

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) adalah salah satu perusahaan informasi dan komunikasi terbesar yang telah menyediakan jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap dan terpercaya di seluruh bagian Indonesia. Telkom telah menjadi perusahaan telekomunikasi yang terbesar di Indonesia serta memiliki pelanggan telepon tetap sejumlah 15 juta pelanggan dan telepon seluler sebesar 104 juta pelanggan Dalam upaya bertransformasi menjadi *Digital Telecommunication Company*. Telkom Group mampu menerapkan strategi bisnis serta operasional perusahaan dengan memberikan orientasi kepada para pelanggan (*customer-oriented*). Transformasi dinilai dapat membuat suatu organisasi di Telkom Group menjadi lebih *lean* (ramping) dan *agile* (gesit) dalam menyesuaikan perubahan pada industri telekomunikasi yang telah berlangsung. organisasi baru ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam mewujudkan *customer experience* yang berkualitas (PT. Telekomunikasi Indonesia, 2020).

Witel Bogor merupakan Wilayah Telekomunikasi Bogor. Telkom Bogor ini memiliki plasa yang bertempat di Jl. Raya Pajajaran No.37, RT.04/RW.06, Bantarjati, Bogor Utara, Jawa Barat. Tempat ini bertujuan bagi pelanggan yang ingin melakukan pembayaran dan pemasangan Indi Home tanpa perantara, Selain itu pelanggan yang datang ke gedung ini besar harapan mendapat kemudahan dalam melakukan pembayaran dan pemasangan karena akan langsung diberi tindakan. Dalam witel terdapat Plasa Bogor yaitu kantor Telkom pusat bagi daerah Bogor. Selain Bogor, Witel memiliki Cabang Kandatel (Catel) yang berada di Sentul, Cibinong, Depok dan Kujang dengan ini agar Telkom tetap memperhatikan perkembangan telekomunikasi dan perkembangan teknologi pada setiap daerah tersebut. PT. Telekomunikasi Indonesia telah meningkatkan nilai bisnis pada yaitu TIMES (*Telecommunication, Information, Media Edutainment & Service*) Produk dan layanan ini jelas berbeda dari para

pesaing, sehingga memberikan keunggulan bagi Telkom Indonesia dalam hal *Time to Market*. Berikut T.I.M.E.S bisnis pada Telkom:

1. *Telecommunication*

Dengan melayani sambungan telepon kabel yang tidak bergerak atau bisa disebut *Plain Ordinary Telephone Service (POTS)*, telepon nirkabel tidak bergerak, layanan komunikasi data, broadband, penyewa jaringan dan interkoneksi, satelit, dan telepon seluler yang dilayani oleh anak perusahaan yaitu Telkomsel.

2. *Information*

Layanan terintegrasi untuk memudahkan proses kerja dan transaksi yang mencakup *Value Added Service (VAS)* dan *Managed Application/IT Outsourcing (ITO)*, *e-Payment* dan *IT enabler Service (ITeS)*.

3. *Media*

Merupakan model bisnis Telkom yang telah dikembangkan sebagai bagian dari NEB dan menawarkan *Free To Air (FTA)* dan Pay TV untuk gaya hidup *digital* yang lebih modern.

4. *Edutainment*

Merupakan salah satu layanan yang dipercaya dalam model bisnis NEB Telkom, menjadikan anak muda sebagai target segmen pasar. Layanan yang ditawarkan berupa *Ring Back Tone (RBT) SMS Content* pada *smartphone*.

5. *Service*

Dapat berorientasi terhadap pelanggan dan sejalan dengan customer portfolio, telkom kepada pelanggan personal, *Consumer/Home, SME, Enterprise, Wholesale* dan Internasional.

1.1.2 Visi dan Misi

Visi, Misi PT Telekomunikasi Indonesia adalah sebagai berikut :

a. Visi

PT Telkom Indonesia yaitu menjadi *digital telco* pilihan utama untuk memajukan masyarakat.

b. Misi

Misi PT Telkom Indonesia yaitu :

1. Mempercepat pembangunan Infrastruktur dan platform *digital* yang berkelanjutan, ekonomis dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat.
2. Mengembangkan *Talent Digital* yang terdepan agar dapat mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.
3. Mengorkestrasi ekosistem *digital* untuk memberikan pengalaman digital kepada pelanggan.

1.1.3 Filosofi Logo Perusahaan



Gambar 1.1 Logo Telkom Indonesia

Sumber: google.co.id (2020)

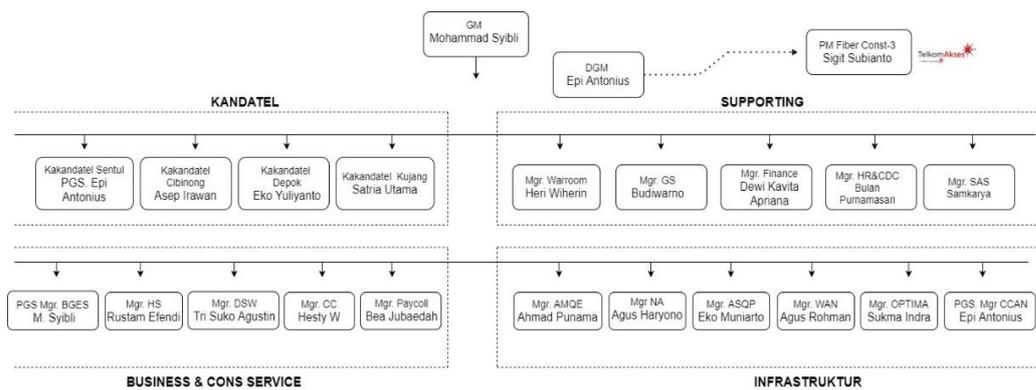
Filosofi dari logo Telkom adalah terintegrasi dengan empat aspek dasar perusahaan, yaitu transformasi bisnis, infrastruktur, sistem dan model operasi serta sumber daya manusia. Sedangkan filosofi warna dari logo diatas adalah:

- a) Merah yang artinya Berani, cinta, energi, ulet. Mencerminkan semangat PT. Telkom Indonesia untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dan perusahaan.
- b) Putih yang artinya suci, damai, cahaya, bersatu. Mencerminkan semangat PT Telkom Indonesia untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.

- c) Hitam yang artinya warna Dasar. Melambangkan kemauan keras.
- d) Abu yaitu warna Transisi. Melambangkan teknologi

1.1.4 Struktur Organisasi

Berikut adalah struktur organisasi dari Witel Bogor yang dapat dilihat pada Gambar 1.2



Gambar 1.2 Struktur Organisasi Witel Bogor

Sumber : PT Telkom Witel Bogor (2020)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor terpenting dalam organisasi maupun perusahaan. menurut Sunyoto (2016), sumber daya manusia merupakan aset penting dalam mewujudkan tujuan perusahaan dimana orang-orang atau karyawan tersebut telah memberikan tenaga, bakat, kreativitas, dan usaha mereka kepada perusahaan. Oleh karena itu, manusia menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan organisasi karena manusia memberikan kontribusi terbesar dibandingkan dengan faktor-faktor yang lain. Pendapat lain juga disampaikan oleh (Arda, 2017) bahwa sumber daya manusia menjadi penentu kemajuan organisasi yang dapat dikatakan sumber daya manusia memiliki elemen terpenting selain modal, bahan baku dan mesin. Dari pernyataan tersebut diketahui bahwa sumber daya manusia terbilang memiliki kontribusi yang cukup penting bagi kemajuan perusahaan.

Manajemen sumber daya manusia dapat dikatakan baik dan cukup apabila dapat meningkatkan kinerja karyawan sehingga bisa mencapai tujuan perusahaan. Kusuma Wardhani (2017) menyatakan bahwa sumber daya manusia

memiliki kompetensi pengetahuan, informasi dan keterampilan dalam meningkatkan kinerja mereka dalam organisasi dan karyawan secara maksimal.

Salah satu penentu kemajuan suatu perusahaan adalah kinerja setiap karyawan. Kinerja karyawan dapat dikatakan baik apabila individu tersebut dapat mencapai target dan bertanggung jawab penuh atas pekerjaan tersebut. Menurut Priansa (2017) Kinerja karyawan merupakan tingkat keberhasilan karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan dari perusahaan, dan mencerminkan bakat atau kemampuan yang dimiliki oleh karyawan dengan ukuran nilai atau standar tertentu dari organisasi tempat dimana individu tersebut bekerja. Kinerja karyawan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, menurut (Kasmir, 2016) faktor yang dapat mempengaruhi kinerja yaitu kemampuan dan keahlian, pengetahuan, rancangan kerja, kepribadian, motivasi kerja, kepemimpinan, gaya kepemimpinan, budaya organisasi, kepuasan kerja, lingkungan kerja, komitmen, dan disiplin kerja.

Berdasarkan faktor-faktor yang telah diuraikan, *knowledge* atau pengetahuan merupakan salah satu faktor penting dalam mendorong individu dalam melakukan *knowledge sharing*. Berbagi pengetahuan atau *knowledge sharing* merupakan kegiatan karyawan untuk memperoleh dan berbagi pengetahuan dengan orang lain serta perilaku mereka dalam bertukar informasi yang relevan dengan rekan kerja pada seluruh organisasi menurut Aulawi *et al.*, (2009:174). Selain itu menurut Fatwan (2006) menyatakan bahwa penerapan *knowledge sharing* menjadi bagian dalam *knowledge management* yang artinya telah dijalankan oleh perusahaan-perusahaan besar yang bergerak pada bidang jasa, telekomunikasi, infrastruktur, produksi, dan jenis perusahaan lainnya. Kegiatan *knowledge sharing* dinilai dapat membuka kesempatan untuk mengeksplorasi pengetahuan dengan mendapatkan atau menciptakan *knowledge* baru, oleh sebab itu dibutuhkan adanya budaya *knowledge sharing* antara para pegawai sehingga informasi mengenai perkembangan dari luar atau dalam lingkungan perusahaan dapat tersebar menyeluruh pada karyawan sehingga tidak ada pengetahuan yang terpendam dari masing-masing diri karyawan. Untuk mencapai keberhasilan dari *knowledge management* yang baik dalam

suatu perusahaan atau organisasi maka dibutuhkan dukungan dari pihak *internal*. Jika *knowledge management* berjalan dengan baik maka dapat meningkatkan kinerja karyawan dengan adanya berbagi pengetahuan.

PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bogor merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan telekomunikasi yang sudah menerapkan *knowledge sharing* sebagai bentuk berbagi dan mendapat pengetahuan baru antar karyawan dan atasan. Untuk mendukung pengembangan dan sumber daya manusia maka diperlukan pengolahan pengetahuan agar karyawan dapat menghasilkan nilai yang tinggi. Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer HR & CDC (*Human Resource and Community Development Center*) PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bogor bahwa pengolahan pengetahuan yang telah dilakukan di PT Telkom Indonesia tidak hanya dengan menggunakan sistem informasi teknologi atau *online* melalui Portal perusahaan dan *E-learning*, namun juga melalui berbagi pengetahuan secara *offline*. Witel bogor memberikan dorongan kepada karyawan agar dapat melakukan kegiatan dalam berbagi pengetahuan secara efektif yaitu dengan pengaksesan website portal *online*, dalam website tersebut terdapat fitur *news, link, product, FAQ (Forum Ask Question), helpdesk, KA301, greetings*. Selain itu aplikasi sistem informasi ini dapat memudahkan para karyawan untuk mengirim atau menerima *e-mail*. Informasi lain yang dapat diperoleh oleh karyawan meliputi gaji dan Sasaran Kerja Individu (SKI). Pada WEB tersebut karyawan dapat membuat Surat Perintah Perjalanan Dinas (SPPD), cuti, *training*, info rekan, dan lain-lain.

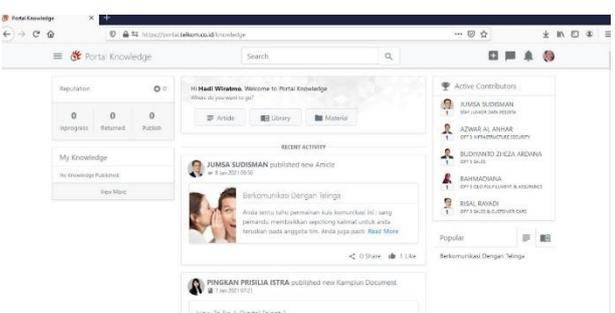
Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan Manajer HRD Witel Bogor, PT Telekomunikasi Indonesia memiliki beraneka ragam sistem informasi yang sudah digunakan pada dasarnya pengaksesan portal hanya dapat diakses oleh *internal* karyawan dengan menggunakan nomor induk karyawan sebagai user ID. Seiring berjalannya waktu teknologi informasi yang semakin maju seringkali karyawan mengalami kesulitan dalam pengaksesan portal tersebut seperti kecanggungan dengan sistem teknologi baru yang mengalami *system error* yang membuat pengaksesan portal menjadi terhambat, koneksi kurang stabil yang mengakibatkan *system down*. permasalahan ini bisa

dapat terjadi karena kurangnya pengolahan perusahaan terhadap *website* tersebut. Hal ini bisa mengakibatkan produktivitas karyawan terhambat. Perusahaan memiliki peraturan mengenai *knowledge sharing* dengan mewajibkan pegawai melakukan upload pengetahuan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi penilaian kompetensi pegawai yaitu dengan upload *knowledge* minimal sekali dalam jangka waktu satu tahun.

Semakin karyawan aktif dalam melakukan upload dokumen pada portal maka karyawan tersebut akan berpeluang mendapatkan reward dari perusahaan. Selain itu portal perusahaan dapat memberikan sarana bagi setiap para karyawan untuk meningkatkan wawasan serta pengetahuan dengan cara mengupload atau mengunduh *knowledge* tersebut melalui sistem, dengan ini perusahaan berharap cara seperti ini dapat menjadi solusi atas berbagai macam permasalahan pekerjaan yang akhirnya dapat mendorong pertumbuhan produktivitas dan kualitas pekerjaan pada perusahaan. Menurut manajer HRD Witel Bogor dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan sistem informasi portal dalam memberikan produktivitas terhadap karyawan masih cukup kurang efektif. oleh sebab itu perusahaan berharap dapat meningkatkan sistem informasi portal apabila diperlukan.

Berikut adalah beberapa tampilan aplikasi sistem informasi yang dijalankan oleh PT Telekomunikasi Indonesia:

Tabel 1.1 Sistem Informasi Portal

NO	Sistem Informasi	Tampilan
1.	Tampilan <i>Home page</i> dari Portal Telkom dan langsung melakukan <i>Log In</i> pada website tersebut.	
2.	Tampilan Website saat sudah melakukan <i>Log in</i> . Terdapat beberapa fitur yang tersedia.	
3	Isi tampilan Portal Telkom dalam membagikan Informasi kepada sesama Karyawan.	

Sumber: PT Telkom Indonesia (2020)

Perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bogor berupaya untuk tetap memenuhi kebutuhan karyawannya dalam hal berbagi dan memperoleh sebuah pengetahuan untuk mendorong agar karyawan dapat memberikan ide dan gagasan kepada perusahaan. Dalam pelaksanaan *knowledge sharing* dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan. PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bogor melakukan kegiatan rutin dalam berbagi pengetahuan secara *offline* atau melalui tatap muka yang dilaksanakan yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2 Kegiatan *Knowledge Sharing* di PT. Telekomunikasi Witel Bogor

Jenis Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
<i>Sharing Session</i>	1 Minggu sekali
<i>Business Review</i>	Sebulan Sekali

Sumber: Manager HRD PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Bogor (2020)

Dari Tabel 1.2 diatas berdasarkan data dari PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bogor disebutkan kegiatan *knowledge sharing* pada perusahaan antara lain yaitu *sharing session* atau biasa disebut Ngawangkong oleh para karyawan Witel Bogor kegiatan ini dilakukan satu minggu sekali yang menggabungkan seluruh unit. Untuk mengevaluasi hasil kinerja para karyawan. Selain itu Witel Bogor melakukan kegiatan *business review* setiap satu bulan sekali dengan General manager agar komunikasi antara karyawan dengan pemimpin dapat terjalin dengan sangat baik. dari data tersebut diketahui bahwa kegiatan yang selalu rutin dilaksanakan setiap satu minggu yaitu *sharing session* namun untuk kegiatan *business review* dilakukan hanya satu bulan sekali dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan saja jadi tidak menentu. Salah satu tujuan perusahaan melakukan kegiatan ini adalah untuk melakukan pendekatan secara personal antara karyawan senior dan junior maupun separtar. Pada hakikatnya perselisihan antar generasi dalam suatu perusahaan adalah hal yang umum namun yang terpenting adalah bagaimana perusahaan merespon hal tersebut agar tidak menjadi kendala namun menjadi kekuatan. Dapat disimpulkan bahwa penerapan *knowledge sharing* yang efektif antar karyawan sangat dibutuhkan, sehingga informasi yang berkembang dari dalam serta luar lingkungan dapat disebar luaskan secara merata ke seluruh bagian dan tingkatan perusahaan menurut pernyataan Tobing (2011).

Setiap karyawan dinilai harus dapat bertanggung jawab atas semua kinerjanya. PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bogor memberikan penilaian kinerja karyawan pada setiap akhir tahun berdasarkan Sasaran Kerja Individu (SKI) yang telah ditentukan dan berdasarkan keputusan antara karyawan dengan

atasan. penilaian kinerja pada seluruh unit kerja yang dikelola dan diproses oleh PT Telekomunikasi Witel Bogor. Penilaian ini memiliki 5 kategori yaitu P1 (istimewa), P2 (baik sekali), P3 (baik), P4 (kurang) dan P5 (kurang sekali).

Berdasarkan data yang diperoleh dari PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bogor. penilaian kinerja karyawan dapat disajikan dalam tabel 1.3 berikut ini :

Tabel 1.3 Rekapitulasi Penilaian Kinerja Karyawan PT Telekomunikasi Witel Bogor

Nilai SKI	Range	Keterangan	2017	2018	2019
P1	$\geq 110\%$	Istimewa	0%	0%	0%
P2	103% s.d 110%	Baik Sekali	36,2%	50%	43,5%
P3	96% s.d 103%	Baik	63,8%	47%	53,5%
P4	90% s.d 96%	Kurang	0%	3%	3%
P5	$\leq 90\%$	Kurang Sekali	0%	0%	0%
Total			100%	100%	100%

Sumber : Data Internal Perusahaan (2020)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari tahun 2017 sampai 2019 belum ada karyawan yang memiliki kinerja pada predikat istimewa, kemudian pada tahun 2017 pencapaian hasil kinerja dengan kategori baik sekali (P2) sebesar 36,2% dan mengalami kenaikan pada tahun 2018 sebesar 50% kemudian mengalami penurunan pada tahun 2019 sebesar 43,5%. Pada predikat baik (P3) tahun 2017 sebesar 63,8% akan tetapi mengalami penurunan pada tahun 2018 sebesar 47% dan kembali mengalami kenaikan pada tahun 2019 sebesar 53,5%. Kemudian pada predikat kurang (P4) sebanyak 0% mengalami kenaikan pada tahun 2018 dan 2019 menjadi 3%. Dari data diatas menunjukkan bahwa kinerja karyawan PT Telekomunikasi Witel Bogor dari tahun 2017-2019 mengalami fluktuatif dan cenderung menurun pada tahun 2019 serta menunjukkan bahwa adanya penurunan pada kinerja karyawan. Penilaian kinerja dapat memberikan dorongan motivasi apabila evaluasi tersebut dapat meyakinkan pegawai bahwa penilaian kinerja yang dilakukan bagian dari apa yang diharapkan dalam peningkatan karier mereka (Sinambela, 2016).

Kinerja karyawan bukan hanya tentang informasi dalam mempromosikan perusahaan atau penentuan gaji, namun bagaimana cara suatu perusahaan

memotivasi para karyawan dalam mengembangkan rencana untuk mengatasi penurunan kinerja karyawannya (Rindorindo *et al*, 2019). Dalam upaya peningkatan kinerja karyawan, perusahaan harus bisa menganalisis faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kinerja. Asegaff (2015) menyatakan bahwa kemampuan dalam melakukan inovasi dapat diwujudkan dengan mencoba ide-ide baru serta inovasi produk yang dinilai dapat meningkatkan kinerja. Faktor lainnya yang juga dapat mempengaruhi kinerja adalah *knowledge sharing*. Pernyataan tersebut seiring dengan pendapat Wening (2016) yang menyatakan bahwa meningkatnya aktivitas *knowledge sharing* akan berpengaruh pada meningkatnya kinerja individu. Penerapan *knowledge sharing* pada suatu organisasi dinilai berdampak terhadap kinerja karyawan didalam organisasi tersebut. Dimana menurut Wibowo (2007) menyatakan bahwa kinerja memiliki makna yang cukup luas bukan hanya sebatas hasil kerja melainkan bagaimana proses kerja yang berlangsung. Dengan demikian kinerja merupakan proses melakukan pekerjaan dan bagaimana hasil yang akan dicapai dari pekerjaan tersebut. Selain itu menurut Nawawi (2012) kinerja karyawan dipengaruhi oleh berbagai faktor, faktor yang dominan adalah *knowledge management* yaitu sebuah faktor penting penggerak dalam mengoptimalkan kinerja karyawan.

Dalam manajemen pengetahuan terdapat tiga proses utama yaitu akuisisi, *knowledge sharing*, dan utilisasi pengetahuan. Besarnya peran *knowledge sharing* bagi karyawan pada perusahaan, kinerja karyawan pun akan dengan sendirinya meningkat, seiring dengan semakin banyaknya pengetahuan baru yang dimiliki karyawan tersebut, sehingga pada saat menyelesaikan pekerjaannya akan menjadi lebih mudah dan lebih efektif dibandingkan sebelumnya (Kuzu & Ozilhan, 2014). Semakin karyawan meningkatkan kualitas produk melalui teknologi yang baru, maka kinerja perusahaan akan semakin meningkat Azadehdel (2013). Dari pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa *knowledge sharing* merupakan bagian dari manajemen pengetahuan, sehingga dapat dikatakan memberikan pengaruh terhadap kinerja karyawan.

Berdasarkan faktor-faktor yang sudah dijelaskan, Adapun faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan yaitu kemampuan potensi (IQ) dan

kemampuan pengetahuan keahlian Mangkunegara (2017:67). Oleh karena itu perusahaan harus bisa memperhatikan karyawan dalam membagikan dan mendapat informasi dari luar maupun dalam perusahaan. Jika kinerja karyawan berjalan dengan baik dan dianggap telah mencapai tujuan perusahaan maka dapat dikatakan bahwa kinerja berpengaruh positif. Adanya *knowledge sharing* pada perusahaan diharapkan untuk para karyawan dapat mencapai hasil kerja sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Jika pelaksanaan *knowledge sharing* berjalan dengan lancar dan efektif maka mampu mendorong karyawan dalam berbagi pengetahuan yang dimiliki kepada individu maupun kelompok organisasi dan dinilai berpengaruh dalam meningkatkan kinerja karyawan dengan sangat baik menurut pendapat Saputro (2018).

Pada penelitian ini untuk mengetahui fenomena *knowledge sharing* yang ada pada PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Bogor, penulis menyebarkan beberapa kuesioner *preliminary study* kepada 30 karyawan PT. Telekomunikasi Witel Bogor secara acak berdasarkan teori Alhady *et, al* (2011). Hasil dari kuesioner *preliminary study* yaitu seperti di bawah ini:

Tabel 1.4 Preliminary Study penerapan Knowledge Sharing

No	Pertanyaan	Total Score	Persentase.
1	Saya berbagi pengetahuan dengan rekan kerja	109	69,5%
2	Saya berbagi informasi baru dengan rekan kerja dan menyalurkan hal tersebut pada rekan kerja dalam satu organisasi	100	65%
3	Saya aktif mengajak rekan kerja saya untuk berdiskusi mengenai masalah pekerjaan yang saya kurang mengerti	111	70,5%
4	Saya berbagi ide / gagasan dengan rekan kerja ketika saya bertanya kepada mereka	102	66%
5	Memperoleh pengetahuan dari rekan kerja baik secara langsung ataupun melalui portal web yang telah disediakan oleh perusahaan	106	68%
Total		528	67,8%

Sumber: Data olahan peneliti (2021)

Hasil *preliminary study* pada Tabel 1.4 menjelaskan bahwa penulis melakukan pengumpulan data terkait dengan *knowledge sharing* dalam hal melihat bagaimana yang dirasakan oleh karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Bogor yaitu masih pada kategori cukup yaitu 67,8%, sehingga dapat dikatakan masih belum optimal.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan, penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh *knowledge sharing* terhadap kinerja karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Bogor dengan judul penelitian **“Pengaruh Knowledge Sharing Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Bogor”**.

1.3 Rumusan Masalah

Knowledge sharing merupakan kegiatan seseorang dalam memperoleh dan berbagi pengetahuan dengan orang lain. Penerapan *knowledge sharing* seiring dan sejalan dengan proses kinerja di perusahaan. Semakin efektif penerapan *knowledge sharing* dinilai dapat meningkatkan inovasi proses dan kualitas produk melalui penggunaan teknologi yang baru, maka kinerja perusahaan akan semakin meningkat.

PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bogor merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan telekomunikasi. Hasil dari data dan wawancara kepada Manajer HRD PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bogor adalah adanya kesenjangan komunikasi antara karyawan senior dan junior, berbagi dan memperoleh informasi terhadap rekan kerja antara karyawan dan pemimpin, kecanggungan teknologi, hasil peserta kinerja karyawan pada tahun 2017-2018 cenderung mengalami penurunan. Hasil penyebaran *preliminary study* dari *knowledge sharing* ini menunjukkan bahwa faktor kualitas dalam membagi pengetahuan kepada rekan karyawan dinilai belum optimal. Hal ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang terdapat pengaruh positif antara *Knowledge sharing* dan kinerja karyawan, maka peneliti mengidentifikasi bagaimana pengaruh *knowledge sharing* terhadap kinerja karyawan PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bogor. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan oleh penulis, Maka pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan *knowledge sharing* PT Telekomunikasi Witel Bogor?
2. Bagaimana kinerja karyawan PT Telekomunikasi Witel Bogor?
3. Bagaimana pengaruh *knowledge sharing* terhadap kinerja karyawan PT Telekomunikasi Witel Bogor?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan pada rumusan masalah, terbentuklah tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan *knowledge sharing* pada PT Telekomunikasi Witel Bogor
2. Untuk mengetahui kinerja karyawan PT Telekomunikasi Witel Bogor
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *knowledge sharing* terhadap kinerja karyawan PT Telekomunikasi Witel Bogor

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan memperkaya dan melengkapi khazanah keilmuan di bidang SDM khususnya yang berkaitan dengan *knowledge sharing* yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Dan disamping itu, beberapa temuan yang terungkap didalam penelitian ini juga dapat dijadikan sebuah rujukan bagi penelitian berikutnya.

1.5.2 Aspek Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharap dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi perusahaan dalam mengelola sumber daya manusia, khususnya dalam penerapan *knowledge sharing* yang lebih baik. Pengolahan ini memiliki tujuan agar sumber daya manusia dapat berkontribusi secara baik bagi perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berikut adalah sistematika penulisan tugas akhir untuk mempermudah pembaca dalam memahami isi yang terdapat pada penelitian ini, yaitu

a. BAB I PENDAHULUAN

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

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang teori penelitian yang mendukung solusi permasalahan, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang meliputi jenis penelitian yang dilakukan yaitu variabel, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini pembahasan mengenai hasil penelitian berdasarkan perumusan masalah, pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian. Pada bab ini terbagi menjadi dua bagian yaitu mengenai hasil dari penelitian dan pembahasan mengenai hasil penelitian.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan pembahasan penelitian dan saran yang dikemukakan penulis untuk memperbaiki masalah dan pemecahan masalah.