

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah PT. PINS Indonesia

Perseroan Terbatas Pramindo Ikat Nusantara (PT. PINS) Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dalam integrasi perangkat dan jaringan dengan kemampuan sumber daya manusia dan kapabilitas sistem yang terbaik. Sebagai sebuah perusahaan, PT. PINS Indonesia senantiasa fokus pada pengembangan inovasi untuk memenuhi kebutuhan customer yang dihadapkan pada situasi industri yang selalu berubah. Selain itu, PINS juga fokus penuh pada transformasi perusahaan agar tetap mampu memenangkan persaingan untuk mencapai nilai tambah bagi customer, karyawan dan shareholer kami.

PT. PINS berdiri sejak tanggal 17 Oktober 1995. Pada awalnya fokus bisnis Perseroan adalah untuk menyelenggarakan Kerja Sama Operasi (KSO) telekomunikasi di wilayah Sumatera.

Pada tahun 2002, saham Perseroan seluruhnya diambil alih oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk (TELKOM), sebuah perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia, dan mengacu pada CSS TELKOM maka mulai Oktober 2010 Perseroan memfokuskan diri pada portofolio Premise Integration Service. Perubahan nama perusahaan dari PT. Pramindo Ikat Nusantara menjadi PT. PINS INDONESIA ini dikukuhkan tanggal 20 Desember 2012.

Pada tahun 2016, PINS Indonesia adalah perusahaan yang aktif dalam bisnis integrasi perangkat, jaringan, sistem dan proses menggunakan konsep *Internet of Things (IoT)* dengan kemampuan sumber daya manusia dan kapabilitas kesisteman yang terbaik. PINS Indonesia mempunyai tagline "*The IoT Company*".

Sebagai sebuah tim, PINS Indonesia senantiasa fokus pada pengembangan inovasi untuk memenuhi kebutuhan customer yang dihadapkan pada situasi industri yang selalu berubah. Dengan senantiasa bersinergi bersama Telkom Group, kami juga fokus penuh pada transformasi perusahaan agar tetap mampu memenangkan persaingan untuk mencapai nilai tambah bagi customer, karyawan dan shareholder kami.

Pengalaman di bidang telekomunikasi selama lebih dari 20 tahun telah memposisikan Perseroan sebagai perusahaan penyedia sarana dan prasarana layanan telekomunikasi terlengkap dan terpercaya di seluruh Nusantara. Hal ini turut membangun kepercayaan diri Perseroan untuk melangkah lebih jauh melalui ekspansi bisnis telekomunikasi dan informatika multinasional. Didukung oleh sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki, Perseroan siap bersaing untuk memberikan layanan yang lebih unggul, berkualitas, dan terjangkau di seluruh Indonesia.

1.1.2 Visi dan Misi

Visi PT PINS Indonesia adalah menjadi perusahaan terdepan dalam penyediaan layanan solusi *Internet of Things (IoT)* di Indonesia. Untuk misi perusahaan memaksimalkan nilai stakeholder dengan memberikan solusi terintegrasi *end-to-end* dan bersinergi dengan Telkom Group. Implementasi Strategi:

1. Mengembangkan produk, layanan dan solusi Managed Services untuk segmen Enterprise, Government, dan Consumer.
2. Melakukan edukasi layanan IoT di pasar Indonesia.
3. Pemberdayaan aspek SDM, bisnis dan operasional pada seluruh kantor cabang PINS.
4. Digitalisasi sistem kerja dan proses bisnis perusahaan.
5. Peningkatan kompetensi SDM dan perbaikan fungsi organisasi.
6. Membangun produk pengayaan dan bundling solutions yang tepat dan sesuai kebutuhan pelanggan.
7. Menjalin kemitraan dan pemasaran strategis bersama partner pilihan.

8. Mengembangkan titik sales dan distribusi.
9. Mengembangkan logistik dan sistem distribusi.
10. Peningkatan SLA dan SLG kepada pelanggan.

1.1.3 Nilai – Nilai Perusahaan

PT PINS Indonesia memiliki nilai-nilai perusahaan yang tergambar melalui “*THE TELKOM WAY*” sebagaimana disajikan dalam gambar berikut :



Sumber: human capital PT PINS Indonesia

Gambar 1.1 Nilai – Nilai Perusahaan PT PINS Indonesia

Dari gambar di atas terdapat tiga komponen yang menggambarkan budaya perusahaan PT. PINS Indonesia *Corporate Culture* “*THE TELKOM WAY*”, yaitu :

1. *Basic Belief : ALWAYS THE BEST* memiliki tiga nilai :
 - a. *Integrity*, adanya kesatuan antara hati, pikiran dan perbuatan.
 - b. *Enthusiasm*, adanya keinginan yang diwujudkan dalam kesungguhan untuk menjadi yang terbaik.

- c. *Totality*, mendedikasikan seluruh potensi dan kemampuan yang dimiliki untuk mewujudkan yang terbaik.
- 2. *Core Values Great Spirit : SOLID – SPEED – SMART*, dengan penjabaran:
 - a. *Solid*, sikap mental untuk bertindak didasari adanya rasa satu kesatuan, kesamaan nilai dan rasa saling percaya sebagai insan Divisi *Business Service*, PT. Telekomunikasi Indonesia dalam mencapai tujuan bersama.
 - b. *Speed*, sikap mental untuk bertindak didasari secara proaktif dalam mengelola pekerjaan / penguasaan secara cepat, tepat dan berkualitas.
 - c. *Smart*, sikap mental untuk bertindak secara cerdas dalam menyelesaikan semua pekerjaan / penugasan untuk mencapai hasil yang membanggakan.
- 3. *Key Behaviour, IMAGINE – FOCUS – ACTION* dengan penjabaran:
 - a. *Imagine*: Praktek berperilaku yang selalu berawal dari akhir (*starting from the end*) dalam merencanakan dan menjalankan aktivitasnya sehingga menggambarkan *Desireability* (keinginan) bukan *Feasibility* (kebiasaan)
 - b. *Focus*: Praktek berperilaku yang selalu mengutamakan yang utama termasuk menentukan titik keberhasilan maupun alokasi sumber daya.
 - c. *Action*: Praktek berperilaku yang selalu menekankan tindakan kongkrit dalam mencapai sebuah hasil, dengan selalu belajar dari keberhasilan orang lain (*Benchmark*) dalam meraih kemenangan untuk membangun kepercayaan diri.

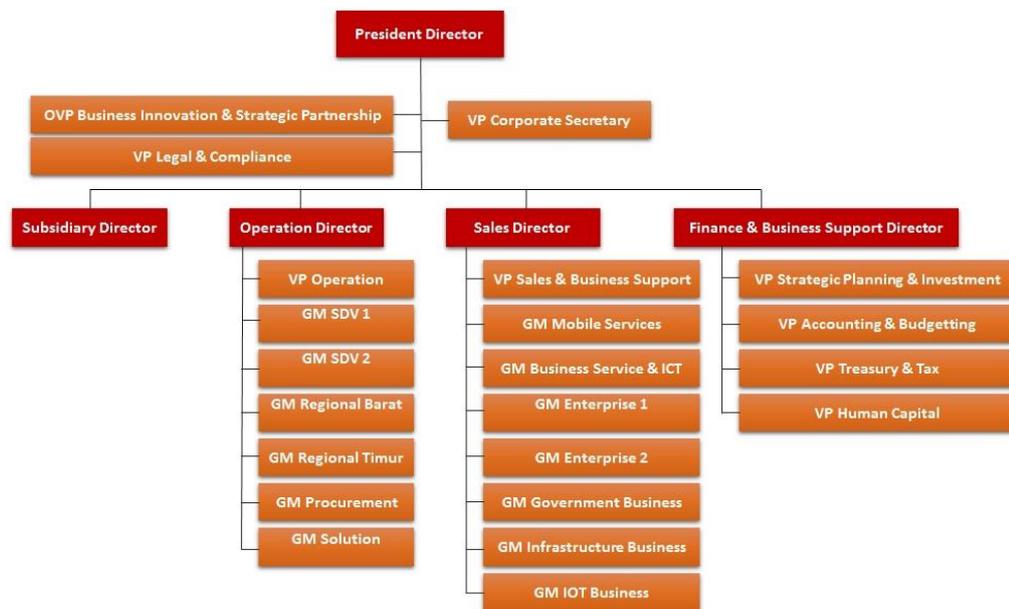
1.1.4 Struktur Organisasi

PT. PINS Indonesia memiliki struktur organisasi yang saling bersinergi antar komponen unit kerja. Fungsi struktur organisasi adalah :

- a. Kejelasan tanggung jawab

- b. Kejelasan kedudukan
- c. Kejelasan jalur hubungan
- d. Kejelasan uraian tugas

Untuk menyesuaikan struktur organisasi dengan karakter bisnis serta dinamika tantangan usaha yang dihadapi PINS, maka Perseroan telah melakukan revitalisasi organisasi untuk mengondisikan structure alignment dengan business portfolio PINS sebagai The IoT Company. Penataan organisasi yang dimaksud menggunakan pendekatan rancangan berbasis: Portofolio produk/bisnis, Portofolio Customer (mencakup segmen Consumer, segmen Enterprise, & Government), Function, dan Teritori. Berikut adalah struktur organisasi PT. PINS Indonesia:



Sumber: Human capital PT PINS Indonesia Tahun 2016

Gambar 1.2 Struktur Organisasi PT PINS Indonesia

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pasar Internet of Things (IoT) di Asia-Pasifik diproyeksikan bertambah dari 3,1 miliar menjadi 8,6 miliar perangkat. Pertambahan perangkat ini tentunya diikuti dengan pertambahan nilai dari US\$250 miliar menjadi US\$583 miliar pada periode 2015-2020. Pasar IoT atau *Machine to Machine* (M2M) dinilai akan meningkatkan

produktivitas perusahaan, serta memberikan solusi permasalahan kota besar menggunakan teknologi. Berdasarkan artikel dari Muslim, A (2016, 16 Agustus). IoT Jadi Isu Hangat Berbagai Kalangan. Idbeitasatu [online]. Tersedia: <http://id.beritasatu.com> 22 Agustus 2017.

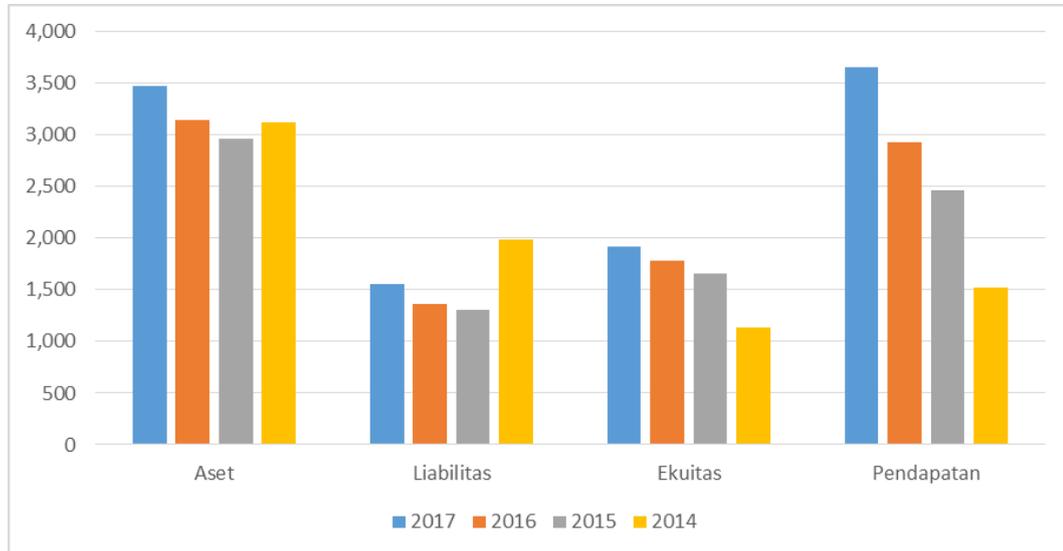
PT PINS Indonesia merupakan anak perusahaan (*subsidiary*) dari PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk., (TelkomGroup) yang saat ini fokus di bidang IoT. Penerapan IoT diprediksi akan menjadi tren baru di mana suatu perangkat unik (*things*) dapat terkoneksi ke jaringan serta dapat melakukan pengiriman atau pengambilan data tanpa interaksi manusia.

PT. PINS Indonesia saat ini fokus untuk mengembangkan produk IoT di Indonesia. Dengan *platform* dan kapabilitas SDM yang telah dimiliki sekarang, PINS Indonesia siap menyongsong era IoT, sejalan dengan visi PINS Indonesia, yakni *To Become The Leading IoT Company In Indonesia*. Saat ini IoT di Indonesia masih berada di level *blue ocean* atau masih memiliki peluang bisnis yang akan terus tumbuh pada industri sejenis. PINS melihat IoT sebagai bisnis masa depan yang memiliki pasar sangat besar. Menariknya, IoT di Indonesia di-*drive* kebutuhan masyarakat Indonesia yang semakin digital, sehingga *supply* dan *demand* menjadi tantangan menarik.

Pada akhir 2016, berkat strategi yang tepat dan kerja keras seluruh jajaran manajemen dan karyawan, dibarengi dengan komitmen untuk mengimplentasikan *corporate culture The Telkom Way*, serta fokus pada portofolio baru yaitu IoT, PINS Indonesia berhasil meraih *Triple Double Digit Growth*. Tercatat *Revenue* tumbuh 19%, *EBITDA* 12%, dan *Net Income* 268%. Sepanjang 2016 Perseroan mampu mencatat pertumbuhan kinerja yang sangat baik dengan pencapaian yang sangat positif. Hal ini dibuktikan dengan performansi keuangan yang tumbuh melebihi industri yang sejenis.

Salah satu perspektif untuk mengetahui peningkatan kinerja sebuah perusahaan adalah melihat dari kondisi keuangannya. PINS Indonesia sebagai anak perusahaan milik Telkom Indonesia tentu saja kinerjanya juga dinilai dari *revenue* yang berhasil dicapai pada tiap tahunnya. Berdasarkan data internal dari *Management Accounting* didapatkan bahwa *revenue* yang berhasil dicapai oleh

PINS Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Detail peningkatan *Revenue* PINS Indonesia tahun 2014 s/d 2017 dari grafik berikut:



Sumber: Annual Report PT. PINS Indonesia Tahun 2017

Gambar 1.3 Pendapatan usaha tahun 2014-2017 (dalam juta rupiah)

Dari data di atas, dapat terlihat kenaikan pendapatan usaha PT. PINS Indonesia selama periode 2014 – 2017. Pada tahun 2014 pendapatan usaha PT. PINS Indonesia terealisasi 1,5 T. Sedangkan, pada tahun 2015 terjadi peningkatan realisasi menjadi 2,46 T. Kenaikan pendapatan usaha PT. PINS Indonesia pada tahun 2016 menjadi 2,9 T. Pendapatan usaha Perseroan pada tahun 2017 membukukan hasil yang positif dengan meraih pertumbuhan penjualan sebesar Rp 2.936 miliar menjadi Rp 3.658 miliar. Peningkatan pendapatan usaha PT. PINS Indonesia tentu tidak lepas dari dukungan karyawan untuk terus maju mencapai tujuan perusahaan dan menjadi unggul dari kompetitor-kompetitornya.

Sejatinya, perkembangan Teknologi juga harus ditunjang dengan SDM yang menjadi motor penggerak berjalannya suatu perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Hal ini juga diperkuat oleh Kahumuza & Schlechter dalam Pieterse-Landman (2012:1), yang menyampaikan bahwa *human capital* atau SDM atau yang disebut dalam jurnal tersebut sebagai *people component* dan *knowledge worker* adalah penentu paling terpenting dalam kesuksesan organisasi. Pengelolaan SDM harus benar-benar diperhatikan dan perlu dikelola dengan baik, karena SDM adalah

penggerak utama suatu organisasi. SDM yang akan menentukan roda organisasi itu. Oleh karena itu SDM harus dikelola dengan baik untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi. Sinergi antara perusahaan dengan karyawan harus tercipta dan selalu ditingkatkan sehingga adanya hubungan positif antara perusahaan dan peningkatan kinerja karyawan.

Adanya persaingan di bidang industri telekomunikasi membuat faktor Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi faktor utama. SDM merupakan aset terpenting didalam suatu perusahaan. Berhasil atau tidaknya tujuan perusahaan tergantung dari kinerja karyawan sebagai salah satu sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Sebagai aset terpenting dalam suatu perusahaan, karyawan haruslah mempunyai keunggulan agar perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain.

PT. PINS Indonesia dituntut untuk tetap menjaga konsistensi realisasi terhadap target dengan cara mengelola SDM dengan efektif dan efisien agar perusahaan dapat berjalan optimal dan berkontribusi positif terhadap pencapaian target. Keberhasilan suatu perusahaan dipengaruhi oleh kinerja karyawan. Salah satu aset yang tak luput menjadi perhatian adalah sumber daya manusia dalam sebuah perusahaan. Manusia menjadi aset yang unik, karena merupakan satu-satunya aset yang bernyawa, sehingga diperlukan treatment khusus untuk menjaga loyalitasnya kepada perusahaan. *Employee Engagement* merupakan salah satu cara untuk membuat karyawan memiliki loyalitas yang tinggi, seperti pendapat Macey dan Schneider (dikutip oleh Hermawan, 2011:16) yang menyatakan bahwa *employee engagement* membuat karyawan memiliki loyalitas yang lebih tinggi sehingga mengurangi keinginan untuk meninggalkan perusahaan secara sukarela.

Menurut Schiemann (2011:221), secara garis besar terdapat tiga unsur di dalam *Employee Engagement* yaitu: kepuasan, komitmen dan advokasi. Kepuasan karyawan terlihat dari seberapa kuat perusahaan mengikat seorang karyawan sehingga kebutuhan karyawan bisa dipenuhi oleh perusahaan, secara tidak langsung berdampak kepada komitmen karyawan untuk tetap berada dan loyal terhadap perusahaan, dan tidak menutup kemungkinan seorang karyawan bersedia membela

perusahaannya terhadap perusahaan lainnya sebagai tempat yang baik untuk bekerja. Tiga unsur ini menjadikan karyawan merasa terikat dan bekerja lebih giat,

Dengan demikian, karyawan bisa memuaskan lebih banyak pelanggan sehingga memiliki pengaruh positif yang lebih kuat terhadap hasil perusahaan. Berdasarkan pendapat diatas, kepuasan karyawan PT PINS Indonesia berada diperingkat pertama dibandingkan dengan beberapa anak perusahaan Telkom yang lain. Berikut data kepuasan karyawan perusahaan Telkom group:

Tabel 1. 1 Data Kepuasan Karyawan perusahaan Telkom group tahun 2014 - 2017

| Tahun | PINS | CFU Enterprise | Infomedia | Metra |
|-------|-------|----------------|-----------|-------|
| 2014 | 65,44 | 66,47 | 62,58 | 60,98 |
| 2015 | 69,59 | 70,89 | 65,89 | 62,87 |
| 2016 | 75,87 | 72,98 | 68,89 | 65,89 |
| 2017 | 79,77 | 75,21 | 71,41 | 68,41 |

Sumber: Human capital PT Pins Indonesia Tahun 2017

Data pada gambar diatas menunjukkan bahwa kepuasan kerja karyawan PT. PINS Indonesia berada diatas perusahaan Telkom group yang lain. karyawan merasa puas dengan pekerjaan mereka, merasa dihargai, dan merasakan kolaborasi serta kepercayaan.

Menurut Siddhanta dan Roy dalam Ramadhan Sembiring (2014) yang menyatakan bahwa *employee engagement* dapat menciptakan kesuksesan bagi perusahaan melalui hal-hal yang berkaitan dengan kinerja karyawan, produktivitas, keselamatan kerja, kehadiran dan retensi, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, hingga profibilitas. Berdasarkan pendapat diatas, kehadiran karyawan menjadi indikasi meningkatnya komitmen karyawan terhadap pekerjaannya. Berikut data kehadiran karyawan PT PINS Indonesia:

Tabel 1. 2 Data Kehadiran karyawan PT PINS Indonesia

| Tahun | Jumlah Karyawan | Izin | | Tanpa kabar | | Total | |
|-------|-----------------|--------|---|-------------|---|--------|----|
| | | jumlah | % | jumlah | % | jumlah | % |
| 2014 | 148 | 14 | 9 | 8 | 5 | 22 | 15 |

| | | | | | | | |
|------|-----|---|---|---|---|----|---|
| 2015 | 175 | 9 | 5 | 4 | 2 | 13 | 7 |
| 2016 | 200 | 6 | 3 | 2 | 1 | 8 | 4 |
| 2017 | 200 | 4 | 2 | 2 | 1 | 6 | 3 |

Sumber: Human capital PT Pins Indonesia Tahun 2017

Data pada Tabel 1.2 menunjukkan penurunan jumlah ketidakhadiran karyawan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2014 dapat dilihat jumlah karyawan yang izin adalah 15% (22 orang), tahun 2015 adalah 7% (7 orang), dan tahun 2016 adalah 4% (8 orang), sedangkan untuk tahun 2017 jumlah karyawan yang tidak hadir adalah 3% (6 orang). Penurunan ketidakhadiran ini dapat mempengaruhi kinerja perusahaan yang menunjukkan disiplin kerja yang mulai membaik dengan tingkat kehadiran yang meningkat dari tahun ke tahunnya.

Riset dari *Development Dimensions International, Inc* pada tahun 2006 terhadap tingkat *employee engagement* dan kinerja karyawan menunjukkan bahwa ketika skor *engagement* tinggi, karyawan akan lebih puas terhadap pekerjaannya, tingkat keinginan untuk meninggalkan pekerjaan menjadi rendah dan karyawan menjadi lebih produktif. Ini artinya *employee engagement* memberikan hasil yang positif terhadap perilaku karyawan. Hasil penelitian ini memperlihatkan pengaruh signifikan antara *employee engagement* dan kinerja karyawan dan pada akhirnya juga yang menghantarkan dampak positif *employee engagement* di level organisasi, yaitu produktifitas dan pertumbuhan organisasi. Berdasarkan artikel dari Kusmalinda, T (2014, 15 Oktober). Pengaruh *Employee Engagement* Terhadap Produktivitas Perusahaan. Kompas [online]. Tersedia: www.kompasiana.com [22 Agustus 2017].

Pernyataan tersebut didukung oleh beberapa fenomena yang terjadi di PT. PINS Indonesia yaitu meningkatnya pendapatan usaha, kenaikan kepuasan kerja karyawan dan penurunan jumlah ketidakhadiran karyawan yang mengarah kepada ciri kenaikan kinerja yang disebabkan faktor *Employee Engagement* . Bagaimana 3 (tiga) unsur *Employee Engagement*, yaitu: kepuasan, komitmen dan advokasi masing-masing karyawan bisa menjadi faktor penentu terhadap kinerja karyawan PT PINS Indonesia. Maka penulis ingin mengadakan penelitian judul penelitian yaitu *Employee Engagement* terhadap kinerja karyawan PT PINS Indonesia.

1.3 Perumusan Masalah

Employee engagement adalah salah satu tolak ukur perusahaan terhadap karyawannya, menurut Catteeuw (2007: 151) *employee engagement* adalah tingkat dimana karyawan merasa puas dengan pekerjaan mereka, merasa dihargai, dan merasakan kolaborasi serta kepercayaan.

Dengan adanya pengaruh *employee engagement* terhadap kinerja karyawan, maka perusahaan dapat meningkatkan kinerja karyawannya melalui upaya peningkatan *employee engagement*. Hal senada juga diungkapkan Siddhanta dan Roy (2010:171) yang menyatakan bahwa *employee engagement* dapat menciptakan kesuksesan bagi perusahaan salah satunya melalui peningkatan kinerja karyawan.

Kinerja karyawan menjadi salah satu hal yang menjadi akibat dari terciptanya *employee engagement* yang tinggi. Hal tersebut diungkapkan pula oleh Robinson et al. (Little, 2006:113) yang menyatakan bahwa karyawan yang memiliki kaitan kuat dengan perusahaan akan meningkatkan performansi dalam pekerjaannya untuk keuntungan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan sebelumnya, perlu dilakukan penelitian mengenai pengaruh unsur *Employee Engagement*, yaitu: kepuasan, komitmen dan advokasi masing-masing karyawan bisa menjadi faktor penentu terhadap kinerja karyawan PT. PINS Indonesia.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan kajian literatur yang telah dilakukan maka timbul pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Seberapa tinggi *Employee engagement* dalam hal kepuasan karyawan PT. PINS Indonesia?
- 2) Seberapa tinggi *Employee engagement* dalam hal komitmen karyawan PT. PINS Indonesia?
- 3) Seberapa tinggi *Employee engagement* dalam hal advokasi PT. PINS Indonesia?

- 4) Seberapa besar pengaruh *Employee engagement* yang terdiri dari kepuasan, komitmen dan advokasi terhadap kinerja karyawan PT. PINS Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian perumusan masalah dan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui seberapa tinggi *Employee Engagement* dalam hal kepuasan karyawan PT. PINS Indonesia
- 2) Mengetahui seberapa tinggi *Employee Engagement* dalam hal komitmen karyawan PT. PINS Indonesia
- 3) Mengetahui seberapa tinggi *Employee Engagement* dalam hal advokasi karyawan PT. PINS Indonesia
- 4) Mengetahui pengaruh *Employee Engagement* yang terdiri dari kepuasan, komitmen, dan advokasi terhadap kinerja karyawan PT. PINS Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi masukan bagi pengembangan ilmu di bidang manajemen sumber daya manusia terutama mengenai pengaruh *Employee Engagement* terhadap kinerja karyawan pada PT. PINS Indonesia.

- b. Bagi penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi untuk pendalaman penelitian selanjutnya. Sehingga dapat bermanfaat sebagai acuan dan referensi di masa mendatang yang akan melakukan penelitian dengan tema dan atau objek penelitian yang sama.

1.6.2 Aspek Praktis

a. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan kepada perusahaan dalam pemanfaatan SDM dan bahan evaluasi bagi manajemen perusahaan dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan serta meningkatkan kinerja internal perusahaan yang di masa yang akan datang. Sehingga perusahaan dapat membuat kebijakan serta dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam mempertahankan atau memperbaiki *Employee Engagement* karyawan demi meningkatkan kinerja karyawan yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan *revenue* perusahaan dan tercapainya target yang ditetapkan perusahaan.

b. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tambahan dan sarana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan serta untuk mengevaluasi sejauh mana sistem pendidikan telah dijalankan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi saat ini.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Dengan tujuan keefektifan dan keefisienan penelitian, maka peneliti membatasi hal-hal tertentu terkait dengan penelitian. Pembatasan ini terbagi ke dalam beberapa aspek, yaitu:

a. Variabel dan Sub Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa variabel beserta indikator yang digunakan dapat diukur dengan pengujian statistik. Variabel bebas yang digunakan adalah *Employee Engagement* yang diwakili oleh tiga variabel yang menjadi pencirinya, yaitu kepuasan, komitmen dan advokasi. Sedangkan variabel terikatnya adalah kinerja karyawan yang terdiri dari *quantity of work, quality of work, job knowledge, creativeness, cooperative, initiative, dependability, dan personal quality*.

b. Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada PT. PINS Indonesia. Sedangkan objek penelitiannya adalah karyawan yang bekerja kantor pusat di PT. PINS Indonesia, dengan jumlah 200 karyawan.

c. Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan selama 2 bulan. Waktu penelitian ini terhitung dimulai sejak bulan Mei dan diperkirakan akan berakhir pada bulan Agustus 2018.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

BAB I PENDAHULUAN

Berisi gambaran umum objek, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Memberikan uraian mengenai tinjauan pustaka penelitian, landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis dan ruang lingkup penelitian. Bab ini merupakan uraian teori yang mendasari penyusunan dalam pembahasan tesis. Dalam bab ini diuraikan secara lengkap tentang pengertian kinerja karyawan, *Employee Engagement*, dan pengaruh *Employee Engagement* terhadap kinerja perusahaan.

BAB III METODE PENELITIAN

Menguraikan metodologi penelitian yang akan digunakan meliputi jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, pengujian validitas, pengujian reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menyajikan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian yang sudah dilakukan. serta berisikan tentang pembahasan deskriptif dan analisis mengenai pengaruh *Employee Engagement* terhadap kinerja karyawan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Memuat kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian tesis dan saran yang diperlukan untuk perbaikan maupun pengembangannya lebih lanjut.

