BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek

1.1.1 Profil Umum PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk

PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) merupakan BUMN yang berperan sebagai penyelenggara terbesar layanan telekomunikasi dan jaringan di Indonesia. Berdiri sejak 23 Oktober 1856, dengan statusnya sebagai perusahaan milik negara yang sahamnya diperdagangkan di bursa saham, pegang saham mayoritas perusahaan adalah Pemerintah Republik Indonesia sedangkan sisanya dikuasai oleh publik. Sampai dengan saat ini, Telkom merupakan perusahaan BUMN dimana sebesar (52,47%) sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia dan sebesar (47,53%) sahamnya dimiliki oleh publik serta investor dari dalam dan luar negeri.

Telkom telah melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia dengan rangkaian lengkap layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak, layanan seluler, layanan jaringan, dan interkoneksi, serta layanan internet dan komunikasi data. Telkom juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media, dan edutaiment, termasuk *cloud-based and server-based managed services*, layanan *e-payment* dan IT-*enabler*, TV berbayar, serta *e-commerce* dan layanan portal lainnya. Sampai dengan tahun 2016, PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk mencatat bahwa perusahaan memiliki 14.933 karyawan Telkom dan terdapat 8.943 karyawan pada enitas anak.

Telkom selalu berusaha untuk hadir di setiap daerah di Indonesia mulai dari Sabang sampai Merauke untuk melayani permintaan pelanggan, oleh karena itu untuk menjalankan operasinya Telkom membentuk divisi-divisi yang yang mampu menjangkau hingga 95% populasi Indonesia di seluruh penjuru nusantara untuk melayani kebutuhan komunikasi berbagai lapisan masyarakat. Telkom membentuk dan mengelompokkan divisi-divisi ke dalam beberapa regional. Divisi-divisi regional tersebut mencakup:

a. Divisi Regional I, Pulau Sumatera
b. Divisi Regional II, Jakarta dan Sekitarnya
c. Divisi Regional III, Jawa Barat
d. Divisi IV, Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta
e. Divisi V, Jawa Timur
f. Divisi VI, Pulau Kalimantan
g. Divisi VII, Indonesia bagian Timur yang meliputi daerah Sulawesi, Bali, Maluku, Nusa Tenggara, dan Irian Jaya.

Divisi III yang mencakup daerah Jawa Barat memegang beberapa daerah bagian yang termasuk ke dalam provinsi Jawa Barat, meliputi:

a. Kota Bandung
b. Kota Cimahi
c. Kabupaten Bandung
d. Kabupaten Bandung Barat
e. Kabupaten Kuningan
f. Kabupaten Indramayu
g. Kota Cirebon
h. Kabupaten Cirebon
i. Kabupaten Majalengka
j. Kota Sukabumi
k. Kabupaten Sukabumi
l. Kabupaten Ciamis
m. Kabupaten Cianjur
n. Kota Tasikmalaya
o. Kabupaten Tasikmalaya
p. Kabupaten Lebak
q. Kabupaten Subang
r. Kabupaten Pandeglang
s. Kabupaten Garut

Salah satu Divisi PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk yang ada di Regional III yaitu Jawa Barat berpusat di Kota Bandung.

1.1.2 Visi, Misi, dan Logo Telkom

Telkom memiliki visi dan misi untuk menjalankan tugas-tugasnya, diantaranya adalah sebagai berikut:

Visi

Be the King of Digital in the Region

Misi

Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization

Makna Logo PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk

Gambar 1.1

Logo PT. Telekomunikasi Tbk

Sumber: Website Resmi PT. Telekomunikasi Tbk
http://www.telkom.co.id/assets/uploads/2016/12/Telkom-Logo.png

(Diakses pada tanggal 25 Oktober 2017 pada pukul 21:14)

Telkom mengusung sebuah logo baru yang berbeda dari logo sebelumnya. Terdapat beberapa penjelasan mengenai makna dari logo PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Berikut adalah beberapa penjabaran mengenai makna filosofis dibalik logo baru yang dibentuk oleh 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 menghadapi tantangan.

2) Putih – Suci, Damai, Cahaya, Bersatu

   Mencerminkan semangat Telkom untuk selalu memberikan yang terbaik baik bagi bangsa.

3) Hitam – Warna Dasar

   Melambangkan suatu kemauan yang keras.

4) Abu – Warna Transisi

   Melambangkan teknologi.

1.1.3 Kegiatan Usaha Telkom

Kegiatan usaha Telkom bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi, dan digital, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan infromasi. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, menyebutkan bahwa maksud dan tujuan kegiatan usaha adalah untuk menyelanggarakan jaringan dan jasa ptelekomunikasi, informatika serta optimalisasi sumber daya perseroan. Untuk mencapai tujuan tersebut diatas, perusahaan menjalakan kegiatan usaha yang meliputi:

a. Usaha Utama

1) Merencanakan, membangun, menyediakan, mengembangkan, mengoperasikan, memasarkan atau menjual/menyewakan dan memelihara jaringan telekomunikasi dan informatika dalam arti yang seluas-luasnya dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.
2) Merencakan, mengembangkan, menyediakan, memasarkan atau menjual dan meningkatkan layanan jasa telekomunikasi dan informatika dalam arti yang seluas-luasnya dengan memperhatikan ketentuan perundang-undangan.
3) Melakukan investasi termasuk penyertaan modal pada perusahaan lainnya sejalan dengan dan untuk mencapai maksud dan tujuan Perseroan.

b. Usaha Penunjang

1) Menyediakan layanan transaksi pembayaran dan pengiriman uang melalui jaringan telekomunikasi dan informatika.
2) Menjalankan kegiatan dan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya yang dimiliki perusahaan, antara lain pemanfaatan aset tetap dan aset bergerak, fasilitas sistem informasi, fasilitas pendidikan dan pelatihan dan fasilitas pemeliharaan dan perbaikan.
3) Bekerja sama dengan pihak lain dalam rangka optimalisasi sumber daya informatika, komunikasi atau teknologi yang dimiliki oleh pihak lain pelaku industri informatika, komunikasi dan teknologi, sejalan dengan dan untuk mencapai maksud dan tujuan Perseroan.

c. Strategi Perusahaan

Sasaran strategi perusahaan untuk mencapai tujuan adalah *improving market capitalization.* Strategi PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk terdiri dari:

1) *Directional Strategy: sustainable competitive growth*
2) *Portofolio Strategy: converged TIMES Portofolio*
3) *Parenting Strategy: strategic guidance*

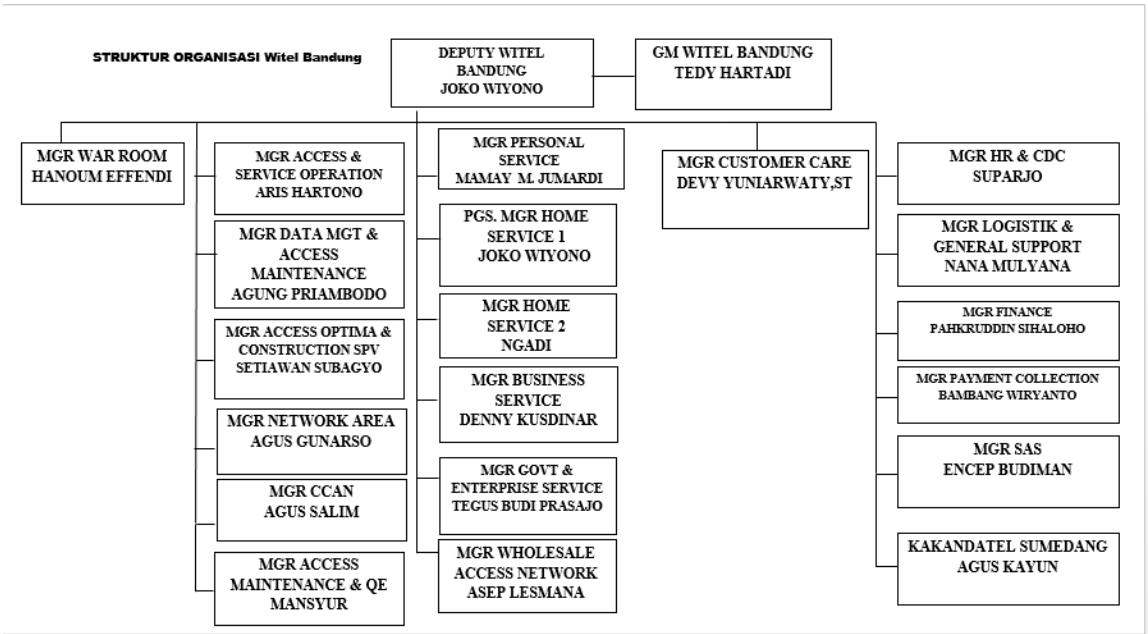
d. Kantor Layanan Pembantu PT Telekomunikasi Indonesia Tbk

PT Telekomunikasi Indoensia Tbk memiliki banyak kantor cabang layanan pembantu yang tersebar diseluruh daerah di Indonesia. Hal tersebut dilakukan oleh PT Telkom agar perusahaan selalu berada dekat dengan masyarakat sebagai konsumen dari produk-produk PT Telkom. Kantor layanan pembantu PT Telkom dikenal dengan Plasa Telkom. Plasa Telkom tersebar di berbagai daerah salah satunya di Kota Bandung, yaitu Plasa Telkom Lembong Bandung. Plasa Telkom diposisikan sebagai kantor layanan yang berada sangat dekat dengan konsumen. Dikarenakan jika konsumen ingin mendapatkan informasi atau menyampaikan keluhan, konsumen bisa langsung mendatangi Plasa Telkom. Plasa Telkom Lembong Bandung yang berlokasi di Jalan Lembong No.11, Braga, Kota Bandung merupakan kantor layanan pembantu yang berperan untuk melayani 4 aktivitas, diantaranya adalah:

1) Informasi: Pelanggan dapat bertanya seputar produk dan program layanan yang disediakan oleh Telkom.
2) Berlangganan: Pelanggan dapat melakukan registrasi berlangganan produk dan layanan Telkom.
3) Penjualan dan Pembayaran: Pelanggan dapat melakukan pembayaran tagihan dan pembelian *voucher* / kartu perdana Telkom Group.
4) Keluhan: Pelanggan dapat menyampaikan keluhan mengenai produk dan layanan Telkom.

1.1.4 Stuktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah struktur bisnis dan organisasi dari PT Telkom area Witel Bandung:



Gambar 1.2

Struktur Organisasi PT Telkom Witel Bandung

Sumber: HR & CDC PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Regional III area Witel Bandung

1.2 Latar Belakang Penelitian

Keberhasilan perusahaan atau organisasi berkaitan erat dengan kondisi Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki perusahaan atau organisasi tersebut. Salah satu penunjang keberhasilan terbesar perusahaan adalah seberapa besar kinerja dari setiap SDM yang dimiliki oleh perusahaan. Karyawan yang memiliki motivasi kerja yang baik dan merasa puas merupakan aset penting perusahaan, karena akan meningkatkan performa serta kesuksesan organisasi. Drake *et al.*, (2009) dalam Chepkosgey (2015: 2)

Pentingnya peran SDM yang baik dalam perusahaan didukung oleh pendapat dari Hasibuan (2017: 10), yaitu “Manusia selalu berperan aktif dan dominan dalam setiap kegiatan organisasi karena manusia menjadi perencana, pelaku, dan penentu terwujudnya tujuan organisasi. Tujuan tidak mungkin terwujud tanpa peran aktif

karyawan meskipun alat-alat yang dimiliki perusahaan begitu canggihnya. Alat-alat canggih yang dimiliki perusahaan tidak ada manfaatnya bagi perusahaan, jika peran aktif karyawan tidak diikutsertakan." SDM menjadi salah satu penopang berdirinya suatu perusahaan dikarenakan setiap individu yang bekerja untuk suatu perusahaan memiliki peran yang berbeda-beda sebagai pihak-pihak yang dapat melakukan perencanaan hingga pengambilan keputusan. Peran dari SDM juga tidak dapat digantikan oleh keberadaan mesin atau teknologi. Hal itulah yang menjadikan kinerja dari setiap individu yang ada di suatu perusahaan menjadi sangat penting.

Menurut pendapat Denka (dalam Chepkosgey, 2015: 2), Karyawan dengan tingat kinerja dan produktivitas yang tinggi merupakan aset berharga bagi perusahaan karena jenis karyawan tersebut akan mendatangkan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan sendiri. Keuntungan yang didapatkan perusahaan apabila adanya motivasi kerja yang tinggi dari karyawan disampaikan oleh pendapat dari Hasibuan (2017: 107) yaitu, "Jika ada kesempatan bagi setiap karyawan dipromosikan berdasarkan asas keadilan dan objektivitas, karyawan akan terdorong bekerja giat, bersemangat, berdisiplin, dan berprestasi kerja sehingga sasaran perusahaan secara optimal dapat dicapai."

Salah satu faktor yang dapat dilihat dari motivasi kerja karyawan adalah tingkat prestasi kerja yang dihasilkan oleh setiap karyawan dan juga tingkat kehadiran (absensi) karyawan. Pernyataan tersebut didukung oleh pendapat Hasibuan (2017: 141) bahwa, "Perusahaan bukan saja mengharapkan karyawan mampu, cakap, dan terampil, tetapi yang terpenting mereka mau bekerja giat dan berkeinginan untuk mencapai hasil kerja yang maksimal. Kemampuan dan kecakapan karyawan tidak ada artinya bagi perusahaan jika mereka tidak mau giat bekerja". Sehingga dalam pencapaian target dari masing-masing karyawan, motivasi kerja juga dapat diukur dengan tingkat kehadiran serta tingkat keinginan untuk bekerja yang dimiliki karyawan.

Hal tersebut juga diperkuat oleh pernyataan dari Alonso dan Lewis (dalam Aarabi, *et al*, 2013: 2), berpendapat bahwa perusahaan harus mampu menghadapi suatu tantangan yaitu mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat memotivasi karyawan mereka guna meningkatkan kinerjanya. Di samping melihat pencapaian

target dari masing-masing karyawan, motivasi kerja juga dapat diukur dengan tingkat kehadiran serta tingkat keinginan untuk bekerja yang dimiliki karyawan.

Telkom dipilih oleh peneliti sebagai objek dalam penelitian ini dikarenakan menurut data yang didapatkan dari website resmi Telkom mengatakan bahwa, Telkom merupakan perusahaan telekomunikasi yang meraih peringkat kedua sebagai *Top 100 Value Brand* terbesar di Asia Tenggara sejak tahun 2014. Telkom juga mendapatkan banyak penghargaan di bidang *Human Resources* dari *Indonesian Human Capital Study* (IHCS). Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengenai SDM yang ada di PT Telkom khususnya Witel Bandung pada Plasa Telkom Lembong Bandung. Plasa Telkom Lembong Bandung dipilih oleh peneliti sebagai objek penelitian dikarenakan berdasarkan rekomendasi dari Kantor Pusat PT Telkom yang berlokasi di Jalan Japati, Bandung mengenai fenomena masalah yang ada pada pelaksanaan promosi jabatan dan juga tingkat motivasi kerja karyawan yang ada.

Menurut observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Annisa Yuditya Pratiwi selaku staff *HR Service* di Kantor Pusat Telkom yang berlokasi di Jalan Japati, Bandung mengatakan bahwa Telkom memberlakukan sistem absensi dengan sistem *mood*. Setiap karyawan melakukan absen, karyawan akan diminta untuk mengisikan *feeling/mood* bekerja pada hari itu. Terdapat lima jenis *feeling* yaitu: Semangat, Bahagia, Sedih, Nyaman, dan Tertekan. Telkom baru memberlakukan sistem absensi dengan sistem *mood* ini pada tahun 2016. Sistem absensi baru ini diharapkan bukan hanya menunjukkan tingkat kehadiran karyawan tetapi juga diharapkan dapat menunjukkan *mood* kerja karyawan setiap harinya. Berdasarkan hasil data internal Telkom Regional III, tingkat absensi dan *mood* kerja karyawan pada Plasa Telkom Lembong Bandung selama tahun 2016 – Oktober 2017 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1

Laporan Data Absensi Karyawan Plasa Telkom Lembong Bandung pada tahun 2016 - Oktober 2017

Tahun	Gembira	Nyaman	Sedih	Semangat	Tertekan
2016	64,53%	65,75%	59,32%	83,61%	83,61%
2017	35,47%	34,25%	40,68%	36,91%	16,39%

Sumber: HR & CDC Telkom Regional III

Sampai dengan saat ini jumlah karyawan yang ada di Plasa Telkom Lembong Bandung adalah berjumlah 166 orang (posisi pada Oktober 2017). Berdasarkan laporan data absensi karyawan Plasa Telkom Lembong Bandung, hasil penilaian absensi dan *mood* kerja diatas yaitu:

1. Sampai dengan Oktober 2017, masih ada karyawan yang masuk kedalam kategori Sedih dengan angka 40,68% dan 16,39% karyawan masuk kedalam kategori Tertekan dalam bekerja.
2. Sampai dengan Oktober 2017, untuk kategori Gembira, Nyaman, dan Semangat belum ada yang mencapai angka 50% atau lebih bahkan sempat mengalami penurunan dari tahun sebelumnya.
3. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap karyawan yang hadir di kantor memiliki *mood* kerja yang berbeda-beda. Berdasarkan data absensi pada tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa ada beberapa diantara karyawan memiliki *mood* kerja yang kurang baik. Menurut Sherman dalam Edison *et al.* (2017: 180), Motivasi dapat memberikan energi perilaku pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja. Sehingga dapat dilihat bahwa motivasi kerja karyawan pada Plasa Telkom Lembong Bandung dalam kategori kurang baik.

Berdasarkan data diatas mengnai *feeling/mood* kerja karyawan di Plasa Telkom Lembong Bandung menunjukkan penurunan yang lumayan besar dari tahun 2016 hingga tahun 2017. Dikarenakan adannya *feeling/mood* kerja yang kurang baik dari karyawan mengakibatkan menurunnya juga kinerja karyawan dan pencapaian target kerja individu. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada karyawan yang berada di Divisi *Human Resources*, penuruanan angka terhadap *feeling/mood* kerja karyawan diakibatkan karena banyakya tugas-tugas yang diturunkan ke kantor-

kantor witel Bandung dari kantor pusat PT Telkom dan salah satunya dilimpahkan tugas yang amat banyak ke Plasa Telkom Lembong Bandung. Selain itu, setelah adanya pensiun dini, membuat PT Telkom mengalami kekurangan jumlah karyawan, sehingga terjadi penumpukan pekerjaan yang ada.

Tingkat motivasi kerja karyawan dapat dilihat, apabila kebutuhan pokok karyawan seperti gaji sudah dipenuhi oleh perusahaan, maka karyawan membutuhkan pemenuhan ego dan penghargaan lain yang bisa memotivasi mereka untuk tetap bekerja. (Pride *et al.* 2005) dalam Chepkosgey (2015: 3). Maka dari itu, promosi jabatan merupakan salah satu cara untuk memberikan penghargaan terhadap kinerja yang telah dilakukan oleh karyawan terhadap perusahaan, dengan adanya promosi jabatan dapat memotivasi karyawan agar selalu bekerja dengan baik.

Hasibuan (2017: 107) berpendapat bahwa Promosi Jabatan memberikan peran penting bagi setiap karyawan, bahkan menjadi idaman yang selalu dinanti-nantikan. Promosi berarti ada kepercayaan dan pengakuan mengenai kemampuan serta kecakapan karyawan bersangkutan untuk menduduki jabatan yang lebih tinggi, dengan demikian promosi akan memberikan status sosial, wewenang *(authority),* tanggung jawab *(responsibility),* serta penghasilan *(outcomes)* yang semakin besar bagi karyawan." Setiap karyawan yang memiliki kinerja yang baik serta prestasi kerja yang tinggi sangat mendambakan adanya Promosi Jabatan. Hal tersebut dikarenakan Promosi Jabatan menjadi salah satu pengakuan dari perusahaan terhadap kemampuan kerja yang dimiliki oleh karyawan tersebut, sehingga karyawan yang mendapatkan Promosi Jabatan dapat termotivasi lebih tinggi untuk memberikan konstribusi lebih kepada perusahaan.

Terdapat satu hubungan yang erat antara diadakannya promosi jabatan yang akan meningkatkan kinerja karyawan di suatu perusahaan. Chepkosgey (2015: 3) berpendapat bahwa, karyawan membutuhkan kehormatan dan pengakuan dari pihak lain terhadap hasil pencapaian yang telah dicapai selama mereka bekerja. Pada tingkat atas dalam kebutuhan hierarki adalah kebutuhan akan aktualisasi diri dan keinginan untuk terus berkembang. Hal tersebut dapat dicapai dengan diadakannya promosi jabatan dengan pemberian tanggung jawab pekerjaan yang lebih besar.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti pada 30 Oktober 2017 pukul 08.52 – 09.47, dengan narasumber Rony Ruchiyat (Asisten Manajer HR *Service* Witel Bandung) yang berada di Plasa Telkom Lembong Bandung, salah satunya adalah Plasa Telkom Lembong Bandung melaksanakan pengalokasian karyawan dengan mempertimbangkan nama posisi yang sudah ada, atau sedang dan akan dijabat oleh karyawan, *Layer* posisi, lokasi, kerja, jumlah formasi, rencana pengaturan karyawan tiap bulan termasuk didalamnya Promosi Jabatan. Sehingga dari hasil wawancara tersebut dikatakan bahwa, Promosi Jabatan yang dilaksanakan di Witel Bandung adalah dengan mengisi posisi-posisi yang kosong dan sesuai permintaan direksi. Apabila terdapat posisi yang kosong, maka dewan direksi akan meminta diadakannya Sidang Jabatan (Sijab). Didalam sidang jabatan tersebut, baik dari Divisi HR *(Human Resources)* maupun dari divisi lain sudah menyiapkan nama-nama karyawan yang akan diusulkan untuk mengisi posisi jabatan tersebut. Setiap bulannya, Witel Bandung mengusulkan nama-nama karyawan yang berhak mendapatkan Promosi Jabatan kepada Kantor Pusat Regional III Jawa Barat.

Menurut hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan Ronny Ruchiyat selaku Asisten Manajer *HR Service* Witel Bandung pada Plasa Lembong, suatu permasalahan yang sering terjadi pada saat adanya posisi jabatan yang kosong adalah mencari nama-nama karyawan yang memiliki kemampuan kerja serta prestasi kerja. Dikarenakan pengusulan nama-nama karyawan yang akan di promosikan dilakukan setiap bulannya, maka Plasa Telkom Lembong Bandung sering mengalami kesulitan mencari kandidat-kandidat karyawan yang akan di promosikan, karena melihat dari tingkat prestasi kerja dan motivasi karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya. Hal tersebut menjadi suatu fokus tersendiri dikarenakan karyawan tersebut akan mendapatkan promosi jabatan dimana karyawan tersebut akan diberikan tanggung jawab dan wewenang yang lebih tinggi.

Tabel 1.2 menjelaskan mengenai tingkatan Sasaran Kerja Individu (SKI) yang digunakan sebagai gambaran mengenai pencapaian target kinerja yang diberlakukan pada karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Regional III area Witel Bandung sebagai berikut:

Tabel 1.2

Kategori Tingkat Sasaran Kerja Individu (SKI) Karyawan

Plasa Telkom Lembong Bandung

Range Nilai (%)	Penilaian Kompetensi Karyawan	Simbol
≥110	Istimewa	P1
≥103 s.d <110	Baik Sekali	P2
≥96 s.d <103	Baik	P3
≥90 s.d <96	Kurang	P4
<90	Kurang Sekali	P5

Sumber: HR & CDC Telkom area Witel Bandung

Sesuai dengan kriteria sasaran kerja individu diatas, berikut ini merupakan data rekapitulasi berdasarakan pencapaian sasaran kerja individu pada Plasa Telkom Lembong Bandung dari tahun 2014 – 2016 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3

Hasil Penilaian Sasaran Kerja Individu (SKI) Karyawan Plasa Telkom Lembong Bandung pada tahun 2014-2016

Tahun 2014	Tahun 2015	Tahun 2016	Keterangan
0%	0%	0%	P1
38,6%	53%	97,4%	P2
61,4%	46,2%	1,5%	P3

0%	0,8%	1,1%	P4
0%	0%	0%	P5

Sumber: HR & CDC Telkom Regional III area Witel Bandung

Hingga saat ini jumlah karyawan yang ada di Plasa Telkom Lembong Bandung adalah berjumlah 166 orang (Hingga Oktober 2017), Sehingga dari tabel 1.3 dapat diketahui bahwa hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap penilaian Sasaran Kerja Individu (SKI)**,** terdapat beberapa kelemahan pada nilai kinerja individu Plasa Telkom Lembong Bandung, yaitu:

1. Masih ada karyawan yang memiliki angka kinerja di level P4 pada tahun 2015 sebesar 0,8% dan mengalami kenaikan pada tahun 2016 menjadi 1,1%.
2. Sampai tahun 2016 belum ada karyawan yang mencapai level kinerja P1.

Hal ini mengidentifikasikan bahwa tingkat sasaran kerja (pencapaian target) karyawan masih perlu ditingkatkan.

Berdasarkan kedua data yang ada pada tabel 1.1 dan tabel 1.3 mengenai tingkat absensi dan pencapaian target kerja yang dimiliki karyawan Plasa Telkom Lembong Bandung menunjukkan pada level yang baik tetapi belum ada yang dapat mencapai level sangat baik. Dengan begitu, kedua hal tersebut sangat berkaitan erat dengan tingkat motivasi kerja karyawan. Dapat dikatakan bahwa perlu adanya peningkatan motivasi kerja karyawan supaya adanya peningkatan juga dari sisi pencapaian target kerja dan kompetensi kerja karyawan di Plasa Telkom Lembong Bandung.

Berdasarkan fenomena mengenai keadaan motivasi karyawan dan proses Promosi Jabatan pada Plasa Telkom Lembong Bandung, apabila kebutuhan dasar karyawan yang berupa gaji pokok hingga faktor kebutuhan akan penghargaan sudah terpenuhi, maka motivasi kerja karyawan tersebut patut untuk diteliti lebih dalam. Dikarenakan Promosi Jabatan adalah sebagai salah satu bentuk pengakuan dan penghargaan dari perusahaan terhadap karyawan yang butuh akan aktualisasi diri. Hal tersebut didukung oleh Hasibuan (2017: 156) yaitu, “Aktualisasi diri berhubungan dengan pertumbuhan seorang individu. Kebutuhan ini berlangsung terus terutama sejalan dengan meningkatkan jenjang karier seorang individu.”

Sehingga dari pemaparan latar belakang diatas maka, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Promosi Jabatan terhadap Motivasi Kerja Karyawan pada Plasa Telkom Lembong Bandung"**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut, "Apakah Promosi Jabatan yang dilakukan oleh PT. Telkom Indonesia Tbk Regional III area Witel Bandung memengaruhi motivasi kerja karyawan?" Penulis mengidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana promosi jabatan pada Plasa Telkom Lembong Bandung?
2. Bagaimana motivasi kerja karyawan pada Plasa Telkom Lembong Bandung?
3. Apakah promosi jabatan berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan pada Plasa Telkom Lembong Bandung.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui promosi jabatan pada Plasa Telkom Lembong Bandung.
2. Untuk mengetahui motivasi kerja karyawan Plasa Telkom Lembong Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi jabatan terhadap motivasi kerja karyawan pada Plasa Telkom Lembong Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berguna untuk kajian yang lebih komperhensif dalam pengembangan ilmu sumber daya manusia yang khususnya mengenai Promosi Jabatan dan motivasi kerja karyawan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat menjadi tambahan informasi serta masukan dan saran bagi perusahaan mengenai kebijakan organisasi terhadap Promosi Jabatan dan mengetahui tingkat motivasi kerja karyawan. Sehingga dapat membantu untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada didalam organisasi.

1.6 Lokasi, Waktu, dan Periode Penelitian

Lokasi Penelitian	: Plasa Telkom Lembong, Jl. Lembong No.11, Braga, Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40111
Waktu Penelitian	: Oktober 2017 – Januari 2018
Periode Penelitian	: 3 bulan