struktur Organisasi

Telkom WITEL solo berada dibawah daerah operasional Telkom Regional IV Jawa Tengah dengan struktur organisasi sebagai berikut :



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi PT. Telkom WITEL Solo

Sumber : Internal PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk WITEL Solo Tahun 2016

b. Uraian Tugas

Berdasarkan Struktur Organisasi PT Telkom WITEL Solo pada gambar 1.2 diatas, terdapat uraian tugas dari masing-masing divisi yaitu :

- 1) GM WITEL Solo : Bertanggung jawab langsung terhadap kegiatan operasional Kandatel secara umum dan bertanggung jawab terhadap kepala divisi Regional Kadivreg.
- 2) MGR *Customer Service* : Bertanggung jawab untuk membina *relationship* dengan *customer* dan menyampaikan keinginan *customer* ke bagian lain di dalam perusahaan.

- 3) MGR *Customer Care* : Bertanggung jawab mengurus pelanggan, menampung keluhan dan aspirasinya, menjawab keluhan konsumen.
- 4) MGR BGES (*Business Government Enterprise Service*) : Bertanggung jawab untuk meningkatkan komunikasi dan interaksi oleh AM (*Account Manager*) dengan pelanggan.
- 5) MGR *Access Service* : Bertanggung jawab dalam hal pemeliharaan perangkat-perangkat Telkom baik perangkat aktif maupun pasif serta penanganan gangguan atau *trouble shooting* yang dialami oleh pelanggan *retail, business, dan corporate*.
- 6) MGR CCAN (*Corporate Customer Access Network*) : Bertanggung jawab dalam pemeliharaan saluran data dan Internet, perbaikan saluran pelanggan cluster, pemeliharaan saluran LC (Led Cenal).
- 7) MGR *Wholesale Acces* : Bertanggung jawab untuk menjalankan pengelolaan jalur pengiriman dan layanan pelanggan untuk bisnis korporasi dan *wholesale* termasuk berbagai unit seperti Divisi *Enterprise Service* (“ESC”) dan Divisi *Carrier and Interconnection Service* (“CISC”).
- 8) MGR *Access Optima* :
 - a) Mengevaluasi kinerja sistem Copper & DSLI *Access Network* dan memberikan solusi optimalisasi system
 - b) Mengevaluasi kinerja system CPE dan memberikan solusi optimalisasi system
 - c) Mengevaluasi kinerja system *Optical Access Network* (OAN) dan memberikan solusi optimalisasi system
 - d) Mengalokasikan sumber daya dan memprediksi utilitas masing-masing sumber daya untuk mencapai sasaran secara optimal.
- 9) MGR Warroom : Bertanggung jawab memenuhi kebutuhan perusahaan dalam rangka upaya strategi bisnis untuk peningkatan jumlah pelanggan dan pendapatan.
- 10) JM IS *Operation Support* : Bertugas untuk merencanakan sasaran dan ruang lingkup project serta merinci aktivitas project dan penjadwalannya. Mampu melakukan monitoring dan reporting pelaksanaan project.
- 11) MGR Logistik & General : Mengelola non CAPEX (*Capital Expenditure*) dan pergudangan

- 12) *MGR Network* : Bertugas mengintegrasikan penyelenggaraan pengelolaan infrastruktur dan jasa, yang dikelola dalam satu manajemen secara focus dan terintegrasi.
- 13) *MGR HR & CDC* : Bertugas untuk membina program usaha kecil dan bina lingkungan.
- 14) *MGR Finance* : Bertugas untuk mengelola dan mengendalikan keuangan perusahaan.
- 15) *MGR Payment Collection* : Bertanggung jawab dalam mengcollect seluruh pembayaran pelanggan telkom, termasuk pembiayaan proyek.

1.1.4 Produk dan Layanan PT Telkom

Produk dan layanan PT Telkom terdiri atas lima jenis yaitu *telecommunication*, *Information*, *Media & Edutainment*, dan *Services* (TIMES). Berikut ini adalah definisi mengenai layanan TIMES :

a. *Telecommunication*

Telekomunikasi merupakan bagian bisnis *legacy* Teko. Sebagai ikon bisnis perusahaan, Telkom melayani sambungan telepon kabel tidak bergerak, telepon nirkabel tidak bergerak, layanan komunikasi data, broadband satelit, penyewaan jaringan dan interkoneksi, serta telepon selular 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 *Valu 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 Services* (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 diantaranya *Ring Back Tone* (RBT), SMS konten, dan portal.

e. *Servicess*

Servicess menjadi salah satu model bisnis Telkom yang berorientasi kepada pelanggan. Ini sejalan dengan *Customer Portofolio* Telkom kepada pelanggan personal, *Customer/Home*, *SME*, *Enterprise*, *Wholesale*, dan Internasional.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Sumber Daya Manusia merupakan salah satu faktor penting dalam suatu perusahaan. Dalam menghadapi arus globalisasi, berhasil atau tidaknya perusahaan tergantung pada kemampuan SDM dalam menjalankan tugas-tugasnya. Setiap perusahaan dituntut untuk mengoptimalkan Sumber Daya Manusia dan bagaimana Sumber Daya Manusia dikelola.

Pengelolaan Sumber Daya Manusia tidak lepas dari faktor karyawan yang diharapkan dapat berprestasi dan bekerja dengan baik demi mencapai tujuan perusahaan tersebut. Sumber daya dalam suatu instansi adalah sekumpulan orang yang bekerja dalam suatu organisasi dan mereka mempunyai karsa, cita, dan ras yang berbeda-beda. Kemampuan kinerja pegawai sangatlah penting bagi perusahaan, karena kinerja pegawai merupakan tolok ukur bagi perusahaan untuk menilai kemampuan, produktivitas, dan memberikan informasi yang berguna bagi hal-hal yang berkaitan dengan pegawai. Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang dibandingkan dengan standar yang telah ditentukan. Kinerja memainkan peranan penting bagi peningkatan kemajuan perusahaan menuju ke arah yang lebih baik untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut.

Menurut Prawirosentono dalam Sinambela (2013:5) kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggungjawab masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral etika. Kinerja pegawai sangatlah perlu, sebab dengan kinerja ini akan diketahui seberapa jauh kemampuan pegawai dalam melaksanakan tugasnya. Teori lain yang menyatakan pendapat tentang kinerja yaitu dikemukakan oleh Wexley & Yuk dalam Sutrisno (2015:110) bahwa “Kinerja merupakan implementasi dari teori

keseimbangan, yang mengatakan bahwa seseorang akan menunjukkan prestasi yang optimal bila ia mendapatkan manfaat (*benefit*) dan terdapat adanya rangsangan (*inducement*) dalam pekerjaannya secara adil dan masuk akal (*reasonable*)". Teori kesesimbangan diatas memperlihatkan bahwa kinerja yang optimal akan dapat dicapai jika terdapat rasa keadilan yang dirasakan pegawai. Selanjutnya seorang pegawai juga harus memperoleh rangsangan dari beberapa pihak terkait dalam bentuk motivasi, sehingga mereka dapat terpacu untuk melakukan tugas-tugasnya.

Kriteria penilaian kinerja individu karyawan PT Telkom Witel Solo dapat dilihat pada Tabel 1.1

TABEL 1. 1
KRITERIA PENILAIAN KINERJA INDIVIDU KARYAWAN

No	Nilai Kinerja Individu (NKI)	Keterangan
1	P1 > 110	Istimewa
2	P2 103 -110	Baik Sekali
3	P3 96 – 103	Baik
4	P4 90 - 96	Kurang
5	P5 < 90	Kurang Sekali

Sumber : Bagian HRD PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Witel Solo

Dari tabel kriteria penilaian kinerja diatas, dapat dilihat pada Tabel 1.2 Rekapitulasi NKI (Nilai Kinerja Individu) Telkom Witel Solo 2014-2016.

TABEL 1. 2
REKAPITULASI NKI TELKOM WITEL SOLO 2014-2016

Tahun	Jumlah Karyawan	P1 > 110	P2 103- 110	P3 96 – 103	P4 90 – 96	P5 < 90
2014	29	0	8	21	0	0
2015	35	1	6	24	4	0
2016	40	1	7	29	3	0

Sumber : Bagian HRD PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Witel Solo

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja salah satunya yaitu motivasi. Untuk menciptakan kinerja yang baik, karyawan perlu motivasi yang tinggi agar dapat menyelesaikan pekerjaannya dengan baik sesuai tujuan perusahaan. Sebaliknya, dengan motivasi yang rendah, maka karyawan akan malas-malasan dalam bekerja yang mengakibatkan hasil pekerjaan yang kurang maksimal.

Istilah motivasi (*motivation*) berasal dari Bahasa latin, yakni *mover*, yang berarti “menggerakkan”. Motivasi kerja adalah sebuah dorongan pada diri pegawai untuk menyelesaikan pekerjaan yang diberikan agar dapat menghasilkan hasil kerja yang baik sesuai tujuan perusahaan. Menurut Jones dalam Winardi (2013:18) motivasi yaitu berkaitan dengan persoalan bagaimana perilaku diawali, dienerji, dipertahankan, diarahkan, dihentikan, dan jenis reaksi subjektif macam apa terdapat didalam organisme yang bersangkutan, sewaktu seala hal yang dikemukakan berlangsung. Pendapat lain yang sejalan dengan pernyataan diatas dikemukakan oleh Kondalkar dalam Hamali (2016:131) mendefinisikan motivasi sebagai hasrat yang disebabkan oleh kebutuhan, keinginan dan kemauan yang mendorong seorang individu untuk menggunakan energi fisik dan energi mentalnya demi tercapainya tujuantujuan yang diinginkan. Untuk melihat bagaimana motivasi kerja karyawan di PT Telkom Witel Solo, peneliti melakukan suatu pra penelitian atau *pilot study* yang berupa kuisisioner langsung yang di uji kepada beberapa karyawan PT Telkom Witel Solo. Penelitian tersebut menggunakan responden berjumlah 15 karyawan. Pra penelitian ini diambil dari teori Mc Clelland dalam Hasibuan (2013:162) dimana terdapat faktor-faktor motivasi seperti kebutuhan prestasi, kebutuhan afiliasi, dan kebutuhan kekuasaan. Dalam kuisisioner ini responden mempunyai empat pilihan jawaban yaitu setuju, sangat setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju.

Dari hasil kuisisioner yang telah di sebar kepada 15 karyawan PT Telkom Witel Solo dengan menjumlahkan dan kemudian di rata-ratakan, maka didapat hasil sebagai berikut :

- a. Kebutuhan prestasi yaitu keinginan manusia untuk mencapai kesuksesan (berprestasi). Motivasi berprestasi ini biasanya akan menjadi dorongan seseorang dalam melakukan pekerjaan/tugasnya dengan semaksimal mungkin agar mendapatkan hasil yang maksimal. Hasil *pilot study* dapat dilihat pada rincian Tabel 1.3 dan 1.4

TABEL 1. 3
PERFORMASI KEBUTUHAN PRESTASI

No	Pernyataan	Kondisi Eksisting				
		STS	TS	S	SS	Presentase
1	Hasil prestasi kerja yang saya hasilkan selalu mendapat pujian dan apresiasi dari atasan	0	3	9	3	75%
2	Tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepada saya sudah sesuai dengan latar belakang pendidikan dan kemampuan saya	0	6	8	1	67%
3	Untuk peningkatan kinerja perusahaan, karyawan berusaha untuk meningkatkan kualitas kerja	0	0	9	6	85%
Rata- Rata		0	9	26	10	75%

Berdasarkan Tabel 1.3 performasi kebutuhan prestasi diatas dapat dilihat bahwa karyawan selalu mendapatkan pujian dan apresiasi atas hasil prestasi kerja dengan presentase sebesar 75%. Tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepada karyawan PT Telkom Witel Solo sudah sesuai dengan latar belakang pendidikan dengan presentase 67%, kemudian karyawan berusaha meningkatkan kualitas kerja agar kinerja perusahaan meningkat yaitu dengan presentase sebesar 85%. Secara rata-rata performasi untuk dimensi kebutuhan prestasi yaitu sebesar 75%.

Selanjutnya kebutuhan prestasi berdasarkan tingkat kepentingan/ manfaatnya dapat dilihat pada table 1.4 dibawah ini :

TABEL 1. 4
TINGKAT KEPENTINGAN/ MANFAAT

No	Pernyataan	Tingkat Kepentingan/Manfaat				
		STS	TS	S	SS	Presentase
1	Hasil prestasi kerja yang saya hasilkan selalu mendapat pujian dan apresiasi dari atasan	0	0	6	9	90%

(Bersambung)

Tabel 1.4 Sambungan

No	Pernyataan	Tingkat Kepentingan/Manfaat				
		STS	TS	S	SS	Presentase
2	Tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepada saya sudah sesuai dengan latar belakang pendidikan dan kemampuan saya	1	0	5	9	85%
3	Untuk peningkatan kinerja perusahaan, karyawan berusaha untuk meningkatkan kualitas kerja	0	0	10	5	83%
Rata- Rata		1	0	21	23	87%

Berdasarkan Tabel 1.4 kebutuhan prestasi berdasarkan tingkat kepentingannya, maka dapat dilihat bahwa karyawan selalu mendapatkan pujian dan apresiasi atas hasil prestasi kerja dengan presentase sebesar 90%. Tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepada karyawan PT Telkom Witel Solo sudah sesuai dengan latar belakang pendidikan dengan presentase 85%, kemudian karyawan berusaha meningkatkan kualitas kerja agar kinerja perusahaan meningkat yaitu dengan presentase sebesar 83%. Secara rata-rata tingkat kepentingan untuk dimensi kebutuhan prestasi yaitu sebesar 87%.

Berdasarkan Tabel 1.3 dan 1.4 diatas, dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja pada PT Telkom Witel Solo berdasarkan dimensi kebutuhan prestasi terdapat rata-rata 75% untuk performasinya dan untuk tingkat kepentingannya yaitu sebesar 87%.

- b. Kebutuhan afiliasi yaitu kebutuhan dalam memperluas pergaulan. Individu-individu yang termotivasi oleh afiliasi biasanya akan bekerja lebih efektif dalam tim, mereka cenderung ingin disukai oleh orang lain. Hasil *pilot study* dapat dilihat pada rincian Tabel 1.5 dan 1.6

No	Pernyataan	Kondisi Eksisting				
		STS	TS	S	SS	Presentase
1	Saya memiliki hubungan baik dengan sesama rekan kerja di lingkungan perusahaan	0	6	7	2	68%

(Bersambung)

Tabel 1.5 Sambungan

2	Saya lebih menyukai menyelesaikan pekerjaan secara <i>Team work</i> dengan sesama rekan kerja	0	5	10	0	67%
3	Saya dapat menyesuaikan diri dengan baik terhadap rekan kerja di lingkungan perusahaan	0	0	13	2	78%
Rata – Rata		0	11	30	4	71%

Berdasarkan Tabel 1.5 performasi kebutuhan afiliasi diatas dapat dilihat bahwa karyawan PT Telkom Witel Solo memiliki hubungan baik dengan rekan kerja, dengan presentase sebesar 68%. Karyawan lebih menyukai menyelesaikan pekerjaannya secara *team work*, dengan presentase sebesar 67%. Dan karyawan PT Telkom Witel Solo dapat menyesuaikan diri dengan rekan kerja dengan presentase sebesar 78%. Secara rata-rata performasi untuk dimensi kebutuhan afiliasi yaitu sebesar 71%.

Selanjutnya kebutuhan afiliasi berdasarkan tingkat kepentingan/ manfaatnya dapat dilihat pada Tabel 1.6 dibawah ini :

TABEL 1. 6

TINGKAT KEPENTINGAN/ MANFAAT

No	Pernyataan	Tingkat Kepentingan/Manfaat				Skor
		STS	TS	S	SS	
1	Saya memiliki hubungan baik dengan sesama rekan kerja di lingkungan perusahaan	0	0	11	4	82%
2	Saya lebih menyukai menyelesaikan pekerjaan secara <i>Team work</i> dengan sesama rekan kerja	0	0	10	5	83%
3	Saya dapat menyesuaikan diri dengan baik terhadap rekan kerja di lingkungan perusahaan	0	0	9	6	85%
Rata- Rata		0	0	30	15	83%

Berdasarkan Tabel 1.6 kebutuhan afiliasi berdasarkan tingkat kepentingannya, maka dapat dilihat bahwa karyawan PT Telkom Witel Solo memiliki hubungan baik dengan rekan kerja, dengan presentase sebesar 82%. Karyawan lebih menyukai menyelesaikan pekerjaannya secara *team work*, dengan presentase sebesar 83%. Dan karyawan PT Telkom Witel Solo dapat menyesuaikan diri dengan rekan kerja dengan presentase sebesar 85%. Secara rata-rata tingkat kepentingan untuk dimensi kebutuhan afiliasi yaitu sebesar 83%.

Berdasarkan Tabel 1.5 dan 1.6 diatas, dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja pada PT Telkom Witel Solo berdasarkan dimensi kebutuhan afiliasi terdapat rata-rata 71% untuk performasinya dan untuk tingkat kepentingannya yaitu sebesar 83%.

- c. Kebutuhan kekuasaan yaitu keinginan untuk memiliki kekuasaan, orang yang kebutuhan kekuasaannya tinggi biasanya cenderung berambisi untuk memiliki jabatan yang tinggi, dan berupaya mempengaruhi orang lain. Hasil *pilot study* dapat dilihat pada rincian Tabel 1.7 dan 1.8

TABEL 1. 7
PERFORMASI KEBUTUHAN KEKUASAAN

No	Pernyataan	Kondisi Eksisting				
		STS	TS	S	SS	Presentase
1	Saya sering dilibatkan dalam proses pembuatan keputusan oleh atasan saya	0	9	6	0	60%
2	Dengan kekuasaan yang saya miliki, saya lebih di hormati oleh rekan kerja kantor	0	1	8	6	83%
3	Kekuasaan yang saya raih dapat menambah semangat dalam bekerja	0	0	6	9	90%
Rata –Rata		0	10	20	15	77%

Berdasarkan Tabel 1.7 performasi kebutuhan kekuasaan diatas dapat dilihat bahwa karyawan PT Telkom Witel Solo sering dilibatkan dalam pengambilan keputusan, dengan presentase sebesar 60%. Dengan kekuasaan yang dimiliki maka akan lebih dihargai oleh rekan kerja, dengan presentase sebesar 83%. Kemudian

kekuasaan yang diraih karyawan PT Telkom Witel solo akan menambah semangat kerja, dengan presentase sebesar 90%. Secara rata-rata performasi untuk dimensi kebutuhan kekuasaan yaitu sebesar 77%.

Selanjutnya kebutuhan kekuasaan berdasarkan tingkat kepentingan/ manfaatnya dapat dilihat pada Tabel 1.8 dibawah ini

TABEL 1. 8
TINGKAT KEPENTINGAN/ MANFAAT

No	Pernyataan	Tingkat Kepentingan/Manfaat				
		STS	TS	S	SS	Presentase
1	Saya sering dilibatkan dalam proses pembuatan keputusan oleh atasan saya	0	2	10	3	80%
2	Dengan kekuasaan yang saya miliki, saya lebih di hormati oleh rekan kerja kantor	0	0	10	5	83%
3	Kekuasaan yang saya raih dapat menambah semangat dalam bekerja	0	0	5	10	92%
Rata –Rata		0	2	25	18	83%

Berdasarkan Tabel 1.8 kebutuhan kekuasaan berdasarkan tingkat kepentingannya diatas dapat dilihat bahwa karyawan PT Telkom Witel Solo sering dilibatkan dalam pengambilan keputusan, dengan presentase sebesar 80%. Dengan kekuasaan yang dimiliki maka akan lebih dihargai oleh rekan kerja, dengan presentase sebesar 83%. Kemudian kekuasaan yang diraih karyawan PT Telkom Witel solo akan menambah semangat kerja, dengan presentase sebesar 92%. Secara rata-rata tingkat kepentingan untuk dimensi kebutuhan kekuasaan yaitu sebesar 83%.

Berdasarkan Tabel 1.7 dan 1.8 diatas, dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja pada PT Telkom Witel Solo berdasarkan dimensi kebutuhan kekuasaan terdapat rata-rata 90% untuk performasinya dan untuk tingkat kepentingannya yaitu sebesar 92%.

Pada uraian diatas tentang motivasi kerja dan kinerja karyawan bahwa penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan dalam suatu perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini diberi judul “Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Witel Solo”

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, permasalahan yang dapat dirumuskan oleh penulis yaitu :

- a. Bagaimanakah kinerja karyawan pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Witel Solo ?
- b. Bagaimanakah motivasi kinerja pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Witel Solo ?
- c. Bagaimanakah pengaruh motivasi terhadap kinerja pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Witel Solo ?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis kinerja karyawan pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Witel Solo.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis motivasi kinerja pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Witel Solo.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Witel Solo.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan sebagai sumber informasi dalam bidang Sumber Daya Manusia, khususnya yang berkaitan dengan motivasi dan kinerja karyawan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat umum dalam mengelola Sumber daya manusia.

- b. Praktis

- 1) Bagi Peneliti

Manfaat praktis bagi peneliti yaitu untuk menambah wawasan bagi penulis dalam mengelola Sumber Daya Manusia khususnya dalam lingkup motivasi dan kinerja karyawan.

2) Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menambah informasi bagi perusahaan dalam mengelola Sumber Daya Manusia khususnya yang berkaitan dengan motivasi dan kinerja karyawan.

1.6 Waktu Dan Periode Penelitian

Penelitian dilakukan selama 4 bulan, terhitung dari bulan oktober 2018 sampai dengan januari 2019

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat untuk memberikan gambaran umum penelitian. Sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat rangkuman secara jelas, ringkas, dan padat tentang hasil tinjauan pustaka, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi metode penelitian yang digunakan. Meliputi jenis penelitian, operasional variabel, jenis data, teknik pengumpulan data, pengujian validitas, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil dari penelitian dan pembahasan terhadap hasil dari penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, saran bagi perusahaan, dan saran bagi penelitian selanjutnya