

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Umum Perusahaan

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

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

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

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

- 1) Divisi Regional I : Sumatera,
- 2) Divisi Regional II : Jakarta dan sekitarnya,
- 3) Divisi Regional III : Jawa Barat,
- 4) Divisi Regional IV : Jawa Tengah dan Yogyakarta,
- 5) Divisi Regional V : Jawa Timur,
- 6) Divisi Regional VI : Kalimantan, dan

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

1.1.2 Profil PT.Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung

PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung dalam peta bisnis layanan jasa telekomunikasi telah menyebar luas di wilayah Bandung dan sekitarnya, Bandung Barat, Bandung Timur, Sumedang, Subang, dan Lembang.

Sejarah dimulai ketika masih bernama DTEL VIII Bandung pada masa Telkom masih berstatus Perusahaan Negara, selanjutnya berganti sebutan menjadi WITEL V Jawa Barat saat status Telkom sebagai Perusahaan Umum (PERUM), dan ketika Telkom mulai akan “Go Public” sebagai Public Corporation, Telkom telah menyandang predikat sebagai perusahaan terbuka Perseroan Terbatas (PT), maka sebutan WITEL V berubah menjadi Divisi Regional III (Divre III) untuk wilayah Jawa Barat dan Banten. Saat ini Divre (III) membawahi 6 bidang kegiatan, yaitu Bidang Pelayanan dan Pemasaran (YANMAS), Bidang Perencanaan Bisnis (BANGNIS), Bidang Performansi, Bidang Keuangan (BIDKUG), Bidang SDM, dan Bidang Umum.

1.1.3 Visi dan Misi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Seiring dengan perkembangan teknologi digital dan transformasi perusahaan, Telkom memiliki visi dan misi baru yang diberlakukan sejak 2016, yaitu:

- a. Visi

“Be the King of Digital in the Region”

- b. Misi

“Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization”

1.1.4 Filosofi Logo PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk



Gambar 1.1 Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

Sumber: www.telkom.co.id 2017

Berikut merupakan uraian dari makna logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk :

- a. *Expertise* : Makna dari lingkaran sebagai simbol dari kelengkapan produk dan layanan dalam portofolio bisnis baru telkom yaitu TIME (*Telecommunication, Information, Media, & Edutainment*).
- b. *Empowering* : Makna dari tangan yang meraih ke luar. Simbol ini mencerminkan pertumbuhan dan ekspansi ke luar.
- c. *Assured* : Makna dari jemari tangan. Simbol ini memaknai sebuah kecermatan, perhatian, serta kepercayaan dan hubungan erat.
- d. *Progressive* : Kombinasi tangan dan lingkaran. Simbol dari matahari terbit yang maknanya adalah perubahan dan awal yang baru.
- e. *Heart* : Simbol dari telapak tangan yang mencerminkan kehidupan untuk menggapai masa depan.

Selain simbol, warna-warna yang digunakan adalah :

- f. Merah : Berani, Cinta, Energi, Ulet. Mencerminkan spirit Telkom untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dalam perusahaan.
- g. Putih : Suci, Damai, Cahaya, Bersatu. Mencerminkan spirit Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.
- h. Hitam : Warna Dasar, melambangkan kemauan keras.
- i. Abu-abu : Warna Transisi, melambangkan teknologi.

1.1.5 Produk PT Telekomunikasi Indonesia Tbk

Telkom sebagai penyedia jasa telekomunikasi terbesar di Indonesia memiliki keunggulan dari sisi infrastruktur. Saat ini TelkomGroup mengelola 6 produk portofolio yang melayani empat segmen konsumen, yaitu korporat, perumahan, perorangan dan segmen konsumen lainnya. Berikut penjelasan portofolio bisnis TelkomGroup :

a. Mobile

Portofolio ini menawarkan produk *mobile voice*, *SMS* dan *value added service*, serta *mobile broadband*. Produk tersebut ditawarkan melalui anak perusahaan seperti: Telkomsel, dengan merk Kartu Halo untuk pasca bayar dan simPATI, Kartu As dan Loop untuk pra bayar.

b. Fixed

Portofolio ini memberikan layanan *fixed service*, meliputi *fixed voice*, *fixed broadband*, termasuk Wi-Fi dan *emerging wireless technology* lainnya, dengan brand IndiHome.

c. Wholesale & International

Produk yang ditawarkan antara lain layanan interkoneksi, *network service*, Wi-Fi, VAS, hubbing data center dan content platform, data dan internet, dan solution.

d. Network Infrastructure

Produk yang ditawarkan meliputi *network service*, satelit, infrastruktur dan tower.

e. Enterprise Digital

Terdiri dari layanan *information and communication technology platform service* dan *smart enabler platform service*.

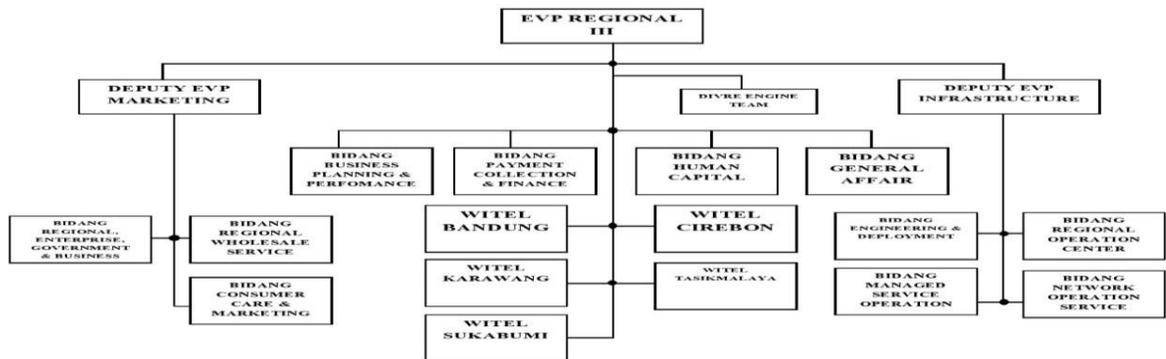
f. Consumer Digital

Terdiri dari media dan *edutainment service*, seperti *e-commerce* (blanja.com), TV dan *mobile based digital service*. Selain itu, kami juga menawarkan *digital life service* seperti *Langit Musik* dan *VideoMax*, *digital payment* seperti *TCASH*, *digital advertising and analytics* seperti *bisnis digital advertising* dan solusi *mobile banking* serta *enterprise digital service* yang menawarkan layanan *Internet of Things (IoT)*.

1.1.6 Struktur Organisasi Perusahaan

a. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi PT. Telekomunikasi Indonesia Regional III yang bisa dilihat pada Gambar 1.2 di bawah ini:

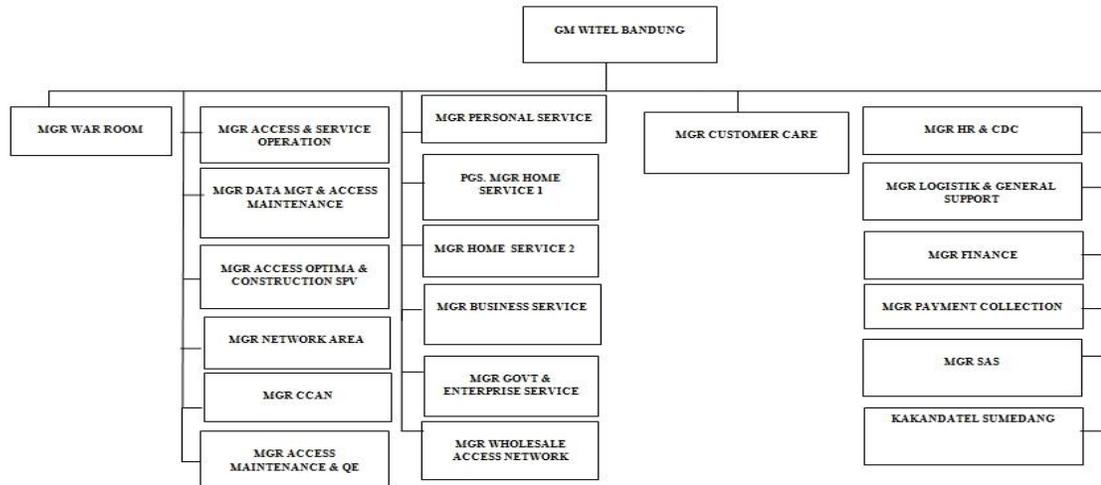


EVP : *Executif Vice Presiden*

Gambar 1.2 Struktur Organisasi Telkom Regional III

Sumber : www.telkom.co.id

Struktur Organisasi PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung mempunyai struktur organisasi yang bisa dilihat pada Gambar 1.3 di bawah ini:



Gambar 1. 3 Struktur Organisasi PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk Regional WITEL Bandung

Sumber: Dokumen dari HR WITEL Bandung

b. Pembagian tugas dan tanggung jawab

Perusahaan yang baik mempunyai pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas antar karyawannya. Dapat dilihat dari struktur organisasi PT. Telkom Regional III pada gambar 1.2 dan struktur organisasi Telkom Witel Bandung pada gambar 1.3 berikut merupakan uraian pembagian tugas dan tanggung jawab:

1) Pembagian tugas dan tanggung jawab Telkom Regional III

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

a) Bidang *consumer care* dan marketing bertanggung jawab terhadap pemasaran seluruh produk telkom dan pelayanan *after service*. Pelayanan tersebut terdapat di berbagai tempat seperti di Plasa Telkom, call centre 147, dan website telkom.co.id serta layanan sosial media.

- b) Bidang *regional, enterprise, government and business* bertanggung jawab memberikan layanan telekomunikasi kepada pelanggan entrepreneurship seperti: pengusaha-pengusaha, perusahaan besar, perbankan, dan juga pemerintahan.
- c) Bidang *regional wholesale* bertanggung jawab dalam pemasaran jaringan longdistance dan pelayanan kepada operator line.
Deputy Infrastruktur bertanggung jawab pada pembangunan jaringan fiber optic maupun pemeliharaan jaringan yang lama.
Deputy Infrastruktur dibantu oleh: Bidang regional operation center (ROC), bidang engineering and deployment, bidang managed service operation, dan bidang regional network operation service.
- d) Bidang *regional operation center* bertanggung jawab dalam mengoperasikan, memonitor dan komplain pelanggan dari sisi monitoring sistem informasi.
- e) Bidang *engineering and deployment* bertanggung jawab dalam pembangunan infrastruktur *broadband* baru maupun program penggantian jaringan kabel.
- f) Bidang *managed service operation* bertanggung jawab mengoperasikan telekomunikasi *broadband* disisi pelanggan.
- g) Bidang *regional network operation service* bertanggung jawab terhadap pembangunan dan pemeliharaan jaringan telkomsel dalam mengimplementasikan jaringan *one network* telkomsel.

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

- a) *General Affair*, di pimpin oleh seorang senior maneger General Appair tugasnya adalah bertanggung jawab terhadap proses pengadaan, evaluasi proyek, dan proses pembayaran proyek.
- b) *Human Capital*, di pimpin oleh seorang senior manager *Human Capital* bertanggung jawab mengelola sumber daya manusia yang ada, rekrutasi, dan pemenuhan kebutuhan unit bisnis operasional.
- c) *Payment Collection*, di pimpin oleh senior manager *Payment Collection*. Tugasnya adalah bertanggung jawab dalam mengumpulkan seluruh pembayaran pelanggan telkom, termasuk pembiayaan proyek.

d) *Bussines Planning & Performence*, di pimpin oleh seorang senior manager. Tugasnya adalah bertanggung jawab dalam perencanaan pembangunan, *budget control*, *performence menegement*, *quality service* dan *revenue assurance*.

2) Pembagian tugas dan tanggung jawab Telkom Witel Bandung

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

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

1.2 Latar Belakang

Pada era globalisasi jaman sekarang sebuah organisasi bisnis dituntut untuk saling berkompetitif satu dengan yang lainnya, dan setiap organisasi bisnis perlu memastikan bahwa keunggulan kompetitif yang mereka dapatkan bisa bertahan lama. Faktor yang mempengaruhi dalam menentukan keberhasilan dan kegagalan suatu organisasi bisnis adalah faktor sumber daya manusia. Menurut Sunyoto (2012:1) sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang penting dalam suatu organisasi atau perusahaan, disamping faktor lain seperti aktiva dan modal. Maka dari itu sumber daya manusia dalam suatu perusahaan harus dikelola dengan baik. Sumber daya manusia dalam suatu perusahaan adalah karyawan yang merupakan faktor utama penggerak tercapainya tujuan perusahaan. Oleh sebab itu perusahaan harus mengelola kinerja karyawan dengan baik.

Menurut Amstrong & Baron dalam Fahmi (2013:2) kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi ekonomi. Untuk mengetahui kinerja karyawan dalam suatu perusahaan maka perlu dilakukan penilaian kinerja (*performance appraisals*). Menurut Bacal dalam Wibowo (2016:187) penilaian kinerja adalah proses dimana kinerja individual diukur dan dievaluasi. Penilaian kinerja menjawab pertanyaan, seberapa baik

pekerja berkinerja selama periode waktu tertentu. Apabila kinerja dikelola dengan baik maka akan menghasilkan kinerja karyawan yang baik pula. Adapun data penilaian kinerja karyawan PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Penilaian Kinerja Karyawan PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung
Periode 2014 – 2016

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

Sumber: Manager HRD PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung

Dari Tabel 1.1 dijelaskan kinerja karyawan di PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung dari tahun 2014 sampai tahun 2016. Pada nilai SKI P1 dengan range $\geq 110\%$ dengan predikat istimewa dari tahun 2014 hingga 2016 adalah 0%. Pada nilai SKI P2 dengan range 103% s.d 110% dengan predikat baik sekali pada tahun 2014 sebesar 38.6%, pada tahun 2015 sebesar 45.7% dan pada tahun 2016 sebesar 57.1%. Pada nilai SKI P3 dengan range 96% s.d 103% dengan predikat baik pada tahun 2014 sebesar 61.4%, pada tahun 2015 sebesar 50% dan pada tahun 2016 sebesar 38.6%. Pada nilai SKI P4 dengan range 90% s.d 96% dengan predikat kurang pada tahun 2014 sebesar 0%, pada tahun 2015 sebesar 4.3% dan pada tahun 2016 sebesar 4.3%. Pada nilai SKI P5 dengan range $\leq 90\%$ dan predikat kurang sekali pada tahun 2014 hingga 2016 sebesar 0%.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari tahun 2014 sampai 2016 belum ada karyawan yang memiliki kinerja pada predikat istimewa, kemudian pada tahun 2014 pencapain hasil kinerja dengan kategori baik sekali sebesar 38.6% dan mengalami kenaikan pada tahun 2015 sebesar 45.7% kemudian mengalami kenaikan pada tahun 2016 sebesar 57.1%. Pada predikat baik tahun 2014 sebesar 61.4% akan tetapi mengalami penurunan pada tahun 2015 sebesar 50% dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2016 sebesar 38.6%. Kemudian pada predikat kurang tahun 2014 sebesar 0% namun

mengalami kenaikan pada tahun 2015 dan 2016 menjadi 4.3%. Jadi dapat di lihat bahwa terjadi fluktuasi pencapaian hasil kinerja karyawan dari tahun 2014 sampai tahun 2016.

Menurut Nawawi (2012:191) kinerja organisasi banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor, faktor yang dominan adalah aset pengetahuan yang merupakan sebuah faktor penting penggerak optimalisasi kinerja karyawan. Oleh karenanya diperlukan pengelolaan pengetahuan agar menghasilkan keluaran yang efektif dan bernilai tambah serta jauh lebih cepat berkembang dari para pesaing yaitu melalui *knowledge management*. Ketika suatu organisasi mengimplementasikan *knowledge management* untuk mendapatkan suatu keunggulan yang efektif dan bernilai kompetitif maka terdapat salah satu faktor penting didalam *knowledge management* yaitu *knowledge sharing*.

Menurut Tiwana dalam Nawawi (2012:61) dalam manajemen pengetahuan terdapat terminologi proses yang bervariasi yang dibagi dalam tiga proses utama yaitu akuisisi, *knowledge sharing*, dan utilisasi pengetahuan. Dari pernyataan tersebut, dapat dilihat bahwa *knowledge sharing* merupakan bagian dari manajemen pengetahuan, sehingga *knowledge sharing* dapat mempengaruhi kinerja organisasi. Berkaitan dengan hal tersebut, menurut Devenport dan prusak dalam Tung (2018:99) *knowledge sharing* merupakan proses penyebaran keahlian dan pengalaman secara sukarela yang dibutuhkan oleh organisasi secara keseluruhan. Karena jika seseorang mempunyai pengetahuan lebih tentang pekerjaannya dan pengetahuan diluar pekerjaannya kemudian pengetahuan tersebut ditransferkan ke pekerja lainnya maka diharapkan hal tersebut dapat memecahkan suatu masalah yang ada di dalam organisasi dan mengoptimalkan serta meningkatkan kinerja karyawan dalam suatu organisasi tersebut.

Menurut Issa & Haddad dalam Raharso dan Tjahjawati (2016:100) *Knowledge sharing* secara langsung memiliki relasi dengan keunggulan kompetitif organisasi karena pengetahuan yang tidak dibagikan maka akan memperlambat perbaikan-perbaikan dalam organisasi Didalam organisasi mengurangi karyawan untuk tidak menyimpan pengetahuan yang mereka miliki merupakan perkara yang tidak mudah, ada karyawan yang berniat untuk membagikan pengetahuan yang mereka miliki namun ada juga karyawan yang tidak ingin membagikan pengetahuan yang mereka miliki kepada rekan kerja lainnya. Disini organisasi bertugas untuk mendorong karyawan agar dapat melakukan aktivitas *knowledge sharing*. PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung

merupakan salah satu perusahaan yang menerapkan aktivitas *knowledge sharing* kepada para karyawannya. Menurut data yang diperoleh dari bagian HRD PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung kegiatan *knowledge sharing* karyawan yang rutin dilaksanakan yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. 2

Kegiatan Knowledge Sharing PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung

Jenis Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
Manajemen Review	Setiap 1 minggu sekali
<i>Sharing Session</i>	Sebulan Sekali (Sesuai Kebutuhan)

Sumber: HRD PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung

Dari tabel 1.2 di atas disebutkan kegiatan *knowledge sharing* pada perusahaan antara lain yaitu manajemen *review* dan *sharing session*, dari data tersebut bahwa kegiatan yang selalu rutin dilaksanakan yaitu manajemen *review* namun untuk kegiatan *sharing session* dilakukan sesuai dengan kebutuhan perusahaan saja jadi tidak menentu.

Selanjutnya Ardichvili et al, dalam Raharso dan Tjahjawati (2016:126) menyatakan bahwa proses *knowledge sharing* terdiri dari aktivitas “*supply dan demand*” terhadap pengetahuan baru. Itu artinya ada individu yang membutuhkan pengetahuan baru semisal untuk membantu seorang individu dalam menyelesaikan masalah pekerjaan tertentu yang ada dalam organisasi dan adapula individu yang menawarkan pengetahuan yang mereka miliki ke rekan kerja lain. Untuk mengetahui bagaimana penerapan *knowledge sharing* pada PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung peneliti melakukan suatu penelitian kecil yaitu melalui *Pilot Study* Kuesioner yang di sebarakan kepada 10 karyawan secara acak pada beberapa unit di PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung. Pilot study ini berisikan pernyataan – pernyataan mengenai perilaku *knowledge sharing* yang diambil dari teori Van den Hoof & De Ridder dalam Hidayatunnisa (2014:24) yaitu *knowledge donating* dan *knowledge collecting*. *Knowledge donating* merujuk pada komunikasi modal intelektual yang dimiliki individu kepada individu lain. *Knowledge collecting* merujuk pada berkonsultasi dengan rekan kerja dalam rangka mendapatkan pengetahuan yang dimiliki oleh rekan tersebut. Pernyataan dalam kuesioner ini memiliki 5 pilihan jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (ST), Cukup Setuju (CS), Tidak Setuju (TS), Sangat

Tidak Setuju (STS). Berikut merupakan hasil dari pilot study yang dilakukan ke 10 karyawan sebelum dilakukannya penyebaran kuesioner:

Tabel 1. 3
Hasil Pilot Study Penerapan *Knowledge Sharing* Pada Karyawan PT
Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung

No	Pernyataan	SS	ST	CS	TS	STS	Presentase Persetujuan
1.	Saya membagi ide/gagasan yang saya miliki kepada rekan kerja saya	20%	80%	0%	0%	0%	100%
2.	Saya membagi pengetahuan dengan rekan kerja saya baik satu organisasi maupun dari organisasi lain	10%	90%	0%	0%	0%	100%
3.	Ketika saya mempelajari suatu hal yang baru, saya membagi dan menyalurkan hal tersebut pada rekan kerja dalam satu organisasi	10%	90%	0%	0%	0%	100%
4.	Ketika saya mempelajari sesuatu yang baru, saya membagi dan menyalurkan hal tersebut pada rekan kerja dari organisasi lain	30%	60%	0%	10%	0%	90%

No.	Pernyataan	SS	ST	CS	TS	STS	Presentase Persetujuan
5.	Saya membagikan pengetahuan yang saya miliki kepada rekan kerja saya baik secara langsung ataupun mengupload kedalam portal web yang telah disediakan oleh perusahaan	20%	80%	0%	0%	0%	100%
6.	Rekan kerja dalam satu organisasi membagi pengetahuan yang mereka miliki, ketika saya bertanya kepada mereka	10%	90%	0%	0%	0%	100%
7.	Rekan kerja dari organisasi lain membagi pengetahuan yang mereka miliki, ketika saya bertanya kepada mereka	20%	70%	10%	0%	0%	100%
8.	Saya menerima pengetahuan yang dibagikan oleh rekan kerja saya baik secara langsung ataupun melalui portal web yang telah disediakan oleh perusahaan	20%	80%	0%	0%	0%	100%

*Sumber:*Data Olahan Penulis

Dapat dilihat pada tabel 1.3 diatas bawasannya sebagian besar responden setuju dengan pernyataan tersebut. Namun dalam hal mempelajari suatu hal yang baru dan membagikannya dengan rekan kerja dari organisasi lain, terdapat 10% responden berpendapat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini berarti masih ada karyawan

yang tidak ingin untuk membagi pengetahuan yang mereka punya kepada rekan kerja dari organisasi lain.

Pada penelitian terdahulu menyatakan bahwa *knowledge sharing* berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Menurut Memah *et.al* (2013) dalam penelitiannya Pengaruh *Knowledge Sharing* Terhadap Kinerja Karyawan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sulawesi Utara menjelaskan bahwa *Knowledge Sharing* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sulawesi Utara. Penelitian pada Perusahaan Manufaktur di Yordania oleh Obeidat *et.al* (2017) dengan judul *The Effect of Intellectual Capital on Organizational Performance: The Mediating Role of Knowledge Sharing* menjelaskan bahwa *knowledge sharing* berpengaruh secara positif terhadap kinerja karyawan.

Dari beberapa penelitian bahwa *knowledge sharing* berpengaruh terhadap kinerja karyawan, namun hal tersebut belum tentu terjadi di PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung, karena di lihat pada hasil pilot study yang telah dilakukan pada 10 responden dengan hasil 10% karyawan menjawab tidak setuju yang mengindikasikan bahwa 10 karyawan kurang menerapkan *knowledge sharing* dalam melaksanakan pekerjaannya.

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan maka peneliti tertarik untuk meneliti topik *knowledge sharing* dikaitkan dengan kinerja karyawan. Dengan judul penelitian ini adalah **”Pengaruh *Knowledge Sharing* Terhadap Kinerja Karyawan di PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung”**, dalam hal ini secara khusus di Kantor Wilayah Usaha Telekomunikasi Indonesia di Jl.Lembong No.11, Bandung, Jawa Barat.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana pelaksanaan *knowledge sharing* di PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung ?
- 2) Bagaimana kinerja karyawan di PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung ?
- 3) Seberapa besar pengaruh *knowledge sharing* terhadap kinerja karyawan secara parsial di PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung ?
- 4) Seberapa besar pengaruh *knowledge sharing* terhadap kinerja karyawan secara simultan di PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan *knowledge sharing* di PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung.
- 2) Untuk mengetahui bagaimana kinerja karyawan di PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung.
- 3) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *knowledge sharing* terhadap kinerja karyawan secara parsial di PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung.
- 4) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *knowledge sharing* terhadap kinerja karyawan secara simultan di PT Telekomunikasi Indonesia Witel Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan dapat 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 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu bahan masukan bagi perusahaan, terutama untuk mengembangkan penerapan *knowledge sharing* bagi kinerja perusahaan yang lebih baik.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama tiga bulan yaitu dari bulan November 2017 sampai Januari 2018

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memberikan arah serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan skripsi ini maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, waktu dan periode penelitian serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini mengemukakan landasan teori yang relevan dengan topik pembahasan, yang dijadikan landasan dalam pembahasan dan analisis dalam penelitian. Didalamnya juga memaparkan tentang penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis awal yang dibuat peneliti dalam hipotesis ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan metode penelitian yang digunakan. Cakupan pada bab ini meliputi jenis penelitian, jenis data, operasionalisasi variabel dan skala pengukuran, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang pengumpulan data, karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian meliputi pengolahan data, deskripsi data, dan analisis data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini mengemukakan kesimpulan hasil analisis data dalam kaitannya dengan jawaban terhadap pertanyaan penelitian dan saran-saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan dan pengembangan pengetahuan bagi penelitian selanjutnya.