

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM” dan *New York Stock Exchange* (NYSE) dengan kode “TLK”. PT Telkom melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia dengan rangkaian lengkap layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak dan telepon nirkabel tidak bergerak, komunikasi seluler, layanan jaringan dan interkoneksi serta layanan internet dan komunikasi data. PT Telkom juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media dan edutainment, termasuk *cloud-based and server-based managed services*, layanan *e-Parment* dan *IT enabler*, *e-Commerce* dan layanan portal lainnya.

Kronologis sejarah PT Telkom berawal pada tahun 1856, tepatnya tanggal 23 Oktober 1856, yaitu pada saat pengoperasian telegraf elektromagnetik pertama di Indonesia yang menghubungkan antara Batavia (Jakarta) dengan Buitenzorg (Bogor) oleh pemerintah kolonial Belanda. Selanjutnya pada tahun 1884, pemerintah kolonial Belanda mendirikan perusahaan swasta yang menyediakan layanan pos dan telegraf domestik dan kemudian layanan telegraf internasional. Layanan telepon mulai diperkenalkan tahun 1882. Sampai dengan 1906, layanan telepon disediakan oleh perusahaan swasta dengan lisensi pemerintah selama 25 tahun. Pada 1906, Pemerintah Kolonial Belanda membentuk lembaga pemerintah untuk mengendalikan seluruh layanan pos dan telekomunikasi di Indonesia. Pada tahun 1961, sebagian besar dari layanan ini dialihkan kepada perusahaan milik negara. Pada tahun 1965 pemerintah memutuskan pemisahan layanan pos dan telekomunikasi ke dalam dua perusahaan milik negara, yaitu PN Pos dan Giro dan PN Telekomunikasi.

Pada tahun 1974, PN Telekomunikasi dibagi menjadi dua perusahaan milik negara, yaitu Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang bergerak sebagai penyedia layanan telekomunikasi domestik dan internasional serta PT Industri

Telekomunikasi Indonesia (PT INTI) yang bergerak sebagai pembuat perangkat telekomunikasi. Pada tahun 1980, bisnis telekomunikasi internasional diambil alih oleh PT. Indonesian Satellite Corporation (Indosat) yang baru saja dibentuk saat itu.

Selanjutnya pada 1991, Perumtel mengalami perubahan status, yaitu menjadi perseroan terbatas milik negara dengan nama Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia, atau PT Telkom. Sebelum tahun 1995, operasi bisnis PT Telkom dibagi ke dalam dua belas wilayah operasi, yang dikenal sebagai Wilayah Telekomunikasi atau WITEL. Setiap WITEL bertanggung jawab penuh terhadap seluruh aspek bisnis di wilayahnya masing-masing, mulai dari penyedia layanan telepon hingga manajemen dan keamanan properti. Untuk meningkatkan *business value*, pada tahun 2012 Telkom Group mengubah portofolio bisnisnya menjadi TIMES (Telecommunication, Information, Media Edutainment & Service)

Berikut penjelasan portofolio bisnis Telkom:

1) Telekomunikasi

Telekomunikasi merupakan bagian bisnis legasi Telkom, sebagai ikon bisnis perusahaan, Telkom melayani sambungan telepon kabel tidak bergerak *Plain Ordinary Telephone Service* ("POTS"), telepon nirkabel tidak bergerak, layanan komunikasi data, *broadband*, satelit, penyewaan jaringan dan interkoneksi, serta telepon seluler yang dilayani oleh Anak Perusahaan Telkomsel. Layanan telekomunikasi Telkom telah menjangkau beragam segmen pasar mulai dari pelanggan individu sampai dengan Usaha Kecil dan Menengah ("UKM") serta korporasi

2) Informasi

Layanan informasi merupakan model bisnis yang dikembangkan Telkom dalam ranah *New Economy Business* ("NEB"). Layanan ini memiliki karakteristik sebagai layanan terintegrasi bagi kemudahan proses kerja dan transaksi yang mencakup *Value Added Services* ("VAS") dan *Managed Application/IT Outsourcing* ("ITO"), *e-Payment* dan *IT enabler Services* ("ITeS").

3) Media

Media merupakan salah satu model bisnis Telkom yang dikembangkan sebagai bagian dari NEB. Layanan media ini menawarkan *Free To Air* ("FTA") dan *Pay TV* untuk gaya hidup digital yang modern.

4) Edutainment

Edutainment menjadi salah satu layanan andalan dalam model bisnis NEB Telkom dengan menargetkan segmen pasar anak muda. Telkom menawarkan beragam layanan di antaranya *Ring Back Tone* (RBT), SMS Content, portal dan lain-lain.

5) Service

Service menjadi salah satu model bisnis Telkom yang berorientasi kepada pelanggan. Ini sejalan dengan *Customer Portfolio* Telkom kepada pelanggan Personal, *Consumer/Home*, SME, *Enterprise*, *Wholesale*, dan Internasional.

Untuk menjalankan portofolio bisnisnya, Telkom Group memiliki empat anak perusahaan, yakni PT Telekomunikasi Indonesia Selular (Telkomsel), PT Telekomunikasi Indonesia International (Telin), PT Telkom Metra dan PT Daya Mitra Telekomunikasi (Mitratel).

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

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

1.1.3 Logo Perusahaan

a. Logo

Sebuah logo akan menjadi suatu Brand Images suatu perusahaan. Sudah banyak perusahaan-perusahaan yang melakukan transformasi visi dan misi melalui logo. Logo juga bersifat persepsi kuat terhadap perusahaan.

Adapun logo PT Telekomunikasi Indonesia (Tbk) sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Logo Perusahaan PT Telkom Indonesia (Persero)

Sumber: www.telkom.co.id diakses 7 November 2018

b. Arti Logo

1) *Expertise*

Lingkaran sebagai simbol dari kelengkapan produk dan layanan dalam portofolio bisnis baru TELKOM yaitu TIMES (Telecommunication, Information, Media & Edutainment, Service)

2) *Empowering*

Tangan yang meraih ke luar. Simbol ini mencerminkan pertumbuhan dan ekspansi ke luar.

3) *Assured*

Jemari tangan. Simbol ini memaknai sebuah kecermatan, perhatian, serta kepercayaan dan hubungan yang erat.

4) *Progressive*

Kombinasi tangan dan lingkaran. Simbol dari matahari terbit yang maknanya adalah perubahan dan awal yang baru.

5) *Heart*

Telapak tangan yang mencerminkan kehidupan untuk menggapai masa depan

Setiap warna yang terdapat pada logo baru PT. Telkom memiliki filosofi warna sebagai berikut:

- 1) Merah yaitu berani, cinta, energi, dan ulet. Mencerminkan spirit Telkom untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dan perusahaan.
- 2) Putih yaitu suci, damai, cahaya, dan bersatu. Mencerminkan spirit PT. Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.
- 3) Hitam yaitu terdapat pada warna dasar, melambangkan kemauan keras.
- 4) Abu yaitu merupakan warna transisi, melambangkan teknologi.

1.1.4 Strategi Perusahaan

TelkomGroup juga telah menyusun strategi korporasi guna menciptakan *sustainable competitive growth* dan mendorong cita-cita Indonesia untuk menjadi kekuatan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara.

1) ***Directional Strategy: Disruptive competitive growth***

Di tengah perubahan lingkungan industri yang sangat menantang, TelkomGroup yakin bahwa kapitalisasi pasar akan tumbuh secara signifikan. Ini dilakukan dengan cara memberikan nilai lebih kepada pelanggan melalui inovasi produk dan

layanan, mendorong sinergi serta membangun ekosistem digital yang kuat baik di pasar domestik maupun internasional.

2) Portfolio Strategy: Customer value through digital TIMES portfolio

TelkomGroup berfokus pada portofolio digital TIMES (Telecommunication, Information, Media, Edutainment dan Services) melalui penyediaan layanan yang nyaman dan konvergen sehingga memberikan nilai yang tinggi kepada pelanggan.

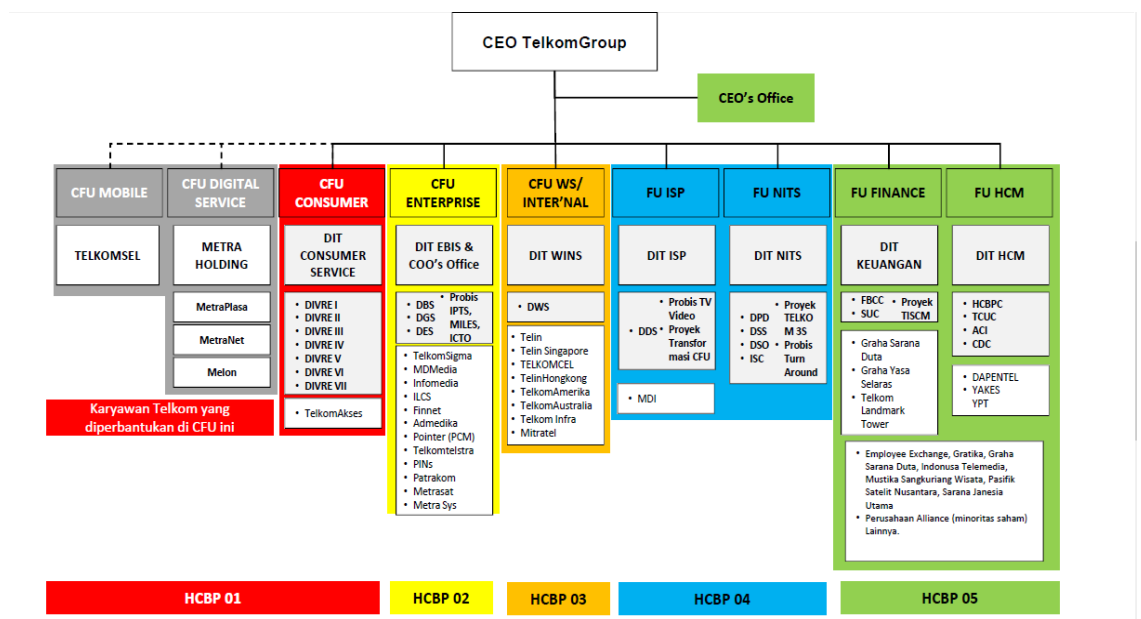
3) Parenting Strategy: Strategic Control

Untuk mendukung pertumbuhan bisnis secara efektif, TelkomGroup menerapkan pendekatan strategic control untuk menyelaraskan unit bisnis, unit fungsional dan anak perusahaan agar proses dapat berjalan lebih terarah, bersinergi, dan efektif dalam mencapai tujuan perusahaan.

1.1.5 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

a. Struktur Organisasi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Dalam rangka melaksanakan tugas operasional perusahaan diperlukan adanya struktur organisasi. Struktur organisasi merupakan kerangka dan susunan perwujudan pola hubungan diantara fungsi-fungsi, bagian-bagian, dan orang-orang yang menunjukkan pembagian delegasi tugas, kedudukan, wewenang, dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu perusahaan. Bagan struktur PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk dapat dilihat pada Gambar 1.2

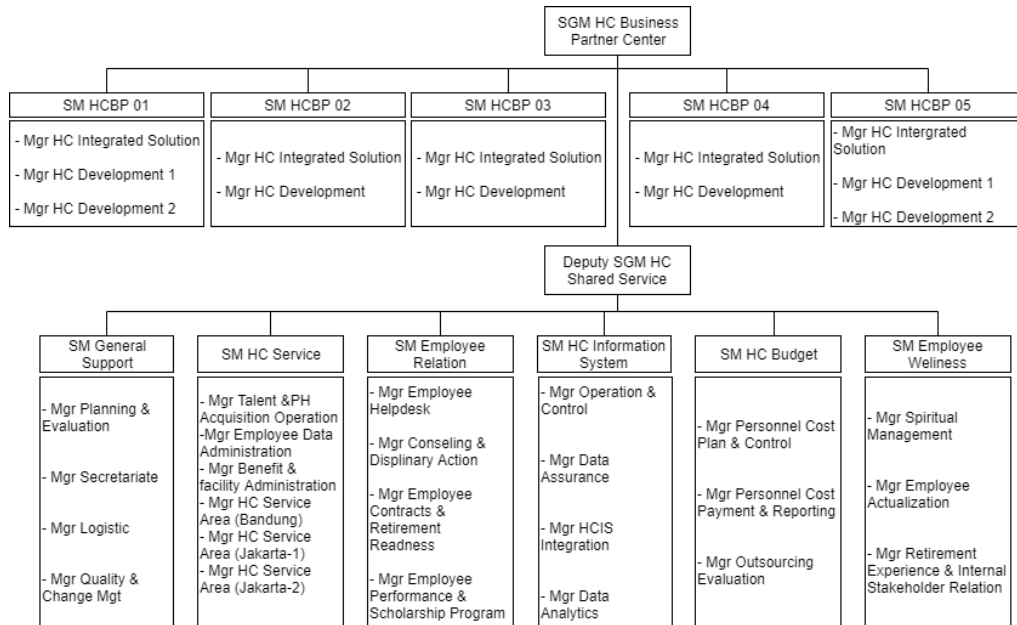


Gambar 1.2 Struktur Organisasi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Sumber: Data Perusahaan

b. Struktur organisasi Unit *Human Capital Business Partner Center*

Struktur organisasi Unit *Human Capital Business Partner Center* adalah sebagaimana pada Gambar 1.3



Gambar 1.3 Struktur organisasi Unit *Human Capital Business Partner Center* PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Sumber: Data Perusahaan

c. Uraian Tugas

Uraian tugas dan wewenang dari masing-masing bagian pada Unit *Human Capital Business Partner Center* PT Telekomunikasi Indonesia (Tbk) sebagai berikut:

1) *SGM HC Business Partner Center*

Bertanggung jawab atas keefektifan pengelolaan fungsi operasi human capital *management* Perusahaan dengan focus pada solusi dan *delivery human capital* kepada seluruh unit bisnis dan *subsidiaries*, serta penyelenggaraan *human capital shared service operation* Telkom Group.

2) *Deputy SGM HC Shared Service*

Membantu pelaksanaan tugas *SGM HCBP Center* dan memiliki fokus tugas pada pengkoordinasian dan pengendalian operasional fungsi HC Operation dan HC *Shared Service*. Sebagaimana fokus peran yang dimaksud yaitu melapor dan mempertanggungjawabkan tugasnya kepada *SGM HCBP Center*.

3) *SM HCBP 01*

Bertanggung jawab atas pengembangan dan penyediaan solusi human capital untuk mencapai sasaran unit pada fungsi *CFU Consumer Business*, termasuk

penyelarasan implementasi fungsi business partner HR Territory dan mengelola karyawan Telkom di CFU *Mobile*

4) SM HCBP 02

Bertanggung jawab atas pengembangan dan penyediaan solusi *human capital* untuk mencapai sasaran unit pada fungsi CFU *Enterprise Business*.

5) SM HCBP 03

Bertanggung jawab atas pengembangan dan penyediaan solusi *human capital* untuk mencapai sasaran unit pada fungsi CFU *Wholesale & International Business*.

6) SM HCBP 04

Bertanggung jawab atas pengembangan dan penyediaan solusi *human capital* untuk mencapai sasaran unit pada fungsi *FU NITS, FU DSP* dan *CFU Digital Service*.

7) SM HCBP 05

Bertanggung jawab atas pengembangan dan penyediaan solusi *human capital* untuk mencapai sasaran unit pada fungsi *FU Finance, FU Human Capital*, dan *CEO's Office* dan pengembangan yang melibatkan antar HCBP

8) SM *General Support*

Bertanggung jawab atas kelancaran penyelenggaraan aktivitas HCBP *Center* yang mencakup perencanaan, pengendalian, dan evaluasi program unit, dukungan logistik, kesekretariatan, dan administrasi perkantoran, serta bertanggung jawab atas keefektifan *quality & change management* unit HCBP *Center*.

9) SM *HC Service*

Bertanggung jawab atas efektivitas pelaksanaan fungsi pelayanan *human capital* kepada karyawan dalam upaya pemenuhan hak-hak dan kewajiban Karyawan

10) SM *Employee Relation*

Bertanggung jawab atas efektivitas penyelenggaraan *employee helpdesk*, pengelolaan administrasi kontrak karyawan & penyelenggara program *retirement readiness* (pelatihan purna bhakti) , pengelolaan komplain karyawan, *counselling* dan tindakan disiplin, serta pengelolaan *employee*

performance dan program *scholarship* perusahaan agar sesuai dengan kebijakan yang berlaku dan terjaganya motivasi karyawan.

11) SM HC Information System

Bertanggung jawab atas ketersediaan informasi SDM yang akurat, *valid*, dan *up to date* yang diperlukan dalam penyelenggaraan pengelolaan IT HCM dan memberikan value dalam digitalisasi HCM serta pengawalan proses *payroll*.

12) SM HC Budget

Bertanggung jawab atas efektivitas pengelolaan anggaran dan administrasi pembayaran *compensation & benefit*, kewajaran anggaran *personnel cost* sesuai dengan kebijakan/ketentuan yang berlaku, serta bertanggung jawab atas evaluasi implementasi program *outsourc*e di seluruh unit organisasi Telkom.

13) SM Employee Wellness

Bertanggung jawab atas efektivitas penyelenggaraan program *worklife integration*, termasuk program olah 4R (ruh, raga, rasio, dan rasa), sehingga selaras dengan inisiatif strategi pembinaan *human capital* dan meningkatkan tingkat *engagement* karyawan.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Dalam menghadapi era globalisasi, banyak tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan dalam rangka memenangkan persaingan. Baik itu perusahaan kecil, menengah, maupun besar di Indonesia. Untuk dapat bertahan dan memenangkan persaingan, perusahaan dituntut memiliki keunggulan bersaing. Salah satu faktor yang dapat dijadikan pegangan perusahaan dalam menciptakan keunggulan bersaing adalah mempunyai sumber daya manusia yang berkualitas dan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan.

Keberhasilan perusahaan sangat ditentukan oleh kualitas orang-orang yang bekerja di dalamnya. Setiap perusahaan berusaha meningkatkan serta mengembangkan program peningkatan prestasi kerja karyawan. Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, suatu perusahaan perlu menggerakkan serta memantau pegawainya agar dapat mengembangkan seluruh kemampuan yang dimilikinya. Menurut Byars dan Rue dalam Edy Sutrisno (2016:150) adalah mengartikan prestasi sebagai tingkat kecakapan seseorang pada tugas-tugas yang mencakup pada pekerjaannya. Pengertian tersebut menunjukkan prestasi kerja adalah hasil upaya

seseorang yang ditentukan oleh kemampuan karakteristik pribadinya serta persepsi terhadap perannya dalam pekerjaan itu.

Semakin banyak karyawan yang berprestasi kerja tinggi, maka kinerja dan produktivitas perusahaan akan meningkat dan perusahaan dapat bertahan dalam persaingan bisnis serta dapat semakin berkembang dan maju. Penilaian prestasi kerja dilakukan oleh setiap perusahaan untuk melihat sampai sejauh mana perkembangan kualitas karyawan. Menurut Hasibuan (2008:94), Prestasi kerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan dan kesungguhan serta waktu. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan program yang berdampak positif dalam meningkatkan prestasi kerja

Mangkunegara (2014:13) faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi prestasi kerja adalah:

- 1) Kondisi fisik
- 2) Peralatan
- 3) Waktu
- 4) Material
- 5) Pendidikan
- 6) Supervisi
- 7) Desain Organisasi
- 8) Pelatihan, dan
- 9) Keberuntungan.

Sarwadamana, Manager HC Service Area Bandung dalam wawancara mengatakan saat ini prestasi kerja dapat dilihat melalui NKI (Nilai Kinerja Individu) yaitu NA (Nilai Angka) Akhir yang mencerminkan kontribusi Karyawan terhadap hasil keseluruhan dari performansi suatu unit kerja, dan disebut dengan Prestasi (P). Adanya NKI berasal dari SKI (Sasaran Kerja Individu). SKI yaitu suatu pernyataan mengenai sasaran kerja yang hendak dicapai oleh seorang Karyawan dalam satu periode. Adapun kriteria perhitungan NKI (Nilai Kinerja Individu) sebagai berikut:

- 1) Pencapaian ≥ 110 meraih nilai P1 predikat istimewa,
- 2) Pencapaian ≥ 103 s.d < 110 meraih nilai P2 predikat Baik Sekali,
- 3) Pencapaian ≥ 96 s.d < 103 meraih nilai P3 predikat Baik,
- 4) Pencapaian ≥ 90 s.d < 96 meraih nilai P4 predikat Kurang,

5) Pencapaian 90 meraih nilai P5 predikat Kurang Sekali.

Tabel 1.1 menunjukkan rekapitulasi data Nilai Kinerja Individu Karyawan (NKI) *Human Capital Business Partner Center* Khusus lokasi kerja Bandung PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk:

Dari Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pada tahun 2015 total keseluruhan karyawan 57 orang dengan 9 orang meraih nilai P2, 48 orang meraih nilai P3. Tahun 2016 total keseluruhan karyawan 57 orang dengan 56 orang meraih nilai P2, 1 orang meraih nilai P3. Pada tahun 2017 total keseluruhan karyawan 60 orang dengan 10 orang meraih nilai P2, 50 orang meraih nilai P3.

TABEL 1.1
REKAP NKI KARYAWAN
TAHUN 2015-2017

TAHUN SKI	Nilai NKI					GRAND TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	
2015		9	48			57
2016		56	1			57
2017		10	50			60

Sumber: Data Perusahaan

Berdasarkan data tersebut prestasi kinerja karyawan mengalami fluktuatif atau kondisi yang tidak stabil, yang menunjukkan gejala yang tidak tetap dan berubah-ubah dari tahun 2015-2017. Pada tahun 2016 mengalami kenaikan dimana berbeda dengan tahun 2015 dan tahun 2017 mengalami penurunan dengan jumlah nilai P2 lebih rendah dari jumlah nilai P2 di tahun 2016. Dalam penelitian Effendi (2018) semakin banyak karyawan yang berprestasi kerja tinggi, maka kinerja dan produktifitas perusahaan akan meningkat dan perusahaan dapat bertahan dalam persaingan bisnis serta dapat semakin berkembang dan maju. Namun apabila prestasi kerja karyawan rendah maka kinerja dan produktifitas karyawan pun akan menurun yang dapat berakibat perusahaan tidak dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Hal ini dapat didukung oleh nilai kompetensi karyawan pada tahun 2015-2017. Dari Tabel 1.2 bahwa penilaian kompetensi karyawan dengan sistem 360⁰ (penilaian oleh: atasan, kolega, bawahan,

dan kastemer) dapat dilihat bahwa pada tahun 2015 total keseluruhan karyawan 57 orang dengan 45 orang meraih nilai K2, 12 orang meraih nilai K3. Tahun 2016 total keseluruhan karyawan 57 orang dengan 43 orang meraih nilai K2, 14 orang meraih nilai K3. Pada tahun 2017 total keseluruhan karyawan 60 orang dengan 58 orang meraih nilai K2, 2 orang meraih nilai K3.

TABEL 1.2
REKAP NILAI KOMPETENSI KARYAWAN
TAHUN 2015-2017

TAHUN	Nilai Kompetensi					GRAND TOTAL
	K1	K2	K3	K4	K5	
2015		45	12			57
2016		43	14			57
2017		58	2			60

Sumber: Data Perusahaan

Berdasarkan data tersebut nilai kompetensi karyawan mengalami fluktuasi dari tahun 2015-2017. Pada tahun 2015 mengalami kenaikan pada jumlah nilai K2 sebesar 45 orang, pada tahun 2016 mengalami penurunan jumlah nilai K2 sebesar 43 orang dan di tahun 2017 jumlah nilai K2 mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 58 orang. Adapun kriteria perhitungan Nilai Kompetensi Karyawan sebagai berikut:

- 1) K1 predikat Nilai Kompetensi Isitmewa.
- 2) K2 predikat Nilai Kompetensi Baik Sekali.
- 3) K3 predikat Nilai Kompetensi Baik.
- 4) K1 predikat Nilai Kompetensi Kurang.
- 5) K1 predikat Nilai Kompetensi Kurang Sekali.

Selain kriteria tersebut ada persyaratan utama untuk mencapai nilai kompetensi. Untuk mencapai nilai K1, syarat utama nya adalah pegawai harus mencapai nilai P1 pada NKI dan menulis *knowledge sharing* pada aplikasi kampium, untuk mencapai nilai K2 syarat utamanya pegawai mencapai nilai P2 pada NKI, dan mencapai P3 pada NKI tetapi harus menulis *knowledge sharing* pada aplikasi kampium. Dalam hal ini, dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam menilai prestasi kinerja karyawan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi prestasi kerja adalah pelatihan (Hasibuan, 2011:94).

Pelatihan tidak hanya diperlukan sebagai formalitas kegiatan perusahaan saja, akan tetapi sekaligus untuk memberikan dasar-dasar pengetahuan. Para karyawan juga dapat belajar untuk mengerjakan pekerjaannya dengan benar dan tepat. Pelatihan juga dapat memperkecil atau meninggalkan kesalahan-kesalahan yang pernah dilakukan karyawan sehingga mengurangi penurunan prestasi kerja pada masa yang akan datang. Hal ini didukung oleh pendapat Sutrisno (2011:151) yang menyebutkan bahwa pendidikan dan pelatihan merupakan kunci dalam manajemen yang memainkan peran penting dan strategis dalam meningkatkan prestasi kerja.

Berdasarkan survey awal melalui pendistribusian kuesioner terhadap 10 karyawan menggunakan skala diferensial agar esponden lebih leluasa untuk menentukan jawaban dengan range yg lebih luas, maka diperoleh hasil sebagaimana pada Tabel 1.3.

TABEL 1.3
REKAPITULASI KUESIONER SURVEY AWAL

No	Pertanyaan Kuesioner Pra Survey	Nilai										Total
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Score
1	Tingkat kepentingan	0	0	0	0	0	0	0	4	3	3	89%
2	Kontribusi terhadap prestasi kerja.	0	0	0	0	0	0	0	3	4	3	90%

Sumber: Olahan Penulis, November 2018

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa tingkat kepentingan adanya program pelatihan terhadap karyawan sebesar 89%. Responden juga menyatakan bahwa bahwa program pelatihan sangat berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan sebesar 90%. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan membutuhkan program pelatihan agar lebih berkualitas dan bermanfaat bagi kemajuan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan penelitian ini diberi judul: **“Pengaruh Pelatihan Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada Unit *Human Capital Business Partner* PT Telekomunikasi Indonesia (Tbk)”**

1.3 Rumusan Masalah

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

- 1) Bagaimana pelatihan karyawan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Unit Human Capital Business Partner Center?
- 2) Bagaimana prestasi kerja karyawan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Unit Human Capital Business Partner Center?
- 3) Seberapa besar pengaruh pelatihan terhadap prestasi kerja karyawan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Unit Human Capital Business Partner Center?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pelatihan karyawan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Unit Human Capital Business Partner Center.
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis prestasi kerja karyawan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Unit Human Capital Business Partner Center.
- 3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelatihan terhadap prestasi kerja karyawan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Unit Human Capital Business Partner Center.

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah bagi berbagai pihak yang membutuhkan, diantaranya:

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Melalui penelitian ini penulis dapat menggunakan pengetahuan berdasarkan teori yang penulis dapatkan selama kuliah. Hasil penelitian ini juga akan memperkaya referensi bagi peneliti mengenai manajemen sumber daya manusia khususnya dalam bidang pelatihan dan prestasi kerja di masa mendatang.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran bagi Unit *Human Capital Business Partner Center* (Khusus Lokasi Kerja Bandung) PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk untuk meningkatkan Prestasi Kerja Karyawan melalui pelatihan yang dapat menjadi bahan dalam upaya pencapaian visi perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami materi yang terdapat dalam skripsi, maka penulisan skripsi di susun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum tentang isi penelitian meliputi gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan tentang hasil kajian kepustakaan terkait dengan topik pembahasan dan variable penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis, meliputi rangkuman teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan dari analisis data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Sebagai bab akhir, dalam bab ini akan disajikan kesimpulan dari hasil penelitian penulis dan beberapa saran penulis bagi pihak yang berkepentingan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka merupakan daftar bacaan yang menjadi sumber, atau referensi atau acuan untuk membuat kutipan yang disajikan dalam isi tugas akhir.