



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era serba digital ini, kebutuhan masyarakat akan telekomunikasi dan teknologi semakin meningkat, ditambahnya dengan makin banyaknya produk dan layanan berbasis teknologi yang bisa memenuhi kebutuhan masyarakat. Tidak dapat dipungkiri lagi teknologi internet sangat berpengaruh pada perilaku masyarakat, banyak masyarakat berpendapat bahwa mereka tidak dapat melakukan apa-apa jika tidak ada internet. Teknologi internet tidak lagi hanya sebatas pertukaran informasi saja, tetapi internet telah mengubah praktek bisnis, pendidikan, pemerintahan, kesehatan, dan bahkan cara berinteraksi dengan orang lain (*How Internet has Changed Everyday Life*, para. 5., 2014).



Sumber: aseanup.com, 2017

Gambar 1. 1 *Digital Indonesia Januari 2017*

Berdasarkan data dari aseanup.com merupakan sebuah platform digital yang menyiarkan, menerbitkan dan menyediakan sumber daya, informasi dan layanan untuk memberdayakan bisnis dan profesional di ASEAN dan negara-negara anggotanya menyebutkan dari data Januari 2017 populasi Indonesia sebanyak 262 juta penduduk, dimana 132.7 juta penduduknya merupakan pengguna internet, 106 juta pengguna *social media*, 371.4 *mobile connection* dan 92 juta pengguna *mobile social*.

Internet sudah menjadi kebutuhan dasar manusia (Akses Internet Menjadi Kebutuhan Dasar Manusia,2014) perilaku masyarakat pun berubah seiring dengan berkembangnya teknologi internet. Selain meningkatkan produktivitas manusia, internet juga bisa memberikan hiburan. Selain memberikan banyak manfaat untuk masyarakat, internet juga mempunyai banyak manfaat untuk dunia bisnis. Internet merupakan salah faktor kunci yang mendorong ekonomi saat ini. Bahkan dalam kerangka makroekonomi yang sulit, Internet dapat mendorong pertumbuhan, ditambah dengan peningkatan produktivitas dan daya saing. Internet memberikan kesempatan untuk memperkuat perekonomian(Akses Internet Menjadi Kebutuhan Dasar Manusia,2014).

Disisi lain, visi ASEAN pada tahun 2020 memutuskan untuk memetakan arah baru kemitraan dalam pembangunan dinamis yang akan menjalin integrasi ekonomi yang lebih erat di dalam ASEAN. Dengan meningkatkan kerjasama ekonomi ASEAN melalui strategi pembangunan ekonomi, yang sejalan dengan aspirasi masyarakat, yang menekankan pada pertumbuhan yang berkelanjutan dan

setara, dan meningkatkan ketahanan nasional maupun regional, mempertahankan kinerja ekonomi ASEAN yang tinggi dengan membangun fondasi upaya kerjasama, mengkonsolidasikan pencapaian, memperluas upaya bersama dan meningkatkan bantuan timbal balik, berkomitmen untuk bergerak mendekati kohesi dan integrasi ekonomi, mempersempit kesenjangan di tingkat pembangunan di antara Negara-negara Anggota, memastikan bahwa sistem perdagangan multilateral tetap adil dan terbuka, dan mencapai daya saing global dan menciptakan Kawasan Ekonomi ASEAN yang stabil, makmur dan sangat kompetitif dimana ada arus barang, layanan dan investasi bebas, aliran modal yang lebih bebas, pembangunan ekonomi yang merata dan pengurangan kemiskinan dan kesenjangan sosial ekonomi (*ASEAN Vision 2020*, 2012).

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 19 tahun 2003 mengenai Badan Usaha Milik Negara, dijelaskan melalui pasal 2 bahwa BUMN memiliki maksud dan tujuan berupa (1) memberikan sumbangan bagi perkembangan perekonomian nasional pada umumnya dan penerimaan negara pada khususnya; (2) mengejar keuntungan; (3) menyelenggarakan kemanfaatan umum berupa penyedia baran dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan memadai bagi pemenuhan hajat hidup orang banyak; (4) menjadi perintis kegiatan-kegiatan usaha yang belum dapat dilaksanakan oleh sektor swasta dan koperasi; (5) turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi, dan masyarakat (Portal Nasional Republik Indonesia, 2017).

Peran BUMN sangat penting untuk menopang perekonomian Negara dan kesejahteraan rakyat. Untuk tetap bersaing menuju ASEAN 2020, berdasarkan pemaparan Presiden Republik Indonesia Joko Widodo mensinergikan BUMN harus terus berjalan karena akan ada perubahan dari waktu ke waktu, Pergeseran perdagangan dari *offline* ke *online*, media sosial bergeser dari konsumsi barang ke konsumsi *experience*. Dampak dari semua ini akan berakibat pada perubahan sisi produksi. Untuk itu diperlukan kesiapan menghadapi era yang sangat dinamis dan fleksibel. Oleh karena itu diperlukan untuk melakukan sinergi BUMN, diharapkan hal tersebut dapat mempercepat realisasi nilai dan visi BUMN untuk mengelola bisnis berskala internasional dan memainkan peran sebagai pelaku bisnis global. Tujuan dari sinergi itu pun agar setiap BUMN memiliki pemikiran yang sejalan terkait visi dan misi serta akar dari setiap perusahaan BUMN dan meningkatkan manajemen setiap perusahaan untuk mendukung perekonomian Indonesia dan kesejahteraan rakyat (Sinergi BUMN untuk Indonesia Hebat, 2017).



Sumber: jobplanet.com

Gambar 1. 2 BUMN yang Paling Menarik Pencari Kerja 2017

Hasil riset yang dilakukan oleh Jobplanet tentang perusahaan-perusahaan BUMN yang paling diminati oleh para pencari kerja di Indonesia sepanjang kuartal ke 2 tahun 2017, Jobplanet menemukan 5 perusahaan BUMN yang paling banyak dicari informasinya di Jobplanet.com. Pada peringkat pertama BUMN yang paling menarik perhatian pencari kerja yaitu PT Pertamina sebesar 9.92% , lalu diikuti oleh PT Bank Mandiri Tbk 4.57% , PT Bank Rakyat Indonesia 4,35%, BPJS Ketenagakerjaan 4.12% , dan PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) 3.70%. berdasarkan hasil riset jobplanet menyimpulkan bahwa tunjangan serta fasilitas yang diberikan kepada karyawan menjadi daya tarik utama dari perusahaan BUMN. Tunjangan-tunjangan tersebut termasuk tunjangan asuransi dan kesehatan, tunjangan pensiun, serta dukungan untuk pengembangan diri bagi karyawan. Telkom masuk dalam peringkat 2 laba terbesar yang dihasilkan oleh BUMN dan juga merupakan 5 perusahaan BUMN yang paling menarik perhatian bagi calon pekerja (Daya Tarik Perusahaan BUMN di Mata Pencari Kerja di Situs Jobplanet, 2017).

Telkom Indonesia merupakan BUMN yang bergerak dibidang telekomunikasi. Perubahan telekomunikasi yang semakin cepat, mendorong Telkom untuk selalu melakukan inovasi untuk tetap bisa bertahan menghadapi perubahan teknologi. Kegiatan usaha Telkom bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digital, namun masih dalam koridor telekomunikasi dan informasi. Produk yang ditawarkan antara lain *My Phone* layanan telekomunikasi yang disediakan Telkom melalui media berupa kabel tembaga atau optic, Indihome layanan *Triple Play* dari Telkom yang terdiri

dari telepon rumah, *Internet on Fiber* atau *High Speed Internet*, Telkomsel layanan telepon seluler berbasis GSM dengan koneksi tercepat dan layanan terluas dan UseTV merupakan inovasi layanan yang menawarkan pengalaman baru dalam menonton televisi (Telkom.co.id)

BUMN dituntut untuk selalu menyediakan layanan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia, pelopor sektor yang belum diminati oleh pihak swasta dan memperluas lapangan pekerjaan (Portal Nasional Republik Indonesia, 2017). Dalam menghadapi Visi MEA 2020, BUMN perlu melakukan sinergi dengan memperbaiki manajemen dimasing-masing perusahaan sehingga BUMN pun menjadi perusahaan yang tidak kalah maju dibandingkan perusahaan swasta. Dengan tujuan mencari keuntungan untuk Negara, BUMN juga dituntut untuk tetap bisa meningkatkan produktivitasnya sehingga bisa terus memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, aspek sumber daya manusia sangat penting untuk di perhatikan. Kesuksesan sebuah perusahaan baik perusahaan Negara maupun swasta ditentukan oleh bagaimana kinerja karyawan di perusahaan tersebut sehingga bisa menghasilkan performansi baik dari sisi pemenuhan *goals* perusahaan maupun *revenue* perusahaan. Karyawan merupakan asset terbesar yang dimiliki perusahaan.

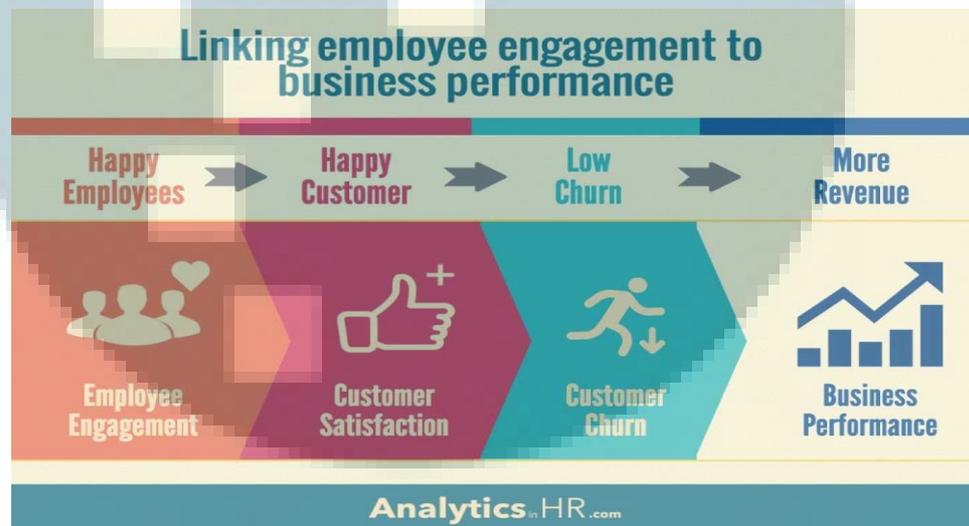
Kemajuan dari suatu perusahaan merupakan hasil dari kerja keras seluruh pihak yang ada didalamnya. Visi dan misi perusahaan harus sesuai dengan budaya dan kebutuhan perusahaan dengan kebutuhan pasar sehingga dapat menumbuhkan komitmen karyawan terhadap pekerjaan dan memupuk

semangat kerja karyawan, menumbuhkan rasa keharmonisan di dalam kehidupan kerja karyawan, dan menumbuhkan standar kerja (Widawati, Supriyadi, & Purwoko, 2017). Visi yang jelas akan mengantarkan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. Namun, semua hal tersebut belum dapat berfungsi dengan baik, jika tidak diimbangi dengan strategi yang tepat dalam penerapannya. Oleh karena itu visi, misi dan tujuan perusahaan perlu ditetapkan dalam suatu strategi yang tertuang dalam penetapan tujuan perusahaan.

Penetapan tujuan bagi suatu perusahaan sangat penting untuk karyawan dan para manager karena visi, misi dan tujuan perusahaan merupakan akar dari proses bisnis yang dilakukan oleh perusahaan. Visi dan misi perusahaan sebagai arahan dan pedoman atas semua proses pengambilan keputusan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Visi, misi dan tujuan perusahaan pun harus dimengerti dan dipahami seluruh karyawan sehingga karyawan akan mengetahui apa saja yang harus dilakukan guna mencapai tujuan yang telah ditargetkan perusahaan. Konsultan manajemen Gallup menemukan bahwa mengetahui apa yang diharapkan dari perusahaan kepada karyawan di tempat kerja sangat penting bagi karyawan yang masih terlibat dalam pekerjaan mereka. *Goal setting* telah dieksplorasi baik dari segi dampak motivasional terhadap *performance* (Locke, 1968 dikutip dalam Medlin & Green Jr, 2009) dan sebagai bagian integral dari sistem manajemen atau proses yang dirancang untuk meningkatkan *performance* (Zabaracki, 1998 dikutip dalam Medlin & Green Jr, 2009). *Goal setting* tidak hanya memperkuat bakat, proses, produktivitas, tapi juga mempengaruhi kinerja melalui dan konsentrasi,

motivasi strategis dan pengembangan taktis, mobilisasi usaha, peningkatan ketekunan (Burton & Raedeke,2008 dikutip dalam Arraya et al.,2015).

Ketidak jelasan tujuan dan apa yang diharapkan perusahaan kepada karyawan akan berdampak pada ketidak terlibatan karyawan. Faktor yang menentukan *employee engagement* tidak hanya sebatas gaji dan *benefit* yang diterima karyawan, tetapi juga bagaimana karyawan tau apa yang diharapkan oleh perusahaan pada dirinya.



Sumber: analyticinhr.com

Gambar 1.3 Hubungan Employee Engagement dan Business Performance

Menurut [analyticinhr](http://analyticinhr.com), *employee engagement* akan berdampak pada *customer satisfaction* yang akan meningkatkan *performance* dengan bertambahnya *revenue*. Perusahaan dengan tingkat *engagement* yang tinggi cenderung memiliki turnover karyawan yang lebih rendah, produktivitas yang lebih tinggi, jumlah pemegang saham yang lebih tinggi dan kinerja keuangan

yang lebih baik (Baumruk, Gorman Jr, & Gorman, 2006). *Employee engagement* adalah alat yang baik untuk membantu setiap organisasi berusaha mencapai keunggulan kompetitif dibandingkan yang lain. Orang merupakan salah satu faktor yang tidak dapat diduplikasi atau ditiru oleh pesaing dan dianggap sebagai aset paling berharga jika dikelola dan dilibatkan dengan baik. (Anitha J, 2013). Selain itu juga, karyawan yang *engage* telah muncul sebagai pendorong penting kesuksesan bisnis di pasar kompetitif saat ini dan faktor penentu keberhasilan organisasi (Lockwood, 2007 dikutip dalam Kassa & Raju, 2015).

Optimism adalah kecenderungan individu untuk percaya pada yang terbaik kemungkinan hasil dalam menghadapi ketidakpastian. Furnham, 1997 menyatakan bahwa orang optimis menekankan aspek situasi, tindakan, dan kejadian yang menguntungkan sambil mempercayai hasil terbaik di masa depan. Optimisme sangat erat kaitannya dengan konsep *self efficacy* sebuah kepercayaan pada seberapa sukses seseorang dalam hal pencapaian tugas (Gist dan Mitchell, 1992 dalam Medlin & Green Jr, 2009). Optimisme kegiatan yang berkaitan dengan pencapaian tujuan dan pengaturan sendiri. Menurut definisi, optimis merencanakan ke depan untuk mengatasi hambatan yang mungkin menggagalkan tujuan. Juga menunjukkan kepercayaan diri, bahwa meskipun ada hambatan yang sulit, mereka tetap bertahan dalam mencapai tujuan (Scheier and Carver, 1985 dalam Luthans, Lebsack & Lebsack, 2008). *Workplace optimism* merupakan hubungan yang lebih kuat dalam konteks lingkungan kerja yang menggembirakan dan menyenangkan yang dipandang positif oleh karyawan dan manajemen.

Workplace optimism adalah keyakinan bahwa hal baik itu mungkin terjadi (*The Case for Workplace Optimism*, 2013).

Employee performance pada dasarnya merupakan hasil yang dicapai dan prestasi yang dicapai di tempat kerja. Kinerja mengacu pada penyusunan rencana sambil mengarah pada hasilnya. Meskipun evaluasi kinerja adalah inti dari manajemen kinerja (Cardy, 2004 dalam Anitha J., 2013), kinerja seseorang atau organisasi sangat bergantung pada semua kebijakan, praktik, dan fitur perancangan organisasi (Anitha J., 2013). Manajemen kinerja karyawan yang lebih baik sangat penting untuk meningkatkan kinerja dan efektivitas organisasi (Stanton dan Nankervis, 2011; Stanton and Pham, 2014 dalam Nazir & Islam, 2017). Kinerja dan hasil tergantung pada cara / metode yang diterapkan organisasi untuk mengelola karyawan mereka (Delaney, 1996 dalam Ahmad, Farrukh & Nazir, 2015).

Peneliti melakukan *in depth interview* kepada 3 karyawan di Telkom Indonesia Witel Tangerang pada Manager War room yang sudah lama bekerja 5 tahun, Assistan Manager home service dengan lama bekerja lebih dari 20 tahun dan sekretariat yang sudah lama bekerja 1.5 tahun. Unit War Room bertugas mengawal semua pekerjaan di Witel Tangerang dan menyampaikan data pekerjaan kepada *General Manager*, dan menyampaikan informasi dari *General Manager* ke unit-unit lainnya selain itu juga mengendalikan dan memonitor seluruh infrastruktur ICT Telkom. Dari hasil *in depth interview*, mengungkapkan bahwa sebenarnya karyawan sudah paham mengenai *goals* perusahaan, karena di tempat kerja sudah terdapat banyak tulisan yang di tempel pada dinding

perusahaan mengenai *goals* perusahaan tahun ini. Visi dan misi perusahaan pun juga banyak di tempel di setiap unit Telkom Witel Tangerang dan juga didukung oleh *corporate culture* yang kuat, tetapi mereka mengungkapkan kadang dengan tujuan yang sudah ditetapkan mereka fokus pada tujuan tersebut, tetapi ketika terdapat suatu masalah lain yang menuntut mereka untuk menyelesaikan juga sehingga menambah pekerjaan yang awalnya bekerja untuk mencapai tujuan tetapi dengan adanya masalah penting lainnya yang tidak berhubungan dengan tujuan itu akan membuat mereka lupa dengan adanya masalah sehingga kadang berakibat kepada *customer*, dimana banyak keluhan yang datang dari *customer*. Selain itu waktu penentuan tercapainya *goals* kadang lebih lama dibandingkan yang telah ditetapkan atau disepakati seperti misalnya keluhan *customer* mengenai layanan IndiHome, teknisi ditargetkan maksimal 7 hari untuk menyelesaikan masalah *customer* dan harus langsung mendatangi rumah *customer* setelah *customer* memberikan informasi keluhan, karena setelah lebih dari 7 hari maka data keluhan *customer* pun akan hilang dari sistemnya, sehingga masih banyak masalah yang belum terselesaikan tetapi *goals* perusahaan setiap tahunnya meningkat tinggi, sehingga yang berujung pada *customer* lagi.

Pada tahun 2017 TelkomGroup mendapatkan predikat “*Best Company to Work for in Asia 2017*” versi majalah HR Asia. Penghargaan ini dipilih berdasarkan hasil survey *Employee Input* dan *Employee Engagement* yang melibatkan sekitar 200 perusahaan dengan latar belakang industri yang beragam di Indonesia. Faktor-faktor yang dinilai diantaranya keterlibatan karyawan, budaya kerja, tingkat *turn-over*, termasuk tingkat kecelakaan kerja yang

keseluruhannya berujung pada tingkat kepuasan kerja karyawan. Namun, berdasarkan hasil *in depth interview*, ditemukan masalah mengenai keterlibatan karyawan tetap, selain itu juga belum adanya *employee engagement survey* pada tiap tahunnya. Pada karyawan organik yang rata-rata gen X dan *babyboomer*, keterlibatan para karyawan gen X dan *babyboomer* sudah mulai menurun, berdasarkan observasi peneliti yang melakukan kerja magang di perusahaan tersebut, melihat bahwa hanya beberapa unit saja dimana para karyawannya dilihat terlibat karena mereka bekerja untuk mencapai tujuan dengan semangat yang tinggi dilihat dari seringnya unit tersebut bekerja lembur hampir setiap hari dibandingkan unit-unit lainnya. Sedangkan pada unit *customer care* dan sistem informasi, kebanyakan karyawannya datang ke kantor tidak sesuai dengan jam yang telah ditetapkan. Jam kantor yaitu mulai pukul 08.00 sampai dengan 17.00 dimana diatas jam 18.00 dianggap lembur, sedangkan di beberapa unit, para karyawan datang mulai pukul 09.00 / 10.00 dan pulang pada sebelum pukul 17.00. Seringnya penugasan dan mutasi karyawan pun menjadi kendala dalam melakukan pekerjaannya, banyak yang menganggap bahwa pada saat mereka sedang melakukan suatu *project* untuk memenuhi *goals* perusahaan, tetapi tiba-tiba mereka ditugaskan untuk pindah ke unit lain ataupun di mutasi ke wilayah lainnya. Pada saat penugasan ke unit lain itu mereka kadang merasa kurang cocok pada unit yang ditugaskan tetapi dituntut untuk melakukan pekerjaan yang barunya yang sebelumnya tidak pernah dilakukan. Kebanyakan dari *babyboomer* dan *gen X* merasa mereka lebih memilih untuk bekerja sesuai yang telah ditetapkan sebelumnya dibandingkan dengan pekerjaan sebelumnya karena kebanyakan dari mereka pun akan pensiun dalam waktu dekat.

Karena kurangnya *engage* dari karyawan itu mengakibatkan pada kurangnya rasa optimis dari karyawan untuk bisa mencapai *goals* perusahaan. 7 dari 12 *engagement driver* pada survei *employee engagement* karyawan QUS Gallup, terkait dengan optimisme. Optimism bisa berpengaruh positif terhadap *leadership effectiveness* (Chemers et al., 2000 dalam Medlin & Green Jr, 2009). Setelah melakukan kerja magang selama 3 bulan, peneliti menemukan bahwa tingkat keyakinan para karyawan untuk mencapai *goals* perusahaan masih kurang, dilihat dari kurang antusiasnya karyawan dalam memberikan solusi atau ide untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang dihadapi menjelang berakhirnya akhir tahun 2017.

Selain itu, berdasarkan hasil observasi peneliti mengenai *employee performance* yang dilihat berdasarkan *customer satisfaction* karena pada tahun 2017 ini Telkom ingin meningkatkan *net promoter score*, peneliti menemukan masih banyak keluhan-keluhan yang di sampaikan oleh *customer* melalui media sosial. Target untuk menyelesaikan keluhan-keluhan *customer* yaitu teknisi dapat menyelesaikannya maksimal 7 hari dari target itu diharapkan keluhan-keluhan *customer* akan teratasi kurang dari 7 hari sehingga untuk pengerjaan keluhan *customer* tidak menumpuk. Berdasarkan hasil observasi peneliti menemukan bahwa Facebook Telkom Care pada bulan September 2017 terdapat 108 keluhan, 6 Komen pujian dan pada mediakonsumen.com keluhan selama tahun 2017 terdapat 22 keluhan mengenai *service* yang diberikan Telkom. Dilihat dari banyaknya keluhan, maka untuk mencapai *net promoter score* yang diinginkan

masih kurang, sedangkan Telkom ingin meningkatkan *customer experience* dan ingin membuat *customer* bisa mempromosikan Telkom kepada orang lainnya sehingga Telkom dapat mudah mencapai target tahun 2017 yaitu 3 juta IndiHome.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisi Pengaruh Goal Setting, Employee Engagement dan Optimism terhadap Performance: Telaah pada Karyawan Telkom Indonesia Witel Tangerang**”.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, peneliti merumuskan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Apakah *Goal Setting* memiliki pengaruh positif terhadap *Employee Engagement* pada karyawan Telkom Witel Tangerang?
2. Apakah *Employee Engagement* memiliki pengaruh positif terhadap *Workplace Optimism* pada karyawan Telkom Witel Tangerang?
3. Apakah *Workplace Optimism* memiliki pengaruh positif terhadap *Employee Performance* pada karyawan Telkom Witel Tangerang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian di atas, peneliti merumuskan tujuan penelitian dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Goal Setting* terhadap *Employee Engagement* pada karyawan Telkom Witel Tangerang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Employee Engagement* terhadap *Workplace*

Optimism pada karyawan Telkom Witel Tangerang.

3. Untuk mengetahui pengaruh *Workplace Optimism* terhadap *Employee Performance* pada karyawan Telkom Witel Tangerang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ilmu pengetahuan dan informasi kepada para pembaca mengenai pengaruh *Goal Setting, Employee Engagement, Workplace Optimism* terhadap *Employee Performance* telaah pada karyawan Telkom Witel Tangerang.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini menjadi penting karena dalam menghadapi Visi MEA 2020, BUMN perlu melakukan sinergi dengan memperbaiki manajemen dimasing-masing perusahaan sehingga BUMN pun menjadi perusahaan yang tidak kalah maju dibandingkan perusahaan swasta. Dengan tujuan mencari keuntungan untuk Negara, BUMN juga dituntut untuk tetap bisa meningkatkan produktivitasnya sehingga bisa terus memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, aspek sumber daya manusia sangat penting untuk di perhatikan. Kesuksesan sebuah perusahaan baik perusahaan Negara maupun swasta ditentukan oleh bagaimana kinerja karyawan di perusahaan tersebut sehingga bisa menghasilkan performansi baik dari sisi pemenuhan *goals* perusahaan maupun *revenue* perusahaan.

Penelitian ini dapat memberikan informasi bagi Telkom Witel Tangerang apakah *Goal Setting*, *Employee Engagement* dan *Workplace Optimism* merupakan alat ukur yang akurat untuk menilai *Employee Performance* pada para karyawan Telkom Witel Tangerang. Penelitian ini bermanfaat agar perusahaan dapat meningkatkan *Employee Performance* sehingga tingkat produktivitas karyawan Telkom Witel Tangerang tinggi dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia. Penelitian ini juga akan memberikan informasi dan saran bagaimana Telkom Witel Tangerang harus memperhatikan *goal setting* untuk menghadapi Visi MEA 2020 serta pendekatan-pendekatan seperti apa yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan *engagement*, *workplace optimism* dan *performance* para karyawannya.

1.5 Batasan Penelitian

1. Penulis melakukan penelitian kepada karyawan Telkom Witel Tangerang.
2. Responden penelitian merupakan karyawan tetap, minimal pendidikan D3 dan telah bekerja lebih dari 2 tahun.
3. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada karyawan Telkom Witel Tangerang yang berjumlah 151 orang.
4. Penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 23 untuk *pre-test* dan AMOS versi 22.0 untuk *main test*.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab dan setiap bab memiliki fungsinya

masing-masing. Kelima bab memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lainnya yang dimaksudkan agar skripsi ini menjadi jelas dan lengkap. Adapun sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang penulisan dan alasan pemilihan judul, rumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi ini. Penjelasan umum mengenai BUMN, Manajemen Sumber Daya Manusia, *Goal Setting*, *Employee Engagement*, *Workplace Optimism* dan *Employee Performance* dibahas di sini untuk memberikan gambaran umum tentang fenomena yang terjadi pada Telkom Witel Tangerang.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang teori-teori yang mampu mendukung penyusunan penelitian ini dengan tujuan menjadi pedoman dalam melaksanakan penelitian secara terperinci. Teori- teori yang disertakan dalam bab ini adalah teori Manajemen, Manajemen Sumber Daya Manusia, *Goal Setting*, *Employee Engagement*, *Workplace Optimism* dan *Employee Performance* serta teori lanjutan yang mendukung teori-teori yang diuraikan tersebut.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, penulis memaparkan gambaran secara umum objek penelitian. Gambaran umum Telkom Indonesia dan perkembangannya. Dalam bab ini juga diuraikan mengenai variabel penelitian beserta definisi

operasionalnya, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil-hasil dari penelitian berdasarkan hasil kuesioner yang dilakukan serta deskripsi dari analisis output kuesioner. Dalam hal ini penulis menguraikan tentang pengaruh *Goal Setting* terhadap *Employee Engagement*, *Employee Engagement* terhadap *Workplace Optimism*, *Workplace Optimism* terhadap *Employee Performance*, kemudian dihubungkan dengan teori-teori yang terkait serta hasil penelitian sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang di dapat berdasarkan dari hasil penelitian dan merupakan jawaban dari rumusan masalah, serta pada bab ini penulis juga memberikan saran-saran terkait dengan penelitian ini baik untuk perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya.

U
M
N