

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)

PT Industri Telekomunikasi Indonesia atau PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) (Persero) adalah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berdiri sebagai evolusi dari kerja sama PN Telekomunikasi dan Siemens AG pada tahun 1966. Pada tahun 1968 kerja sama ini dilanjutkan dengan pembangunan Pabrik Telepon dan Telegram (PTT) dan menjadi bagian serta pelaksanaannya dibebankan kepada Lembaga Penelitian dan Pengembangan Pos dan Telegraph (LPP POSTEL), di bawah naungan Direktorat Jendral Pos dan Telekomunikasi. Selanjutnya LPP POSTEL menjadi Perseroan Terbatas. PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) (Persero) didirikan berdasarkan pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No: 34 tahun 1974 tanggal 23 September 1974 tentang Penyetoran Modal Negara Republik Indonesia untuk Pendirian Perusahaan Perseroan di Bidang Industri Telekomunikasi dan Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No: Kep-1771/MK/IV/12/1974 tanggal 28 Desember 1974 tentang Penetapan Modal Perusahaan Perseroan. Pada tahun 1988 PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) dimasukkan dalam kelompok Industri Strategis berdasarkan Keputusan Menteri Negara BUMN Nomor: 036/MPBUMN/1988. Selanjutnya, berdasarkan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No: 12 tahun 1998 perihal menghilangkan peran Departemen Teknis dalam mengelola BUMN pada tanggal 17 Januari 1998. Hal ini berlanjut pada pembinaan PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) yang beralih ke Kementerian Negara Pendayagunaan BUMN.

Pada tahun 1998 pembinaan dan pengelolaan PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) berada di bawah Badan Pengelolaan Industri Strategis yang beralih status menjadi perusahaan induk dan berganti nama menjadi PT Bahari Pakarya Industri Strategi (PT BPIS) (Persero) yang membawahi sepuluh perusahaan BUMN strategis sebagai anak persahaannya. Namun kondisi ini berakhir setelah dikeluarkannya kebijakan Peraturan Pemerintah Nomor: 52 Tahun 2002 tentang

dibubarkannya PT BPIS pada bulan Maret 2002. Selanjutnya, pembinaan dan pengelolaan PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) beralih kembali di bawah Kementerian Negara Pendayagunaan BUMN.

PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) merupakan perseroan yang melakukan usaha di bidang elektronika, telekomunikasi, kelistrikan/energi, informatika. Maka dari itu PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) selalu mengembangkan dan menuju perubahan dalam setiap periode yang berlangsung. Pada tahun 1974-1984 ini merupakan periode awal yang dijalani PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) setelah resmi berdiri, disamping itu fasilitas yang dimiliki pada periode ini seperti Pabrik Perakitan Telepon, Pabrik Perakitan Peralatan Transmisi, Pabrik Mekanik dan Plastik, Laboratorium Software Komunikasi Data (PACKSATNET) yang bekerjasama dengan Logitech. Pada periode awal ini PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) sudah melakukan kerjasama teknologi seperti kerjasama dengan Siemens AG, BTM, PRX, JRC. Di mana pada periode ini produk Pesawat Telepon Umum Koin (PTUK) INTI menjadi acuan standar Perumtel (Telkom). Pada periode kedua yaitu tahun 1985-1998, periode ini diawali dengan adanya rencana pemerintah yang menerapkan digitalisasi infrastruktur telekomunikasi di Indonesia dan menunjuk PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) perusahaan tunggal sebagai pemasok Sentral Telepon Digital Indonesia (STDI) yang dilaksanakan berdasarkan Technical and Business Cooperation Agreement (TBCA) dengan Siemens AG. Produk-produk yang sudah dikembangkan pada periode ini dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu produk setral, produk transmisi, dan produk terminal atau CPE. Di mana PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) menjadi market leader pada periode ini dalam bidang telekomunikasi dengan persentase 60% pasar dari total pasar nasional.

Dalam perjalanannya tahun 1998-2002 merupakan periode ketiga di mana periode ini merupakan masa berakhirnya TBCA dengan Siemens AG, dengan adanya hal tersebut PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) sebagai perusahaan penyedia solusi engineering, yang berfokus pada system integrator untuk pembangunan infrastruktur telekomunikasi di Indonesia, serta pembangunan infrastruktur telekomunikasi seluler. Selanjutnya tahun 2003-2008 yang merupakan periode keempat, pada periode ini PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) tidak terfokus lagi kerjasama dengan Siemens dan melakukan kerjasama berimbang dengan

perusahaan multinasional dari Asia dan Eropa. Serta aktivitas manufaktur pada periode ini tidak ditangani oleh PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) sendiri melainkan dengan membentuk anak perusahaan dan usaha patungan seperti PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) PISMA (bidang CPE), PT IPMS (bidang mekanik dan plastik), dan bekerjasama dengan beberapa perusahaan multinasional seperti SAGEM, MOTOROLA, Samsung, Ericsson, ALCATEL (bidang switching, akses dan transmisi). Pencapaian bisnis terbesar pada periode ini adalah CDMA diantaranya Regional Metro Junction (RMJ) dan jaringan akses fiber optic dan Out Site Palnt (OSP), pembangunan tower nasional, digital microwave link, CME dan power supply serta indoor coverage. Pada tahun 2009-2012 PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) berhasil menopang keberhasilan perusahaan dengan menghidupkan kembali bisnis manufakturnya serta dapat menghasilkan produk-produk asli. Periode 2012-sekarang yaitu telah memasuki bisnis solusi Engineering, pengembangan produk-produk asli dan sistem integrator. Dalam periode saat ini PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) memiliki produk-produk induk seperti Smart BMX, KWH meter, General Purpose Agent (INTI Power Untulities Monitoring and Control, Flood Forecasting and Warning System), I-PERISALAH (INTI Smart Meeting).

1.1.2 Visi dan Misi PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)

Visi

Penyedia perangkat digital cerdas terbaik di wilayah ini
(*best smart digital devices provider in the region*)

Misi

- a. Membangun Sinergi Inovasi Nasional dalam rangka menyediakan solusi cerdas di bidang telekomunikasi, informatika, elektronika dan *smart energy* bagi peningkatan hidup masyarakat yang lebih baik.
- b. Membangun Kemandirian Nasional di bidang ICT dan *smart energy* untuk mewujudkan industri strategis yang profesional, efektif, efisien, terintegrasi dan inovatif.
- c. Memaksimalkan Nilai Perusahaan serta pertumbuhan yang berkesinambungan.
- d. Berperan sebagai penggerak utama bangkitnya industri dalam negeri.

1.1.3 Logo Perusahaan

Berikut merupakan logo PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI):



Gambar 1. 1 Logo perusahaan

Sumber: www.inti.co.id (2019)

Adapun penjelasan logo Gambar 1.1 sebagai berikut:

a. Huruf

Jenis huruf yang digunakan serangkayan huruf visual yang mudah dibaca (Logotype). Logotype yang digunakan mengandung nilai keseimbangan, kesederhanaan, serta memiliki ciri khas yang berbeda. Pada huruf N berbentuk kurva yang bermuara pada lingkaran biru tua yang memiliki makna konsep perubahan berkelanjutan.

b. Warna

Logo PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) terdiri dari warna biru tua dan biru muda, warna biru tua menggambarkan samudra yang dalam dan warna biru muda menggambarkan langit yang tinggi. Makna tersebut mencerminkan filosofi sifat dasar PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) yang memiliki sifat tenang namun pasti, mendalam, penuh kepercayaan, berbudaya, berteknologi tinggi, dan berilmu.

c. Filosofi

Logo PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) sempat mengalami perubahan, hal tersebut dikarenakan adanya perubahan kebijakan yang diterapkan perusahaan pada sumber dayanya, meskipun mengalami perubahan logo versi lama ke versi baru tetapi tidak menghilangkan warna biru tua dan biru muda yang sudah menjadi ciri khas pada logo. Dengan perubahan pada logo merupakan simbol harapan baru dengan maksud menyeragamkan penampilan fisik tertentu pada aspek perusahaan, serta keunikannya dapat memperkuat citra perusahaan di benak khalayak. Dalam perjalanan perusahaan, PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) pernah mengalami naik turun keberlangsungan perusahaan hingga pernah mengalami titik terendah sampai titik tertinggi, sehingga perubahan logo ini merupakan suatu bentuk adanya perubahan manajemen didalam perusahaan yang disebabkan oleh imbas krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia. Secara keseluruhan makna logo PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) yang baru mencerminkan karakter yang dinamis, moder, inovati, dan luwes. Memiliki tampilan sederhana yang memberi kesan keramahan, transparasi dan kemudahan, sesuai dengan perkembangan telekomunikasi yang menuntut nilai tambah, inovasi dan kreatifitas. Dengan adanya logo baru dan harapan baru kini PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) ingin menunjukkan kepada masyarakat bahwa PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) dapat berkarya serta mampu bersaing dengan perusahaan telekomunikasi lainnya.

1.1.4 Budaya Perusahaan

Budaya perusahaan PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) sebagai berikut:

- a. Integritas
Konsisten dalam tindakan maupun ucapan dengan berdasarkan pada norma-norma, nilai moral, etika profesi dan bisnis yang berlaku, selalu jujur dan terbuka.
- b. Network
Membangun, memelihara dan memanfaatkan jaringan kerja yang luas dan mendayagunakan kontak bisnis yang luas demi kepentingan organisasi.
- c. Trust
Kemampuan untuk bisa mempercayai orang lain termasuk kepercayaan pada prosedur dan aturan main.
- d. Teamwork
Bekerja dengan kooperatif dan menempatkan diri dan kelompok secara sinergi sebagai bagian perusahaan.
- e. Inovatif
Menemukan atau menciptakan ide, pemikiran dan cara baru yang lebih baik dari sebelumnya.

1.1.5 Kegiatan dan Produk PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)

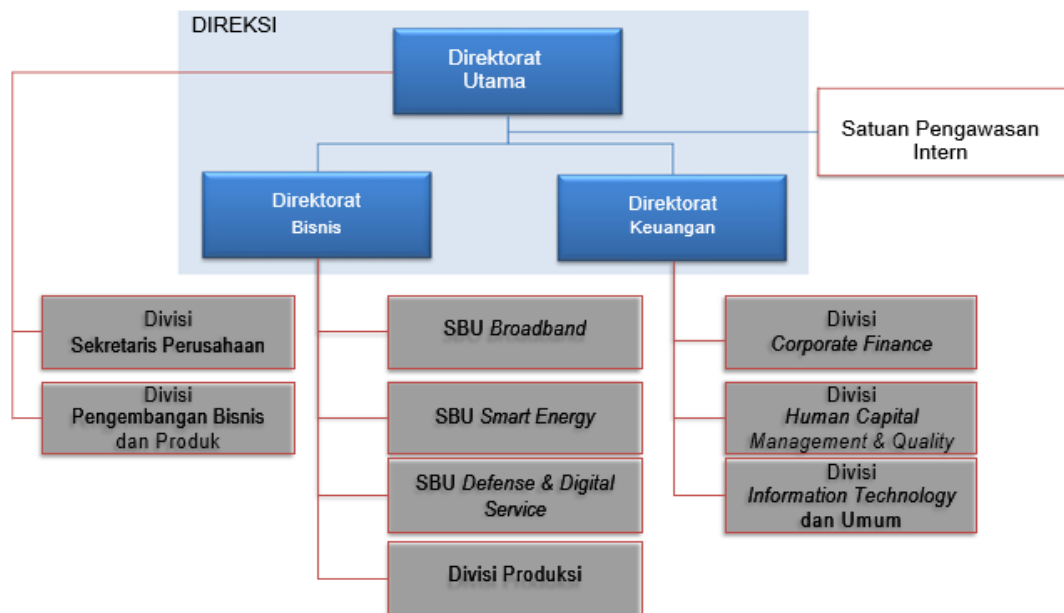
- a. Kegiatan PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)
Untuk melaksanakan maksud dan tujuan yang diharapkan, PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) melakukan kegiatan utama yaitu sebagai berikut:
 - 1) Produksi, antara lain:
Alat/perangkat/suku cadang pada bidang telekomunikasi, elektronika, komputer, informatika, printer, proyektor multimedia, alat penyimpan data, perangkat sistem informasi navigasi, instrumentasi, signaling, geofisika, hidrologi, pembangkit listrik, input device, networking product, control, penginderaan jauh, meteorology, klimatologi, radio cuaca, energi baru dan terbarukan, perhubungan namun tidak terbatas pada piranti lunaknya.

- 2) Perdagangan, antara lain:
 - a) Dalam perdagangan PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) melakukan kegiatan untuk mendistribusikan dan/atau memasarkan dan/atau menyalurkan produk-produk yang di produksi, baik dari produk hasil produksi sendiri maupun produksi dari pihak lain.
 - b) PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) juga melakukan kegiatan perdagangan lainnya sesuai dengan aturan yang ada dalam Anggaran Dasar Perseroan.
 - 3) Jasa, antara lain:
 - a) Dalam jasa PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) melakukan kegiatan jasa/jasa pendukung yang berkaitan dengan bidang usaha produksi dan perdagangan, yang termasuk tidak terbatas pada jasa pemborong dan/atau pemeliharaan dan lainnya.
 - b) PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) juga melakukan kegiatan jasa sesuai dengan aturan yang ada dalam Anggaran Dasar Perseroan.
 - 4) Selain melakukan kegiatan utama, PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) juga melakukan beberapa kegiatan usaha lainnya yang bertujuan untuk optimalisasi sumber daya yang dimiliki perusahaan seperti, kerjasama atau penyewaan asset, gudang, gedung, bengkel, ruang perkantoran, dan properti lainnya serta melaksanakan kegiatan kerjasama atau penyewaan mesin-mesin, alat ukur dan peralatan produksi lainnya.
- b. Produk PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)
- Pada periode ke enam yaitu tahun 2002-sekarang PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) bertekad melangkah untuk memasuki bisnis solusi *Engineering*, system integrator serta mengembangkan produk-produk unggulan seperti:
- 1) INTI Smart Meeting (i-PerisalahTM)
 - 2) INTI Smart Exchange (ISE)
 - 3) INTI PAY
 - 4) Sistem informasi dini lalu lintas (SINDILA)
 - 5) *Smart Control Unit* (SCU)
 - 6) Sistem Monitoring Keandalan Struktur Jembatan (INTI SIMBAGAS)

Selain beberapa produk unggulan yang diterangkan di atas, saat ini PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) juga masih melanjutkan pengembangan produk asli yang masih berlanjut seperti Converter Kit untuk BBM ke Gas, Smart meter untuk Gas dan Air, EDC berbasis USSD dengan Telkomsel, Pembaca KTP Elektronik, Kerja sama pengembangan dan produksi untuk sistem transportasi dengan PT KAI dengan produk Garansi (Pencegah Pelanggaran Sinyal).

1.1.6 Struktur Organisasi PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)

Berikut ini Gambar 1.2 merupakan struktur organisasi pada PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI):



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)

Sumber: PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) (2019)

Berikut penjelasan tugas dan tanggung jawab bidang atau divisi pada PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI):

- a. **Direktur Utama:** berwenang untuk menetapkan, mengontrol, mengkoordinasi arah kebijakan serta bertanggung jawab atas jalannya semua fungsi dalam organisasi di perusahaan secara menyeluruh.

- b. Direktur Bisnis:** mempunyai tanggung jawab dan tugas untuk menjalankan aktivitas pengurusan yang berkaitan dengan usaha perseroan serta menetapkan strategi, konsep, kebijakan yang berhubungan dengan masalah eksternal, dan kepentingan eksternal.
- c. Direktur Keuangan:** mempunyai tanggung jawab dan tugas dalam kebijakan perencanaan keuangan, struktur model efektif, pengelolaan modal kerja, sistem akuntansi, dan pengembangan SDM yang efektif dan efisien dalam perusahaan.
- d. Satuan Pengawasan Intern:** mempunyai tanggung jawab dan tugas untuk membantu dan mendukung Direktur Utama dalam pengawasan keberlangsungan seluruh kegiatan yang ada di perusahaan yang meliputi bidang Audit Operasi, Audit Keuangan, serta Bidang Perencanaan, Pengendalian dan Pengembangan Audit.
- e. Divisi Sekretaris Perusahaan:** mempunyai tanggung jawab dan tugas untuk memberikan usulan kepada Direksi tentang penyusunan kebijakan dalam perusahaan pada bidang hukum, perencanaan perusahaan sistem informasi dan strategi pembentukan citra perusahaan serta memberi usulan kepada Direksi tentang penerapan kebijakan yang akan/sudah diterapkan dilingkungan perusahaan dan melaksanakan kegiatan internal seperti kerumahtanggaan, kantor pusat dan keamanan yang ada di lingkungan perusahaan.
- f. Divisi Pengembangan Bisnis dan Produk:** mempunyai tanggung jawab dan tugas untuk melakukan usaha-usaha dalam mengembangkan produk-produk telekomunikasi, secara efektif dan efisien seperti produk sentral, transmisi, terminal dan produk-produk lainnya, serta melakukan studi analisa perkembangan sistem telekomunikasi untuk menganalisa dan menentukan peluang bisnis.

1.1.7 Lokasi PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)

Nama Perusahaan : PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)
 Alamat : Jalan Moch. Toha No. 77 Bandung
 Website : www.inti.co.id
 Telepon : (62-22) 5201501
 E-mail : info@inti.co.id

1.2 Latar Belakang Penelitian

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor pendukung yang penting untuk mencapai tujuan dalam sebuah organisasi, sehingga pengelolaan sumber daya manusia diharapkan dapat dilaksanakan seoptimal mungkin untuk dapat terus menopang keberlangsungan organisasi. PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang secara langsung maupun tidak menyediakan barang maupun jasa dalam bidang telekomunikasi dengan maksud memenuhi kebutuhan masyarakat secara nyata, serta bertanggung jawab kepada pemerintah atas usaha yang dijalankan. Dengan demikian kualitas sumber daya manusia yang ada didalamnya diharapkan dapat membantu dan mendukung jalannya semua aktivitas yang berkaitan dengan organisasi. Dengan kata lain manusia merupakan sumber daya yang paling utama dibandingkan dengan sumber daya lainnya. Maka dari itu sebagai pengelola sumber daya lainnya, diharapkan organisasi memiliki sumber daya manusia yang berkualitas Sinambela (2016:3). Hal tersebut yang perlu mendapatkan perhatian organisasi untuk selalu memperbaiki kualitas sumber daya manusia. Menurut Sedarmayanti (2017:4) sumber daya manusia merupakan kunci mati atau hidupnya sebuah organisasi atau perusahaan, apabila sumber daya manusia memiliki moral yang baik, loyal, disiplin dan produktif, maka organisasi atau perusahaan tersebut dapat berkembang dengan baik, namun apabila sebuah organisasi atau perusahaan didasari dengan moral yang tidak baik maka dapat menghancurkan organisasi atau perusahaan.

Dalam organisasi, sumber daya manusia merupakan sumber daya yang dapat mendukung terciptanya keberhasilan pencapaian target yang diharapkan perusahaan, kekuatan dan kesetiaan karyawan harus menjadi perhatian perusahaan. Dengan adanya pelimpahan tugas dan tanggung jawab kepada karyawan dengan baik, dapat menciptakan kesetiaan didalam benak karyawan secara tidak langsung. Hal ini dapat mendukung terciptanya kondisi yang kondusif dan profesional di perusahaan dalam mencapai target.

Salah satu faktor untuk mencapai hal tersebut adalah dengan rendahnya tingkat *turnover intention*. Menurut Sanjaya dalam Nazenin & Palupiningdyah (2014) perubahan keadaan lingkungan yang disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal dapat mempengaruhi tingkat *turnover intention* karyawan dan lebih lanjut dapat menyebabkan *turnover* yang sesungguhnya. Perbaikan kualitas lingkungan

internal perlu dilakukan sehingga dapat menjaga karyawan untuk tetap tinggal dan bertahan. Menurut Michael dalam Wahyuni, *et al.* (2014) faktor yang menyebabkan terjadinya *turnover intention* antara lain perkembangan karir yang kurang, gaji atau upah yang tidak sesuai, desain pekerjaan, komitmen, pelatihan dan pengembangan, rekrutasi, ketidakpuasan atau bermasalah dengan atasan, seleksi dan promosi. Dengan adanya faktor-faktor tersebut menimbulkan dampak terhadap karyawan kepada perusahaan. Adapun dampak negatif dari *turnover intention* yang dijelaskan Dharma dalam Nazenin & Palupiningdyah (2014) adalah menimbulkan adanya menurunnya tingkat produktifitas pada karyawan, ketidakstabilan keadaan tenaga kerja, tidak kondusif didalam lingkungan kerja yang berdampak pada peningkatan biaya tenaga kerja.

Dalam perjalanan perusahaan, PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) setiap tahunnya mengalami *turnover* pada karyawannya. Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Syahna karyawan senior bagian SDM, bahwa kemungkinan faktor *turnover intention* yang terjadi pada PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) disebabkan oleh usia, dan adanya kepentingan yang harus meninggalkan pekerjaan. Adapun Gambar 1.6 menguraikan data *turnover* PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) tahun 2016 hingga tahun 2019 (agustus) sebagai berikut:

TABEL 1. 1

DATA TURNOVER PT INDUSTRI TELEKOMUNIKASI INDONESIA (INTI)

Tahun	Jumlah Karyawan	Jumlah Turnover	Persentase
2016	529	15	2,83 %
2017	466	12	2,57 %
2018	450	10	2,22 %
2019*	438	13	2,96 %

Sumber: PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) (2019)

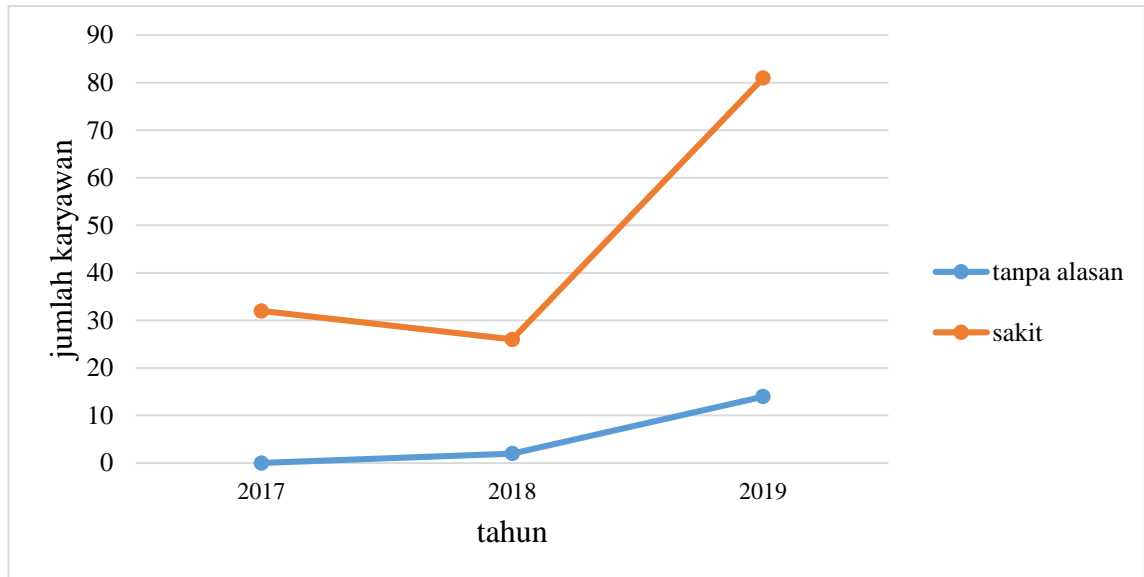
Keterangan:

(*) tercatat hingga agustus 2019

Pada Tabel 1.1 tingkat *turnover* PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) dari tahun 2016 hingga tahun 2018 cenderung mengalami penurunan, yang terlihat dari tabel diatas turun sebesar 0,16% ditahun 2018. Sedangkan pada tahun 2019, terjadi kenaikan 0,74% dibanding tahun sebelumnya, tahun 2018. Kondisi tersebut sejalan dengan hasil wawancara dengan ibu Syahna bahwa *turnover intention* dari tahun ke tahun berbeda. Dari fenomena ini terlihat bahwa kurangnya komitmen karyawan PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) terhadap perusahaan.

Kreitner & Kinicki (2014:165) berpendapat bahwa komitmen organisasi merupakan sebuah cerminan pada tingkatan seseorang untuk memahami sebuah organisasi dalam mencapai suatu tujuan. Di mana seseorang diharapkan memiliki potensi sumber daya yang dapat memberikan bentuk kerja keras yang lebih dan memiliki hasrat yang tinggi untuk dapat bertahan di suatu organisasi. Menurut Luthans dalam Kaswan (2018:196) bahwa komitmen organisasi merupakan contoh sikap kerja yang dapat membawa dampak positif bagi organisasi, dan membawa hasil-hasil yang diharapkan seperti kinerja atau dedikasi yang tinggi, rendahnya angka ketidakhadiran karyawan dan rendahnya angka dalam pergantian karyawan. Melanjutkan Kaswan (2018:197) mengutip Jex & Britt menyatakan bahwa komitmen organisasi dapat diartikan sebagai bentuk dedikasi karyawan terhadap organisasi yang merupakan tempat kerja dan keinginan untuk selalu bekerja dan mengabdikan atas nama atau untuk kepentingan sebuah organisasi. Karyawan memiliki kesetiaan tinggi kepada perusahaan merupakan salah satu tujuan dari penciptaan lingkungan kerja yang diciptakan oleh perusahaan baik secara psikologi maupun jasmani.

Adanya komitmen dalam organisasi dari karyawan juga dirasakan oleh PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI). Gambar 1.3 menunjukkan data ketidakhadiran karyawan PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) pada tahun 2017-2019 (hingga agustus):



Gambar 1. 3

Data ketidakhadiran karyawan PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)

Sumber: PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) (2019)

Pada gambar 1.3 menjelaskan data ketidakhadiran karyawan PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) pada tahun 2017 hingga agustus 2019, karyawan dengan keterangan sakit pada tahun 2017 berjumlah 32 orang, pada tahun 2018 berjumlah 26 orang dan pada tahun 2019 (hingga agustus) berjumlah 81 orang. Sedangkan untuk karyawan tanpa keterangan ketidakhadiran pada tahun 2017 tidak ada sama sekali, pada tahun 2018 berjumlah 2 orang dan pada tahun 2019 berjumlah 14 orang. Data diatas menunjukkan bahwa tingkat ketidakhadiran karyawan PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) dari tahun 2017 hingga agustus 2019 selalu meningkat atau dapat dikatakan semakin banyak karyawan yang tidak hadir disetiap bertambahnya tahun, hal ini menjelaskan bahwa komitmen karyawan PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) masih kurang atau belum optimal. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara bahwa tingkat absensi semakin naik.

Berdasarkan hasil wawancara lanjutan dengan ibu Syahna, apabila hal ini terjadi dalam kurun waktu yang lama dikhawatirkan dapat mempengaruhi kinerja karyawan dalam pencapaian tujuan nilai maksimal berdasarkan standar penilaian kinerja yang sudah ditetapkan. PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) memiliki strategi penilaian kinerja dengan menilai kinerja setiap individu yang disebut Sasaran

Kerja Individu (SKI) penilaian ini dapat dijadikan bahan evaluasi karyawan untuk mengetahui sejauh mana sasaran kinerja yang sudah tercapai.

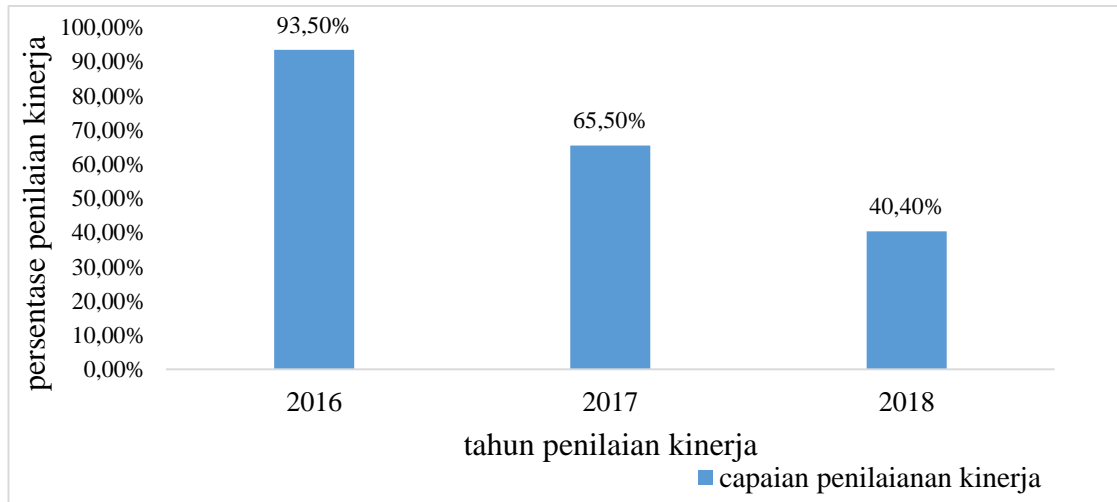
TABEL 1. 2

KRITERIA PENILAIAN KINERJA PT INDUSTRI TELEKOMUNIKASI INDONESIA (INTI)

Nilai Sasaran Kerja Individu (SKI)	Nilai Prestasi
$SKI \geq 100$	P1
$85 \leq SKI < 100$	P2
$65 \leq SKI < 85$	P3
$40 \leq SKI < 65$	P4
$SKI < 40$	P5

Sumber: PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) (2019)

Dengan adanya kriteria penilaian diharapkan karyawan dengan baik memberikan bentuk pelaksanaan kerja yang maksimal untuk perusahaan. Hasil penilaian Sasaran Kerja Individu (SKI) PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) yang dilakukan setiap satu tahun satu kali ditunjukkan pada gambar 1.4 di bawah ini:



Gambar 1. 4

Data capaian kinerja individu (SKI) PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)

Sumber: PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) (2019)

Pada gambar 1.4 menunjukkan hasil penilaian Sasaran Kinerja Individu (SKI) PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) dari tahun 2016 hingga 2018. Pada tahun 2016 menunjukkan hasil sasaran kinerja yang hampir maksimal sejumlah 93,50%, di tahun 2017 cenderung menurun dengan jumlah 65,50% dengan angka penurunan sebesar 28,00%, pada tahun 2018 mengalami penurunan kembali dari tahun sebelumnya sebesar 25,10% dengan hasil penilaian sasaran kinerja sebesar 40,40%. Dapat diketahui bahwa dari 2016 hingga 2018 selalu mengalami penurunan dengan jumlah angka yang relatif besar.

Komitmen organisasi karyawan yang cenderung melemah dapat mempengaruhi sasaran kinerja yang menurun, hal ini memberikan evaluasi terhadap bagaimana budaya organisasi yang sudah ditetapkan dan dilaksanakan dalam perusahaan. Menurut Wardiah (2016:195) organisasi apabila dilihat dari sudut pandang penerapan budaya memiliki dua jenis yaitu organisasi dengan budaya yang lemah dan organisasi dengan budaya yang kuat. Dijelaskan bahwa suatu organisasi dengan budaya yang kuat merupakan organisasi yang berhasil menjalankan konsistensi budaya organisasi dengan baik dan disertai dengan individu-individu dengan kesadaran yang tinggi untuk menunjang tercapainya tujuan dan efektifitas kerja.

Budaya organisasi yang diterapkan PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) saat ini diberi nama “INTTI” yaitu akronim dari *Integrity, Network, Trust, Teamwork, Innovative*. Berikut tabel 1.2 merupakan penjelasan budaya organisasi yang diterapkan oleh PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI):

TABEL 1. 3

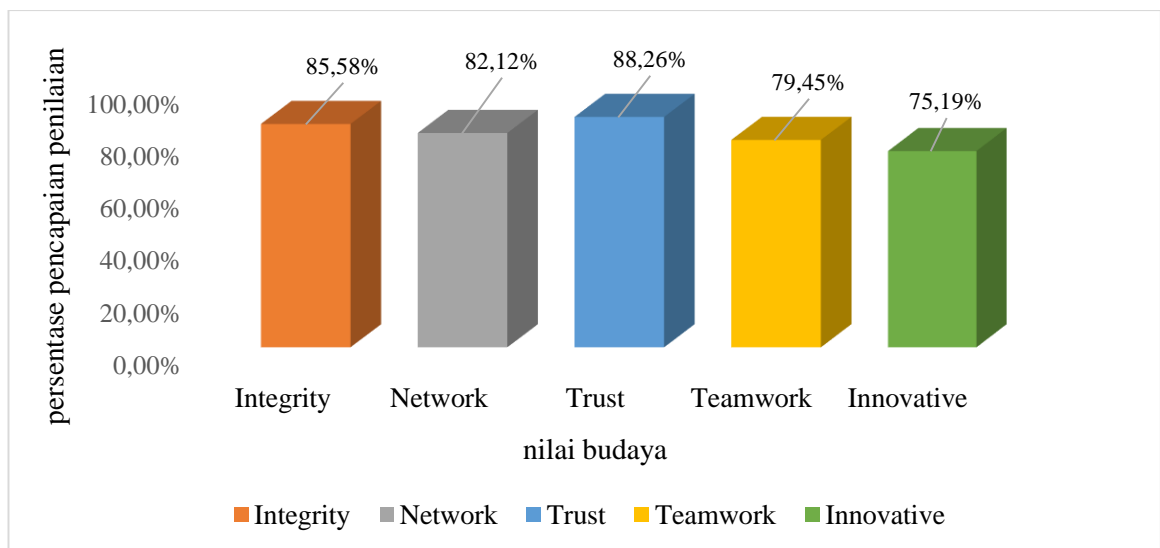
BUDAYA ORGANISASI PT INDUSTRI TELEKOMUNIKASI INDONESIA (INTI)

No.	Nilai Budaya Organisasi	Penjelasan
1.	<i>Integrity</i>	Konsisten dalam tindakan maupun ucapan dengan berdasarkan pada norma-norma, nilai moral, etika profesi dan bisnis yang berlaku, selalu jujur dan terbuka.
2.	<i>Network</i>	Membangun, memelihara dan memanfaatkan jaringan kerja (<i>network</i>) yang luas dan mendayagunakan kontak bisnis yang luas demi kepentingan organisasi.
3.	<i>Trust</i>	Kemampuan untuk bisa mempercayai orang lain termasuk kepercayaan pada prosedur dan aturan main.
4.	<i>Teamwork</i>	Bekerja dengan kooperatif dan menempatkan diri dan kelompok secara sinergi sebagai bagian perusahaan.
5.	<i>Innovative</i>	Menemukan atau menciptakan ide, pemikiran dan cara baru yang lebih baik dari sebelumnya.

Sumber: Data internal PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)

Menurut Mulyadi (2015:97) budaya organisasi menjadi sebuah identitas didalam perusahaan dan menjadi tameng dari adaya pengaruh budaya eksternal yang

kurang sesuai. Budaya organisasi memiliki peran penting bagi organisasi bisnis di Indonesia, maka dari itu sebaiknya masalah budaya organisasi sudah diperhatikan dengan baik. PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) mendefinisikan peran budaya organisasi sebagai komitmen nyata yang diberikan jajaran pimpinan, yang dapat digunakan sebagai panutan agar nilai-nilai dalam perusahaan dapat dimengerti, dihayati, dan dilakukan keberadaannya secara bertahap dengan maksud menjadi suatu nilai unggul menuju PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) yang handal, bersih, dan profesional. Implementasi nilai-nilai budaya organisasi menjadi acuan penting berinteraksi dalam proses bisnis dengan seluruh stakeholder perusahaan, dengan harapan PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) memiliki ciri khas tersendiri terutama dalam dunia bisnis infokom. Pada bulan Januari hingga Februari 2019 PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) melakukan survei pengimplementasian budaya organisasi dalam perusahaan. Gambar 1.5 menunjukkan hasil survei sebagai berikut:



Gambar 1. 5 Pengimplementasian budaya organisasi PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)

Sumber: Data internal PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)

Hasil survei implementasi budaya organisasi pada Gambar 1.5 menunjukkan bahwa pada budaya *integrity* sebesar 85,58%, budaya *network* sebesar 82,12%, budaya *trust* yang paling unggul sebesar 88,26%, budaya *teamwork* sebesar 79,45% dan budaya *innovative* yang paling rendah sebesar 75,19%, namun disamping itu PT

Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) selalu mengupayakan untuk selalu mengoptimalkan pelaksanaan budaya organisasi untuk mencapai maksimal. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan karyawan senior bagian SDM ibu Diah bahwa implementasi budaya organisasi di PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) dirasa belum maksimal namun sudah optimal.

Berdasarkan hasil pemaparan fenomena serta latar belakang yang dijelaskan di atas, bahwa komitmen organisasi dan budaya organisasi dapat mempengaruhi *turnover intention*. Hal ini juga dijelaskan Kim, *et al.* (2017) bahwa komitmen organisasi dan budaya organisasi merupakan suatu bentuk mengolah hubungan antara organisasi dan karyawan untuk mencegah *turnover intention*. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian di PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) dengan judul **“Pengaruh Komitmen Organisasi dan Budaya Organisasi terhadap Turnover Intention pada PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)”**.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini dirumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana *turnover intention* pada PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)?
- b. Bagaimana komitmen organisasi pada PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)?
- c. Bagaimana budaya organisasi pada PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)?
- d. Bagaimana pengaruh komitmen organisasi dan budaya organisasi terhadap *turnover intention* baik secara parsial maupun simultan pada PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui serta menganalisis *turnover intention* pada PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)
- b. Untuk mengetahui serta menganalisis komitmen organisasi pada PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)
- c. Untuk mengetahui serta menganalisis budaya organisasi pada PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)
- d. Untuk mengetahui besarnya pengaruh komitmen organisasi dan budaya organisasi terhadap *turnover intention* baik secara parsial maupun simultan pada PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI)

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

a. Aspek Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dan penambahan pengetahuan terutama dalam pembahasan tentang Perilaku Organisasi serta dapat menjadi pembanding dan referensi untuk penelitian yang serupa.

b. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) agar lebih mengoptimalkan khususnya perihal komitmen organisasi dan budaya organisasi dalam upaya menekan angka *turnover* dalam perusahaan.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2019 hingga Januari 2020. Penelitian ini dilakukan di PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) yang beralamat di jalan Moch. Toha No. 77 Bandung dengan sasaran responden adalah karyawan PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI).

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun kaidah sistematika untuk mempermudah pemahaman didalam penyusunan skripsi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, waktu dan periode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab tinjauan pustaka berisi tentang adanya teori-teori yang memuat tentang komitmen organisasi, budaya organisasi, dan *turnover intention* yang berhubungan dengan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis dalam penelitian serta ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian menjelaskan tentang jenis penelitian, variabel operasional penelitian, tahapan penelitian, populasi dan teknik sampling penelitian, jenis dan teknik pengumpulan data, uji validitas serta reliabilitas dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab hasil penelitian dan pembahasan dipaparkan mengenai karakter responden penelitian, hasil penelitian, serta pembahasan tentang hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab kesimpulan merupakan penjelasan akhir dari keseluruhan pembahasan yang didapatkan dari penelitian yang dilakukan dan saran yang diberikan penulis yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang bersangkutan.