

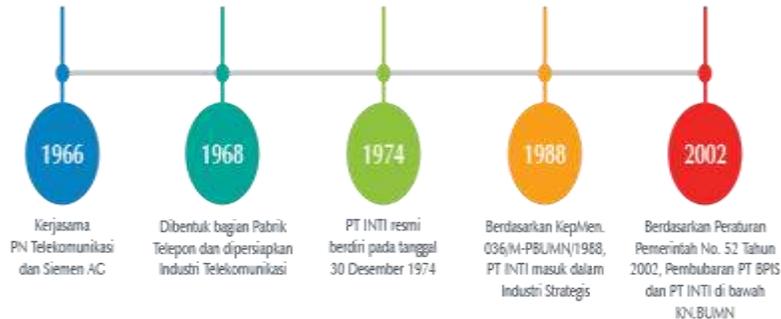
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum PT INTI Bandung

#### 1.1.1 Sejarah dan Perkembangan

Berikut ini merupakan gambar mengenai terbentuk dan perkembangan dari PT INTI Bandung sejak tahun 1966-2002 :



**Gambar 1.1 Sejarah PT INTI Bandung**

*Sumber: Website PT Inti Bandung*

Berdiri dari kerja sama PN Telekomunikasi dan Siemen AG tahun 1966. Kerja berlanjut pada pembentukan Pabrik Telepon dan Telegraf (PTT) sebagai Bagian dari LPP Postel tahun 1968. Pada tahun 1974, bagian ini dipisahkan dari LPP Postel menjadi sebuah Perseroan Terbatas yang berada di bawah naungan Direktorat Jenderal Pos dan Telekomunikasi. Pendirian Perusahaan ini didasarkan pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No: 34 tahun 1974 tanggal 23 September 1974 tentang Penyetoran Modal Negara Republik Indonesia untuk Pendirian Perusahaan Perseroan (Persero) 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. Anggaran Dasar Perusahaan dibuat oleh Akta Notaris Pengganti Warda Sungkar Alurmei, S.H., Nomor 322 tanggal 30 Desember 1974 dan telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia Nomor: Y.A.5/273/10 tanggal 1

Agustus 1975, sebagaimana telah diubah beberapa kali, terakhir dengan Akta Notaris Muhammad Hanafi, S.H., Nomor: 30 tanggal 19 Juli 2012, dan telah mendapat persetujuan berdasarkan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor: AHU-40994.A.H.01.02, Tahun 2012 tanggal 27 Juli 2012.

#### **A. Maksud dan Tujuan Didirikannya Perseroan Serta Kegiatan Usaha**

1. Maksud dan tujuan perseroan adalah melakukan usaha di bidang industri telekomunikasi, elektronika, informatika, kelistrikan/energi serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya perseroan untuk menghasilkan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat untuk mendapatkan/mengejar keuntungan guna meningkatkan nilai perseroan dengan menerapkan prinsip-prinsip perseroan terbatas.

2. Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut di atas, perseroan dapat melaksanakan usaha sebagai berikut:

a. Produksi (Alat/perangkat/suku cadang bidang telekomunikasi, elektronika, informatika, computer, printer, proyektor multimedia, input device, alat penyimpan data, networking product, perangkat sistem informasi navigasi, control, instrumentasi, penginderaan jauh, signaling, meteorology, geofisika, klimatologi, hidrologi, radio cuaca, pembangkit tenaga listrik, energi baru dan terbarukan, perhubungan serta termasuk namun tidak terbatas pada piranti lunaknya).

b. Perdagangan (Menyalurkan dan/atau mendistribusikan dan/atau memasarkan produk-produk tersebut pada huruf a di atas, baik hasil produk sendiri maupun hasil produk pihak lain. Melakukan kegiatan perdagangan lainnya sebagaimana tertuang dalam Anggaran Dasar Perseroan).

c. Jasa (Melakukan seluruh kegiatan jasa/jasa pendukung yang berkaitan dengan bidang usaha produksi dan perdagangan sebagaimana dimaksud huruf a dan b di atas, termasuk namun tidak terbatas pada jasa pemborongan dan/atau pemeliharaan dan lainnya. Melakukan kegiatan jasa lainnya sebagaimana tertuang dalam Anggaran Dasar Perseroan).

3. Selain kegiatan usaha sebagaimana dimaksud angka 2 di atas, perseroan dapat melakukan kegiatan usaha dalam rangka optimalisasi sumber daya yang dimiliki perseroan antara lain dalam bentuk kerjasama dan/atau penyewaan asset, gedung, gudang, ruang perkantoran, bengkel,

properti lainnya serta kerjasama dan/atau penyewaan mesin-mesin, alat ukur dan peralatan produksi lainnya.

### 1.1.2 Struktur Organisasi

Berikut merupakan bagan struktur kepengurusan PT INTI Bandung yang di pimpin oleh Direktur Utama :



Gambar 1.2 Struktur Organisasi

Source : PT INTI Bandung, 2015.

Dibawah ini adalah beberapa bagian yang terdapat dari struktur kepengurusan PT INTI Bandung di atas :

1. **Fungsi Direktur Utama** : Sebagai penanggung jawab utama perusahaan.
2. **Fungsi Direktur Keuangan:** Sebagai unit pelayanan yang diberi amanah untuk mengelola keuangan (manajemen keuangan) mempunyai tugas pokok untuk menyelenggarakan dan mengkoordinasikan pelaksanaan kegiatan pengelolaan anggaran, akuntansi dan pelaporan keuangan, serta perbendaharaan.
3. **Fungsi Direktur Bisnis** : Melakukan perencanaan strategis perusahaan (pengembangan usaha) dalam jangka panjang dan pendek berdasarkan visi, misi, paradigma dan sasaran serta kebijakan strategis yang telah ditetapkan.
4. **Fungsi Komisaris Utama** : Memegang tanggung jawab utama dalam mengawasi suatu perusahaan
5. **Fungsi Komisaris** : Melakukan pengawasan terhadap suatu kegiatan, perusahaan, atau organisasi.

### 1.1.3. Visi dan Misi

1. **Visi** : *Be Smart Digital Devices Provider in The Region.*
2. **Misi:**
  - a. Membangun Sinergi Inovasi Nasional pada Bidang Telekomunikasi bagi peningkatan hidup yang lebih baik.
  - b. Membangun kemandirian sosial di bidang ICT.
  - c. Memaksimalkan nilai perusahaan.
  - d. Berperan sebagai penggerak utama bangkitnya inuwtri dalam Negeri.

#### 1.1.4 Logo Perusahaan

Di bawah ini merupakan logo dari PT INTI Bandung



**Gambar 1.3 Logo PT INTI**

*Source : [www.PTinti.com](http://www.PTinti.com)*

- a. Integrity, konsisten dalam tindakan ataupun ucapan berdasarkan norma-norma, selalu jujur dan terbuka
- b. Network, membangun jaringan kerja network yang luas dan mendaya gunakan kontak bisnis yang luas demi kepentingan organisasi.
- c. Trust, kemampuan untuk bisa saling mempercayai orang lain termasuk kedalam prosedur dan aturan.
- d. Inovative, menciptakan ide baru yang lebih baik dari sebelumnya.

#### 1.1.5 Produk dari PT INTI

PT INTI juga memproduksi perangkat-perangkat hasil pengembangan sendiri seperti Stasiun Bumi Kecil (SBK), High Frequency (HF) Radio, Digital Microwave Radio (DMR), Sistem Telepon Kendaraan Bergerak (STKB), Pesawat Telepon Umum Coin Box dan Pesawat Telepon Umum Swalayan (PTUS). Sejak tahun 1989, produk INTI dikelompokkan menjadi tiga, yaitu:

1. Produk sentral;
2. Produk transmisi; dan

3. Produk terminal atau CPE.

Kerjasama Teknologi yang pernah dilakukan pada periode ini antara lain :

- a. Bidang sentral dengan Siemens AG
- b. Bidang transmisi dengan Japan Radio Company
- c. Bidang CPE dengan Siemens AG, BTM, Tamura, Syapura, dan Tatung TEL.

Dari ketiga kategori produk tersebut, produk yang memberikan kontribusi terbesar dalam penjualan INTI adalah produk sentral

Pada era ini, INTI memiliki reputasi dan prestasi yang signifikan, yaitu:

- a. Menjadi pionir dalam proses digitalisasi sistem dan jaringan telekomunikasi di Indonesia.
- b. Bersama Telkom telah berhasil dalam proyek otomatisasi telepon di seluruh kabupaten dan kecamatan di seluruh wilayah Indonesia.

#### **1.1.6 Jumlah Karyawan**

PT INTI berpusat di Bandung dengan jumlah 695 orang karyawan tetap (pada Maret 2009). PT INTI juga telah berkiprah dalam bisnis telekomunikasi selama 35 tahun. Pelanggan utama PT INTI antara lain adalah empat operator telekomunikasi terbesar di Indonesia diantaranya :

- a. PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom)
- b. PT Indosat Tbk (Indosat)
- c. PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel), dan
- d. PT XL Axiata (XL)

#### **1.1.7 Lokasi**

Jl. Mohammad Toha no.77 Kota Bandung, Jawa Barat

## 1.2 Latar Belakang

Generasi Millennial adalah terminologi generasi yang banyak diperbincangkan oleh banyak kalangan masyarakat saat ini. Millennial dapat diartikan sebagai kelompok (cohort) setelah Generasi X. Peneliti bidang sosial mengkategorikan yaitu generasi yang lahir pada tahun 1980 sampai dengan tahun 2000 sebagai generasi millennial. Jadi dengan kata lain generasi millennial merupakan generasi muda saat ini yang berusia 15 – 34 tahun.

Di Indonesia studi dan kajian tentang generasi millennial belum banyak dilakukan, padahal secara jumlah populasi penduduk Indonesia yang berusia antara 15-34 tahun saat ini sangat besar, 34,45% (Pew Reasrch Center :2011:24). Hornbostel et.al. (2011:19) mengatakan bahwa generasi millineals berada pada lingkungan kontribusi dan talenta yang artinya suatu hal yang dinilai dari perbedaan yang ada dipandang dengan respek yang tinggi. Karakteristik tersebut dijabarkan oleh Hornbostel et.al. (2011:20) dalam tabel berikut :

TABEL 1.1

### KARAKTERISTIK DASAR GENERASI MILLENIAL

<i>Characteristics</i>	<i>Generation Millineals</i>
<i>Based Core Value</i>	<i>Realism, Confidence, extreme, fun, social.</i>
<i>Communication Media</i>	<i>By Internet, Mobile phone, and email.</i>
<i>Attitude toward work-life balance</i>	<i>Want to integrate work and leisure.</i>
<i>Attitude toward risk</i>	<i>Relatively high risk tolerance.</i>
<i>Degree of intelectual curiosity</i>	<i>Want to learn tranferable skills.</i>

*Sumber:* Hornbostel et.al.,(2011:19)

Sedangkan menurut Herber (2011:12) dalam penelitiannya mengenai perbedaan karakteristik kepribadian antara Generasi millennial dengan Generasi X. Hasil temuan Herber mengungkapkan bahwa Generasi millennial dibagi ke dalam dua kategori yaitu : Sikap positif dan Sikap negatif . Sikap positif ini yang terdiri dari percaya diri, sangat bergantung pada tim dalam perusahaan, menyukai inovasi, semangat dan keingintahuan yang tinggi dalam rangka memajukan perusahaan dimana tempat *employee* tersebut bekerja. Hal ini tentunya berhubungan

dengan tuntutan perusahaan tersebut. Sedangkan sikap positif Generasi X yaitu : Skeptis, formal, pragmatis, loyal dan independen dalam rangka memajukan perusahaan tempat *employee* bekerja.

Sementara itu untuk sikap negative tersebut terdiri dari : adanya rasa tidak sabar, tidak mau rugi, banyak menuntut. Generasi ini terbiasa dengan hal-hal serba instan, dan cenderung tidak sabar serta kurang menghargai proses, memiliki stereotipe bahwa bekerja hanya sebagai batu loncatan atau hanya untuk mencari pengalaman dan berpindah ke tempat lain untuk pengembangan karir yang ingin dicapai, sehingga seringkali dipersepsikan tidak setia atau berkomitmen rendah. Sikap negatif ini berhubungan dengan kebutuhan diri *employee*. Sementara sikap negative Generasi X diantaranya : kurang dalam hal pengembangan dan kurang dalam hal kreatifitas yang berhubungan dengan kebutuhan diri *employee*.

Berdasarkan hasil *pra-survey* yang dilakukan di PT INTI Bandung, melalui wawancara dengan salah satu generasi millennial di PT INTI Bandung. Perusahaan memerlukan adanya cara untuk mengelola karyawan agar dapat menciptakan keseimbangan antara kebutuhan pegawai dengan tuntutan perusahaan sehingga dapat menciptakan produktivitas yang tinggi dan saling menguntungkan kedua belah pihak. Perusahaan yang kurang dalam pengelolaan karyawan dengan baik menimbulkan ketidakpuasan dari karyawan dan dapat berdampak pada perpindahan karyawan. *Turnover* adalah proses dimana karyawan meninggalkan atau keluar dari perusahaan serta masuk ke dalam sebuah perusahaan baru. *Turnover* karyawan yang tinggi dapat digunakan sebagai indikasi bahwa adanya masalah di dalam perusahaan namun mempertahankan tingkat perputaran sampai titik nol tidak dapat di terima karena dapat mengindikasikan permasalahan di dalam perusahaan tersebut.

Tingkat *turnover* yang tinggi didominasi oleh generasi millennial memberikan dampak bagi perusahaan. Salah satu dampak yang ditimbulkan pada PT INTI menurut Bapak Kastaman selaku HRD mengatakan bahwa adanya biaya meliputi proses rekrutasi, biaya untuk pelatihan karyawan baru, waktu yang harus diluangkan. Dampak lain yang ditimbulkan yaitu karyawan merasa malas bekerja, kemudian adanya absensi, pelanggaran tata tertib, protes pada atasan yang tinggi dapat merugikan perusahaan tersebut. Hal ini mengganggu efektifitas kerja departemen, mengingat tingkat pencapaian yang diharapkan dapat menjadikan PT INTI sebagai perusahaan teknologi raksasa. Dalam mencapai impian tersebut PT INTI harus unggul di

persaingan antar dunia digital dengan menonjolkan kualitas pelayanan yang peran besarnya dipegang oleh sumber daya manusia. Tingkat *turnover* PT INTI Bandung tahun 2015– 2017 dapat di tunjukan pada table 1.2.

TABEL 1.2.  
TINGKAT TURNOVER KESELURUHAN PEGAWAI PT INTI BANDUNG  
TAHUN 2015-2017

Tahun	Jumlah Karyawan awal tahun	Jumlah Karyawan yang keluar	Jumlah Karyawan Masuk	Jumlah Karyawan akhir tahun	Turnover Rate
2015	552	40	30	542	1,83 %
2016	542	30	20	532	1,86 %
2017	532	20	10	522	2,00 %

*Sumber:* PT. INTI Bandung

Prosentase tingkat *turnover* karyawan pada PT. INTI Bandung dengan menggunakan rumusan LTO (*Labour Turnover*). Rumusan perhitungan untuk mengetahui besarnya *turnover* yakni sebagai berikut :

#### RUMUS TURNOVER INDEKS

$$\textit{Turnover} = \frac{(\text{Karyawan Keluar} - \text{Karyawan diterima})}{1/2 (\text{Karyawan awal} + \text{Karyawan akhir})} \times 100\%$$

Sumber : Melayu Hasibuan ( 2009:52)

#### TURNOVER RATE SELURUH KARYAWAN PT INTI BANDUNG

Mengacu pada perhitungan LTO (*Labour Turn Over*) perentase tingkat turnover karyawan PT INTI Bandung mengalami peningkatan dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Turnover Tahun 2015} &= \frac{(40-30)}{1/2 (552+542)} \times 100\% = 1,83 \\ \text{Turnover Tahun 2016} &= \frac{(30-20)}{1/2 (542+532)} \times 100\% = 1,87 \\ \text{Turnover Tahun 2017} &= \frac{(20-10)}{1/2 (532+522)} \times 100\% = 2,00 \end{aligned}$$

Sebagian karyawan yang berhenti/*resign* adalah karyawan dengan sistem pegawai tetap yang sudah memiliki masa kerja selama 2 tahun. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak HRD diperoleh beberapa alasan karyawan berhenti/*resign* dari perusahaan, yaitu karyawan diterima kerja di perusahaan yang lain, karyawan tidak dapat penghargaan yang diberikan kepadanya, prestasi karyawan yang menurun, dan karir yang dirasakan tidak dapat berkembang. Selain itu, adanya keluhan dari karyawan mengenai hubungan bawahan karyawan dengan pemimpin yang kurang mendukung dalam melakukan pekerjaan.

Berikut di sandingkan jumlah perbandingan karyawan generasi millenials dengan karyawan non generasi millenials pada table 1.3.

TABEL 1.3

JUMLAH KARYAWAN GENERASI MILLINEALS PT INTI BANDUNG TAHUN 2017

<b>Divisi</b>	<b>Karyawan Gen Millineals</b>	<b>Karyawan Non Gen Millenials</b>	<b>Jumlah Karyawan</b>
<b>Finance</b>	104	52	156
<b>Business</b>	244	122	366
<b>Total</b>	348	174	522

*Sumber:* Data Olahan penulis dari PT. INTI Bandung

Berdasarkan *pra-survey* yang dilakukan di PT INTI Bandung melalui wawancara dengan Bapak Kastaman selaku HRD. Dalam menghadapi permasalahan kerja, perusahaan juga harus bisa memberdayakan sumber daya manusia yang ada, supaya menahan tingkat *turnover* yang tinggi salah satunya melalui *employee engagement* di perusahaan. Memahami karakter serta

melakukan *coaching* untuk meningkatkan kualitas dan kinerja karyawan. Dengan cara melakukan metode *coaching* dalam kaitannya mengasah keterampilan yang dimiliki bawahan, kemudian dengan mengasah bawahan, bawahan dapat dilatih agar fokus di satu bidang tertentu. Pemberian jenjang karir serta bina lingkungan dan budaya organisasi yang sesuai dengan karakteristik karyawan. Membangun suasana kerja yang memberikan peluang karyawan untuk bekerja dengan rekan mereka, serta peran pemimpin yang bisa dilakukan dengan *coaching* kepada pekerja generasi Millineals ini. Maka dari itu, *engagement* yang kuat tentunya akan memupuk kualitas sumber daya manusia yang mumpuni serta calon pemimpin baru sebagai ujung tombak penggerak perusahaan di masa yang akan datang.

*Engagement* yang kuat ini menjadi perhatian khusus bagi PT INTI Bandung, terutama dalam penyediaan sumber daya manusia yang memiliki perilaku dapat memberikan *general service* pada *employee*. Maka dari itu perubahan perilaku karyawan ke arah yang lebih baik terus diupayakan. Perubahan perilaku dapat dipengaruhi beberapa hal diantaranya adalah pengetahuan dan keterampilan yang berkualitas. Oleh karena itu dengan pengetahuan dan keterampilan karyawan yang berkualitas dapat mempengaruhi kinerja karyawan.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *employee engagement*. Menurut Amstrong (2012:183) adalah pekerjaan itu sendiri, lingkungan kerja, kepemimpinan, kesempatan untuk pengembangan diri, dan pengakuan pencapaian kerja mempengaruhi dari *employee engagement*. Lockwood dalam Smith & Marwick (2012:29) mengungkapkan *employee engagement* dipengaruhi oleh faktor kepemimpinan, budaya organisasi, kualitas komunikasi dalam organisasi, hubungan kekerabatan, tingkat kepercayaan dan respek terhadap lingkungan kerja, serta adanya organisasi itu sendiri.

Dari sekian banyak faktor-faktor yang mempengaruhi *employee engagement*, pada penelitian ini akan menggunakan faktor kepemimpinan (*leadership*), pengakuan pencapaian kerja (*achievement*), hubungan kekerabatan (*camaraderie*) dan keadilan (*equity*), karena ke 4 faktor diatas sangat sesuai dengan masalah yang ada dalam PT INTI Bandung.

PT INTI Bandung dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini, karena PT INTI yang bergerak dalam bidang teknologi senantiasa terus menerus "melihat ke depan" mengikuti sekaligus pengimplementasian apa yang sedang berkembang di dunia *digital*. Peningkatan kualitas sumber daya manusia maupun teknologi industri *digital* menjadi bagian tak terpisahkan dari pengembangan PT INTI Bandung.

PT INTI Bandung sendiri melakukan kerjasama dengan berbagai pihak dari perusahaan yang berada di luar maupun di dalam yaitu karyawan perusahaan tersebut. Kemudian dilakukan proses seleksi dengan menyeleksi surat lamaran para pelamar, interview awal, untuk mengetahui mana pelamar yang benar-benar ingin bekerja dengan pelamar yang hanya coba-coba. Setelah itu dilakukan berbagai tes yaitu tes psikotes, tes kesehatan, dan wawancara terakhir mengenai kesepakatan serta diterima atau tidaknya para pelamar tersebut.

Namun, dilihat dari karyawan yang telah ditempatkan ada beberapa diantaranya yang kurang memenuhi syarat-syarat dari penerimaan atau rekrutmen karyawan terutama dari segi pendidikan dan pengalaman yang dimilikinya. Hal ini terjadi karena faktor efisiensi dalam proses perekrutan yang membuat ketidaksesuaian dari rekrutmen dan penempatan kerja tersebut. Disamping itu juga perusahaan mempertimbangkan rekomendasi karyawan dari dalam perusahaan tersebut, yang menyebabkan perusahaan harus menerima dan menempatkan karyawan yang tidak sesuai dengan yang diharapkan. Jika hal tersebut terus menerus dilakukan oleh perusahaan dapat mempengaruhi kinerja karyawan.

Dalam mempertahankan usahanya, PT INTI Bandung juga harus selalu mempertahankan dan meningkatkan mutu pelayanannya. Kualitas pelayanan tentunya berasal dari sumber daya manusia yang handal. Berdasarkan wawancara dari pihak HRD yaitu Bapak Kastaman pada PT INTI Bandung, menyatakan belum adanya pelatihan secara *continue* untuk karyawan khususnya di departemen bisnis, sehingga keahlian dan keterampilan karyawan hanya sebatas dari masa pendidikannya dahulu dan bekal pengalaman yang kurang. Karyawan juga hanya melakukan pelatihan dasar mengenai inovasi yang ada pada perusahaan, dan selebihnya karyawan mencari dan mempelajarinya sendiri.

Maka dari itu, *employee engagement* sarana yang paling tepat untuk mengatasi masalah *turnover* di atas yang diketahui bahwa sumber daya manusia merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dalam menjalankan aktivitas dalam mencapai tujuan perusahaan. Memanfaatkan peluang dan menghadapi tantangan merupakan ketergantungan bagaimana untuk tetap mempertahankan kelangsungan hidup yang datang dari sisi eksternal dengan segala potensi sumber daya yang ada pada perusahaan tersebut. Sumber daya berkualitas adalah modal kekayaan yang berharga dan tak ternilai bagi perusahaan. Perusahaan berusaha untuk terus mencari

karyawan yang sesuai dengan bidang keahliannya masing-masing agar tujuan perusahaan dapat terpenuhi.

Berdasarkan uraian di atas di Indonesia pada umumnya, mengenal Generasi millineal merupakan sebuah tantangan tersendiri karena studi tentang generasi millinel ini masih sangat terbatas. Literatur terkait dengan generasi millineal ini, khususnya untuk mengkaji karakteristik ataupun persepsi dari generasi ini juga masih terbatas (Budiman 2014:88). Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian pada PT INTI Bandung dengan mengambil judul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENENTU *EMPLOYEE ENGAGEMENT* GENERASI MILINIALS Di PT INTI BANDUNG”

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat *employee engagement* karyawan generasi millineals Di PT INTI Bandung?
2. Faktor apa saja yang dominan sebagai penentu faktor *employee engagement* Di PT INTI Bandung?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Sebagaimana permasalahan yang telah diuraikan, tujuan yang ingin dicapai dengan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat *employee engagement* Di PT INTI Bandung.
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang dominan sebagai penentu faktor *employee engagement* Di PT INTI Bandung.

### **1.5. Kegunaan Penelitian**

Dengan dilakukannya penelitian ini secara umum akan diperoleh kegunaan dari dua aspek yaitu aspek teoritis dan aspek praktis. Adapun kegunaan tersebut adalah sebagai berikut:

### **1.5.1 Aspek Teoritis**

1. Dengan penelitian ini diharapkan memberi kontribusi positif bagi keilmuan utamanya referensi *employee engagement* dan faktor-faktor penentu dalam implementasi di perusahaan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi pihak yang akan melakukan penelitian dengan tema dan/atau objek penelitian yang sama, menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam model faktor *employee engagement* pada generasi millineals.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

1. Bagi PT INTI Bandung diharapkan agar hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan dapat menjelaskan mengenai faktor penentu *employee engagement* terutama pada generasi millineals ini sehingga dapat meningkatkan performa dan komitmen individu.
2. Bagi *employee* diharapkan dapat mengevaluasi masing-masing pribadi untuk menjadi *personal resources* sehingga dapat meningkatkan kontribusi positif terhadap perusahaan.

Jadi kedua manfaat tersebut adalah syarat untuk dilakukannya sebuah penelitian yang mana telah dinyatakan di dalam desain atau rancangan penelitian.

## **1.6. Ringkasan Sistematika Penulisan**

Penulisan penelitian terdiri dari lima bab yang memiliki keterkaitan hubungan antara satu sama lainnya. Sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum perusahaan, Struktur dan Organisasi Perusahaan, Latar Belakang, Rumusan masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, dan Ringkasan sistematika penulisan.

## **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang Pengertian, Karakteristik, Faktor-faktor, Penelitian terdahulu, Kerangka Pemikiran, Hipotesis dan Ruang Lingkup Penelitian yang dijadikan dasar bagi penyusunan.

## **BAB 3 METODELOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang metodologi penelitian yang digunakan. Meliputi jenis penelitian, operasional variabel, jenis data, teknik pengumpulan data, pengujian reabilitas, pengujian validitas, dan teknik analisis data.

## **BAB 4 ANALISIS HASIL PENELITIAN**

Bab ini mendeskripsikan hasil dari penelitian dan pembahasan terhadap hasil dari penelitian.

## **BAB 5 KESIMPULAN DAN PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau rekomendasi tindakan yang perlu dilakukan oleh organisasi untuk kemajuan lebih lanjut.