

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek**

#### **1.1.1 Profil Umum PT. Telekomunikasai Indonesia Tbk Regional III Jabar**

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa telekomunikasi serta jaringan baik telepon maupun internet yang berada di wilayah Indonesia. Saham milik Telkom juga diperdagangkan di bursa saham, sedangkan pemegang saham mayoritas dipegang oleh Pemerintah Republik Indonesia sedangkan sisanya dipegang oleh publik. Perusahaan Telkom juga merupakan penyelenggara bisnis T.I.M.E.S (*Telecommunication, Information, Media, Edtainment and Services*) yang dimiliki pemerintah dan terbesar di Indonesia. Salah satu kantor pusat pelayanan untuk Regional III Telkom berada di Kota Bandung berlokasi di Jalan Japati No.1, Sadang Serang, Kecamatan Cobleng, Kota Bandung, Jawa Barat 40133

Telkom telah melayani jutaan pelanggan yang berada di seluruh pelosok Indonesia dengan rangkaian lengkap layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel, layanan seluler, layanan jaringan dan interkoneksi, serta layanan di bidang informasi, media dan edutainment, termasuk *cloud based and server-based managed services*, layanan *e-payment* dan *IT-enabler*, Tv berbayar, serta *e-commerce* dan portal lainnya.

Telkom selau berusaha untuk hadir di setiap daerah di Indonesia mulai dari Sabang hingga ke Merauke untuk melayani permintaan pelanggan, oleh karena itu untuk menjalankan operasinya Telkom membentuk divisi yang mampu menjangkau seluruh populasi yang ada Indonesia di seluruh nusantara untuk melayani kebutuhan komunikasi masyarakat. Telkom membentuk dan mengelompokkan divisi ke beberapa regional wilayah komunikasi. Divisi regional tersebut mencakup :

- a. Divisi Regional I, Sumatra
- b. Divisi Regional II, Jakarta dan sekitarnya

- c. Divisi Regional III, Jawa Barat
- d. Divisi Regional IV, Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta
- e. Divisi Regional V, Jawa Timur
- f. Divisi Regional VI, Kalimantan
- g. Divisi Regional VII, Indonesia bagian timur yang meliputi Sulawesi, Bali, Maluku, Nusa Tenggara, dan Irian Jaya

### 1.1.2 Logo Perusahaan

Logo usaha dari perusahaan PT Telkom, Tbk adalah berikut:



**Gambar 1. 1**

#### **Logo Perusahaan PT Telkom, Tbk**

*Sumber: [http://www..telkom.co.id/assets/uploads/2016/12/Telkom-Logo.png](http://www.telkom.co.id/assets/uploads/2016/12/Telkom-Logo.png)*

Berikut adalah penjabaran mengenai makna dan filosofis logo PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk:

- a. *Tagline: "The World In Your Hand"*, Bermakna :Dunia dalam genggaman anda” menyampaikan pesan bahwa Telkom akan membuat segalanya menjadi lebih mudah dan lebih menyenangkan dalam mengakses dunia.
- b. **Filosofi Warna Logo**
  - 1. Merah-Berani,Cinta,Energi,Ulet  
Mencerminkan suatu spirit perseroan untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapu tantangan
  - 2. Putih-Suci, Damai, Cahaya,Bersatu  
Mencerminkan semangat Telkom untuk selalu memberikan yang terbaik bagi bangsa

3. Hitam-Warna Dasar  
Melambangkan suatu kemauan yang keras
4. Abu-Warna Transisi  
Melambangkan teknologi

### 1.1.3 Visi, Misi dan Nilai Perusahaan

Visi, misi dan nilai perusahaan PT Telkom Tbk, adalah berikut:

- a. Visi PT Telkom, Tbk

*“Be the King of Digital in the Region”*

Merupakan visi Telkom dengan sasaran untuk menjadi salah satu dari 10 (sepuluh) perusahaan Asia Pasifik dengan kapitalisasi pasar terbesar di industri telekomunikasi pada tahun 2020. Untuk mewujudkan visi tersebut, terdapat 3 program utama yang dijalankan selama tahun 2018, yaitu Delivering Best Customer Experience, Expanding Digital Business dan Intensifying Smart Inorganic. Telkom bertransformasi menuju Digital Telecommunication Company dengan paradigma peningkatan pelayanan pelanggan, penguatan bisnis broadband dan digital dan implementasi lean operation.

- b. Misi PT Telkom Tbk

*“Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization”*

Misi Telkom adalah “Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization”, dimana Telkom menjadi pelopor inovasi di Indonesia untuk menjadi pemain global terkemuka. Telkom berperan aktif dalam pengembangan ekosistem digital yang mendorong berbagai inovasi dan meningkatkan daya saing industri digital di Indonesia.

- c. Nilai Perusahaan PT Telkom, Tbk

Demi mencapai bisnis yang kompetitif serta menjadikan dunia sebagai tempat yang lebih baik untuk ditinggali PT Telkom, Tbk menerapkan nilai *Solid*, *Speed* dan *Smart*. Penjabarannya adalah sebagai berikut:

- *Solid* – Seluruh insan Telkom Group harus memberikan yang terbaik (*Always The Best*) dan meningkatkan solidaritas di antara seluruh insan Telkom Group sebagai satu Great Team.
- *Speed* – Segenap insan Telkom Group harus bekerja cepat dalam setiap kesempatan untuk memenangkan persaingan. Karena yang cepat akan mengalahkan yang lambat.
- *Smart* – Seluruh insan Telkom Group dituntut bekerja smart, yaitu memahami tujuan yang ingin dicapai, menentukan prioritas dan selalu mencari cara baru yang lebih baik untuk mencapai tujuan.

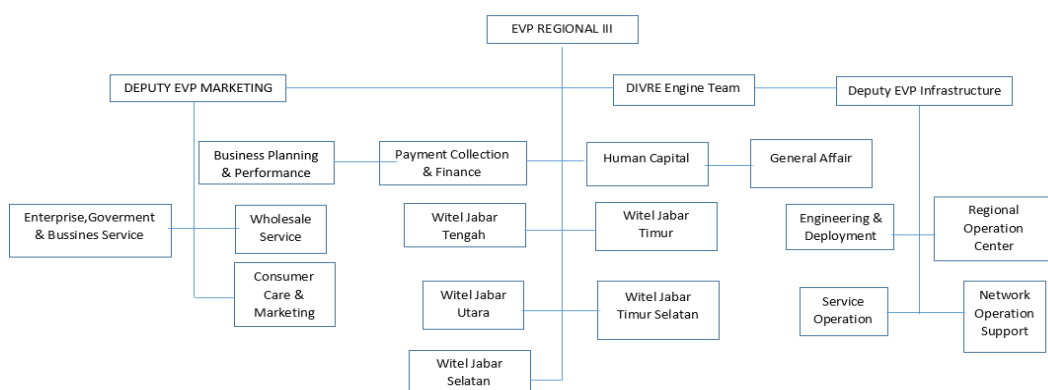
#### 1.1.4 Produk dan layanan

Telkom menyediakan jasa telepon tetap kabel (*fixed wireline*), jasa telepon tetap nirkabel (*fixed wireless*), jasa telepon bergerak (*mobile service*), data/internet serta jasa multimedialainnya. Berikut adalah beberapa layanan telekomunikasi Telkom:

- Telepon, data, dan internet
- Satelit
- Televisi berlangganan berbasis protokol internet

#### 1.1.5 Struktur Organisasi

Struktur Organisasi PT Telkom Regional III Bandung Jawa Barat adalah sebagai berikut :



**Gambar 1. 2**

#### Struktur Organisasi Telkom Regional III

*Sumber : data olahan penulis*

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Elemen terpenting dalam mengukur baik atau buruknya performa dari sebuah organisasi maupun perusahaan membutuhkan kinerja karyawan yang efisien dan efektif. Dalam Bintoro (2018:105) kinerja sangat diperlukan karena dari kinerja akan diketahui seberapa jauh kemampuan pegawai tersebut untuk mengerjakan tugas yang diberikan. Maka dari itu di era sekarang kinerja karyawan menjadi tumpuan utama dari organisasi dan perusahaan.

Sehubungan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dalam segala bidang yang di masa sekarang pertumbuhannya semakin cepat, ilmu pengetahuan menjadi lebih menonjol. Karena dengan pengetahuan dapat merubah dan menyikapi perkembangan teknologi dan informasi saat ini. Sumber daya manusia yang berkualitas dengan diimbangi pengetahuan yang luas akan menjadi sebuah pilihan penting. Terkait dengan sumber daya manusia saat ini pengetahuan dapat meningkatkan kinerja karyawan melalui sebuah inovasi yang didapatkan dari berbagi pengetahuan

Kesadaran terhadap pentingnya sumber daya pengetahuan (*knowledge*) sebagai salah satu modal intelektual yang digunakan perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing semakin tinggi pada masa saat ini. Pengetahuan juga memegang peranan yang sangat penting dalam kemajuan sebuah perusahaan. Semakin unggul pengetahuan dan sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan maka akan semakin tinggi pula daya saing yang dimiliki pada perusahaan tersebut. Upaya yang perlu dilakukan ke depan adalah pengembangan SDM dan pengembangan berbagi pengetahuan (*Knowledge Sharing*) dikalangan karyawan untuk meningkatkan kemampuan manusia dan kinerja karyawannya guna menghasilkan sebuah inovasi yang berguna bagi perusahaannya (Firmaiansyah 2014).

Terkait dengan Kegiatan berbagi pengetahuan dalam Tung (2018 : 13) menyebutkan bahwa implementasi *knowledge management* yang baik adalah implementasi yang terdiri dari beberapa rangkaian kegiatan yaitu *analysis and meeting*, *Knowledge Sharing* dan *knowledge application*. Hal tersebut bisa memberikan keuntungan berupa kemudahan serta efisiensi waktu dalam

menerapkan *knowledge management*. Proses *Knowledge Sharing* adalah proses yang sistematis dalam mengirimkan, menyebarkan serta menggunakan pengetahuan dari individu atau organisasi, serta bertukar pengetahuan yang berhubungan dengan kemampuan komunikasi melalui berbagai macam metode. Dua proses yang terjadi saat *Knowledge Sharing* yaitu *Knowledge Donating* dan *Knowledge Collecting*. *Knowledge Donating* adalah komunikasi dari individu yang diharapkan mampu membagi intelektual mereka. Sedangkan *Knowledge Collecting* adalah usaha yang persuasif untuk membagi pengetahuan yang dimiliki individu. (Andhara 2018).

Melalui berbagi pengetahuan semua anggota organisasi dapat dengan mudah membagikan pengalaman terbaiknya, menciptakan ide baru yang segar, serta menghemat banyak waktu untuk memecahkan suatu permasalahan. Perusahaan tidak dapat menciptakan pengetahuan tanpa tindakan dan interaksi para karyawannya. Di sinilah pentingnya perilaku para karyawan melakukan berbagi pengetahuan yang selanjutnya dapat menghasilkan suatu sikap yang inovatif yang bermanfaat bagi perusahaan (Firmaiansyah 2014).

Agar bisnis terus berkelanjutan, dibutuhkan sebuah elemen penting dari perusahaan yaitu inovasi, hal ini dibuktikan dengan sejumlah perusahaan yang bisa bertahan berkat selalu mengandalkan inovasi. Organisasi yang inovatif pasti memiliki kemampuan meningkatkan kinerja inovasi baik itu dari individu maupun organisasi, agar mampu memecahkan suatu permasalahan di perusahaan.

Berbagi pengetahuan (*Knowledge Sharing*) memungkinkan suatu organisasi menghasilkan sebuah inovasi. Hal tersebut pula berguna untuk pengembangan organisasi guna menciptakan hal baru yang dihasilkan dari rangsangan dan menambah pengetahuan serta kemampuan yang ada untuk membuat inovasi. Salah satu indikator terjadinya sikap inovatif ialah akibat terjadinya proses berbagi pengetahuan menurut Andrawina dalam (Firmaiansyah 2014).

Terkait dengan upaya meningkatkan kinerja karyawan, perusahaan perlu meningkatkan *Knowledge Sharing*, sehingga dapat memunculkan inovasi yang dapat digunakan untuk menyelesaikan tugas. Melalui inovasi yang didapatkan dari proses *Knowledge Sharing* kinerja karyawan dapat meningkat. Telkom yang

merupakan perusahaan yang bergerak di bidang layanan jasa telekomunikasi memiliki kegiatan berbagi pengetahuan antar pihak korporat maupun di pihak regional, khususnya di regional 3. Bentuk kegiatan berbagi pengetahuan yang dilakukan terbagi menjadi 2 bagian, yang pertama yaitu dari pihak korporat memiliki portal *online* yang bernama "*Kampiu*n". "*Kampiu*n" merupakan portal berbagi pengetahuan yang berisikan materi ataupun jurnal para karyawan PT Telkom dari seluruh Indonesia yang sudah diverifikasi dan teruji yang kemudian diterbitkan di portal tersebut. Materi tersebut bisa diakses karyawan PT Telkom, di portal tersebut banyak penyampaian materi mengenai inovasi maupun *trend* tentang dunia *digital* yang sedang hangat diperbincangkan dimasa kini. Selain itu guna untuk mendorong karyawan untuk lebih berkontribusi dalam kegiatan *Knowledge Donating*, karyawan dapat membuat karya tulis dan mengunggah materi tersebut ke portal *Kampiu*n dan bagi pihak korporat materi tersebut dijadikan sebuah syarat agar memperoleh Penilaian Kompetensi karyawan, dimana penilaian ini bisa mempengaruhi ide inovasi yang dimiliki karyawan. Sedangkan dari sisi *Knowledge Sharing* portal web "*Kampiu*n" menyediakan akses luas yang bisa dilihat oleh seluruh karyawan PT Telkom, sehingga karyawan bisa mendapatkan sebuah ilmu maupun pembelajaran yang baru yang belum didapatkan sebelumnya, sehingga dapat memicu timbulnya ide maupun inovasi yang nantinya akan berguna untuk menyelesaikan suatu permasalahan yang dihadapi oleh karyawan.

Sedangkan di tingkat Regional khususnya di Regional III memiliki portal *digital* tersendiri yang bernama "*Board of Innovation*". Portal yang hanya bisa diakses oleh karyawan PT Telkom Regional 3 melalui [www.treg3.id/boi/](http://www.treg3.id/boi/) ini merupakan sebuah inovasi baru yang diciptakan oleh regional 3 pada awal tahun 2019. Pada portal "*Board of Innovation*" memuat segala materi perusahaan PT Telkom khususnya pada Regional 3. Portal ini memiliki kesamaan pada portal "*Kampiu*n" namun, yang membedakan adalah pembatasan akses yang hanya dapat diakses oleh karyawan Regional III. Para Karyawan juga diberi kesempatan untuk menyampaikan kegiatan *Knowledge Donating* berupa Ide, inovasi maupun materi yang dimilikinya dalam bentuk karya tulis atau jurnal. Selain itu karyawan Regional III juga bisa melakukan kegiatan *Knowledge Sharing* dengan cara dapat

menyebarkan ke sesama karyawan Regional III dan dapat memberikan timbal balik antar pengguna portal web “*Board of Innovation*”. Di portal ini juga ada semacam *achievement* yang dapat diraih para karyawannya, seperti *Best Innovator*, *Best Idea* dan lainnya. Dengan adanya portal “*Board Innovation*” diharapkan para karyawan Regional III dapat memberikan sumbangsih berupa gagasan ide maupun inovasi yang dapat membantu rekan kerja mereka baik di divisinya sendiri maupun di divisi lain.

Untuk cara penilaian Kinerja Karyawan yang dilakukan PT Telkom Regional 3 dibagi menjadi dua, Pertama Sasara Kinerja Individu (SKI) dan Nilai Kerja Individu (NKI). Sasaran Kerja Individu (SKI) memiliki jarak penilaian berdasarkan hasil pengamatan kinerja yang dilakukan selama 1 tahun dengan target yang sudah ditetapkan :

**Tabel 1.1**

**Skala Penilaian SKI Telkom Regional III**

<b>Nilai SKI</b>	<b>Range</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Tahun 2015</b>	<b>Tahun 2016</b>	<b>Tahun 2017</b>	<b>Tahun 2018</b>
P1	>110%	Istimewa	0%	0%	0%	0%
P2	103% - 110%	Baik Sekali	45.7%	57.1%	55.2%	58.2%
P3	96% - 103%	Baik	50%	38.6%	38.4%	39.3%
P4	90% - 96%	Kurang	4.3%	4.3%	6.4%	2.5%
P5	<90%	Kurang Sekali	0%	0%	0%	0%

*Sumber : Data HR TREG III*

Berdasarkan hasil pencapaian kinerja karyawan Telkom Regional III Bandung Jawa Barat, pada tahun 2015 sampai 2018 belum ada karyawan yang mendapatkan predikat istimewa. Pada Tahun 2015 pencapaian hasil kinerja dengan kategori Baik sekali dengan nilai 45.7% mengalami peningkatan di tahun berikutnya yaitu tahun 2016 menjadi 57.1% kemudian pada tahun 2017 mengalami



penurunan menjadi 55.2% dan pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 58.2%. Pada kategori Baik di tahun 2015 mendapatkan nilai 50% dan mengalami penurunan di tahun 2016 menjadi 38.6% kemudian pada tahun 2017 mengalami peningkatan menjadi 38.4% dan di tahun 2018 menjadi 39.3%. Pada kategori Kurang di tahun 2015 mendapatkan nilai 4.3% dan di tahun 2016 mendapatkan nilai yang tetap yaitu 4.3% kemudian pada tahun 2017 mengalami kenaikan menjadi 6.4% dan di tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 2.5%. Kemudian pada Kategori Kurang sekali baik di tahun 2015 hingga 2018 mendapatkan hasil yang sama yaitu 0%. Dari hasil data yang didapat penulis, terlihat bahwa pada kategori istimewa masih belum ada karyawan yang mampu mencapainya, kemudian di kategori baik sekali mengalami persentase yang fluktuatif, sedangkan pada kategori Baik mengalami pencapaian yang lumayan bagus, dikarenakan meskipun pencapaiannya persentase secara data hanya berkisar kurang lebih 30% tetapi jika dibandingkan tahun 2015 di kategori Baik Sekali mengalami peningkatan di tahun 2016 dan seterusnya. Namun pada kategori Kurang terjadi pencapaian yang lumayan tinggi yaitu 6.4% pada tahun 2017 jika dibandingkan dengan tahun 2015, 2016 dan 2018. Berdasarkan ini penulis mengambil kesimpulan bahwa hasil pencapaian SKI karyawan Telkom Regional III terbilang cukup bagus dikarenakan pada kategori P2 Baik Sekali dari tahun ke tahun memiliki pencapaian di kisaran kurang lebih 50% yang berarti sebagian besar karyawannya sudah berada di posisi kategori baik sekali.

Sedangkan untuk penilaian Nilai Kerja Individu (NKI) memiliki range penilaian yang didasarkan pada kompetensi karyawan selama 1 tahun kerja. Dengan diberlakukannya sistem penilaian tersebut maka untuk mendapatkan nilai K1 dan K2 ada persyaratan yang harus terpenuhi yaitu :

- K1: point evidence minimal  $125 + P1$
- K2: point evidenceminimal  $100 + P2$

Nilai K1 dan K2 digunakan untuk menunjukkan bahwa karyawan tersebut memiliki kompetensi yang bagus dalam performansi kerjanya sehingga karyawan tersebut dapat mengikuti seleksi untuk kegiatan promosi jabatan. Dengan begitu para karyawan dapat meningkatkan kerjanya melalui inovasi yang didapatkan

dari pengetahuan karyawan tersebut, sehingga hal ini bisa digunakan untuk menunjang kariernya di kantor.

Hal ini sejalan dengan Kemampuan dalam berinovasi akan memicu munculnya sebuah inisiatif untuk menghasilkan metode kerja yang lebih efektif dan efisien (Aristanto 2017). Karyawan yang memiliki kemampuan dalam berinovasi baik dinilai memiliki kemampuan yang lebih dalam menyelesaikan suatu perkara dalam pekerjaan dan dapat mempercepat pekerjaan, sehingga kinerja individu menjadi lebih baik. Kemampuan dalam melakukan inovasi yang diwujudkan dalam suatu bentuk, pasti akan selalu mencoba ide-ide baru, seperti contohnya mencoba metode operasi baru, inovasi produk yang akan meningkatkan kinerja (Aristanto 2017).

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai bagaimana *proses Knowledge Sharing* pada para karyawan PT Telkom Regional 3 Bandung, penulis melakukan sebuah pra kuesioner yang disebarakan kepada 10 karyawan di berbagai divisi yang ada secara acak. Pra kuisisioner ini berisikan pernyataan mengenai perilaku berdasarkan dimensi *Knowledge Donating* dan *Knowledge Collecting*. Dari setiap pernyataan yang ada penulis menyediakan dua pilihan jawaban yaitu SETUJU dan TIDAK SETUJU. Berikut ini adalah hasil dari pra-kuisisioner yang sudah penulis sebarakan kepada 10 karyawan PT Telkom Regional III.

**Tabel 1.2**

**Hasil Pra Kuisisioner Proses *Knowledge Sharing* pada para Karyawan Telkom regional III**

No	Pernyataan	S	TS	Presentase Persetujuan
1	Saya membagi suatu gagasan yang saya miliki kepada rekan kerja saya	90%	10%	100%
2	Saya membagi pengetahuan yang saya miliki dengan rekan kerja saya baik satu divisi maupun bukan dari divisi saya	100%	0%	100%

(Bersambung)

(Tabel 1.2 sambungan)

No	Pernyataan	S	TS	Presentase Persetujuan
3	Ketika saya mempelajari sesuatu hal yang baru, saya membagi dan menyalurkan hal tersebut pada rekan kerja dalam satu divisi atau divisi yang lainnya	90%	10%	100%
4	Saya membagikan pengetahuan yang saya miliki kepada rekan kerja saya baik secara langsung ataupun mengupload kedalam portal web yang telah disediakan oleh perusahaan	100%	0%	100%
5	Rekan kerja dari divisi lain membagi pengetahuan yang mereka miliki, ketika saya bertanya kepada mereka	80%	20%	100%
6	Saya menerima pengetahuan yang dibagikan oleh rekan kerja saya baik secara langsung ataupun melalui portal web yang telah disediakan oleh perusahaan	90%	10%	100%
7	Ketika saya mempelajari sesuatu hal yang baru, timbul suatu inovasi baru dalam menyelesaikan suatu permasalahan dalam divisi saya	80%	20%	100%
8	Ketika saya mendapatkan sebuah inovasi baru, saya memiliki keinginan untuk membenahi cara kerja di divisi saya	100%	0%	100%

(Bersambung)

(Tabel 1.2 sambungan)

No	Pernyataan	S	TS	Presentase Persetujuan
9	Saya berusaha mencari sebuah inovasi baru, demi kelancaran kinerja di divisi saya	80%	20%	100%
10	Saya memanfaatkan inovasi yang ada di perusahaan semaksimal mungkin agar kinerja tercapai	100%	0%	100%
11	Saya memiliki pandangan terbuka terhadap sebuah inovasi baru	100%	0%	100%

Sumber: Data olahan Penulis (2019)

Pada tabel 1.2 dapat dilihat, bahwa sebagian besar responden setuju dengan beberapa pertanyaan yang diajukan. Namun untuk pernyataan “Saya membagi suatu gagasan yang saya miliki kepada rekan kerja saya” terdapat 10% responden yang tidak setuju, kemudian pernyataan “Ketika saya mempelajari sesuatu hal yang baru, saya membagi dan menyalurkan hal tersebut pada rekan kerja dalam satu divisi atau divisi yang lainnya” terdapat 10% responden yang tidak setuju, kemudian pernyataan “Saya menerima pengetahuan yang dibagikan oleh rekan kerja saya baik secara langsung ataupun melalui portal web yang telah disediakan oleh perusahaan” terdapat 10% responden yang tidak setuju, kemudian pernyataan “Rekan kerja dari divisi lain membagi pengetahuan yang mereka miliki, ketika saya bertanya kepada mereka” terdapat 20% yang tidak setuju, kemudian pernyataan “Ketika saya mempelajari sesuatu hal yang baru, timbul suatu inovasi baru dalam menyelesaikan suatu permasalahan dalam divisi saya” terdapat 20% responden yang tidak setuju, kemudian pernyataan “Saya berusaha mencari sebuah inovasi baru, demi kelancaran kinerja di divisi saya” terdapat 20% responden yang tidak setuju. Dari keseluruhan pernyataan yang diajukan penulis kepada responden menunjukkan masih ada beberapa karyawan yang memiliki *Knowledge Sharing* yang rendah. Sehingga masih ditemukan beberapa karyawan yang masih menempati kategori SKI P4.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di lapangan, penulis tertarik untuk menuangkan fenomena tersebut kedalam penelitian yang berjudul “**Pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap Kinerja Karyawan melalui inovasi (Studi Kasus pada Karyawan PT Telkom Regional III Bandung Jawa Barat)**” sehingga diharapkan dapat meningkatkan inovasi pada karyawan melalui *Knowledge Sharing*.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka berikut perumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Bagaimana Penerapan *Knowledge Sharing* berjalan di Telkom Regional III Bandung?
2. Bagaimana Penilaian Kinerja Karyawan di Telkom Regional III Bandung?
3. Bagaimana Inovasi Karyawan Di Telkom Bandung Regional III Bandung?
4. Bagaimana pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap Kinerja Karyawan di Telkom Regional III Bandung?
5. Bagaimana pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap inovasi di Telkom Regional III Bandung?
6. Bagaimana pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Karyawan di Telkom Regional III Bandung ?
7. Bagaimana pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap Kinerja karyawan melalui Inovasi di Telkom Regional III Bandung?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui penerapan *Knowledge Sharing* di Telkom Regional III Bandung.
2. Mengetahui Kinerja Karyawan Telkom Regional III Bandung.
3. Mengetahui Inovasi Karyawan Telkom Regional III Bandung.
4. Mengetahui seberapa besar pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap Kinerja Karyawan Telkom Regional III Bandung.

5. Mengetahui seberapa besar pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap inovasi di Telkom Regional III Bandung.
6. Mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi terhadap Kinerja Karyawan di Telkom Regional III Bandung.
7. Mengetahui seberapa besar pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap Kinerja Karyawan melalui inovasi di Telkom Regional III Bandung.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

Penulis berharap penelitian ini bisa menghasilkan kegunaan dan manfaat, baik dari aspek akademis maupun praktis.

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Diharapkan mampu memperkaya keilmuan di bidang Sumber Daya Manusia khususnya yang berkaitan dengan *Knowledge Sharing*. Selain itu, beberapa temuan dalam penelitian ini juga dapat dijadikan sebuah rujukan bagi peneliti selanjutnya.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu masukan bagi perusahaan terkait. Terutama untuk mengembangkan penerapan *Knowledge Sharing* untuk mencapai kinerja karyawan yang lebih baik melalui sebuah inovasi yang baru.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dalam memberikan arah serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan penelitian ini, maka disusun sistematika sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

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

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini diuraikan tentang rangkuman teori *Knowledge Sharing* sebagai variabel X, Kinerja Karyawan sebagai variabel Y dan Inovasi sebagai variabel Z, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis dan ruang lingkup penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, operasional variabel dan skala pengukuran, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini diuraikan tentang pengumpulan data, karakteristik responden, hasil penelitian, pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini diuraikan tentang kesimpulan dan saran.