

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### A. Gambaran Umum

##### 1. Profil PT Telkom Indonesia

PT Telkom 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”.

Dalam upaya bertransformasi menjadi *digital telecommunication company*, TelkomGroup mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*). Transformasi tersebut akan membuat organisasi TelkomGroup menjadi lebih *lean* (ramping) dan *agile* (lincah) dalam beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan *customer experience* yang berkualitas. Kegiatan usaha TelkomGroup bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri

telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melengapi *legacy* yang sudah ada sebelumnya.

Saat ini TelkomGroup mengelola 6 produk portofolio yang melayani empat segmen konsumen, yaitu korporat, perumahan, perorangan dan segmen konsumen lainnya. Berikut penjelasan portofolio bisnis TelkomGroup:

a) ***Mobile***

Portofolio ini menawarkan produk *mobile voice*, SMS dan *value added service*, serta *mobile broadband*. Produk tersebut ditawarkan melalui entitas anak, Telkomsel, dengan merk Kartu Halo untuk pasca bayar dan simPATI, Kartu As dan Loop untuk pra bayar.

b) ***Fixed***

Portofolio ini memberikan layanan *fixed service*, meliputi *fixed voice*, *fixed broadband*, termasuk Wi-Fi dan *emerging wireless technology* lainnya, dengan *brand* IndiHome.

c) ***Wholesale & International***

Produk yang ditawarkan antara lain layanan interkoneksi, *network service*, Wi-Fi, VAS, *hubbing data center* dan *content platform*, data dan internet, dan *solution*.

d) ***Network Infrastructure***

Produk yang ditawarkan meliputi *network service*, satelit, infrastruktur dan tower.

e) ***Enterprise Digital***

Terdiri dari layanan *information and communication technology platform service* dan *smart enabler platform service*.

f) ***Consumer Digital***

Terdiri dari media dan *edutainment service*, seperti *e-commerce* (blanja.com), video/TV dan *mobile based digital service*. Selain itu, kami juga menawarkan *digital life service* seperti *digital life style* (Langit Musik dan VideoMax), *digital payment* seperti TCASH, *digital advertising and analytics* seperti bisnis *digital advertising* dan solusi *mobile banking* serta *enterprise digital service* yang menawarkan layanan *Internet of Things* (IoT).

PT Telkom Indonesia memiliki operasi bisnis yang terdiri dari dua belas wilayah telekomunikasi (Witel) yang kemudian dipersempit menjadi tujuh Divisi Regional (DIVRE). Divisi Regional merupakan kantor unit Telkom yang berbasis pada letak geografis. Ketujuh Divisi Regional tersebut antara lain yaitu Drive I Sumatera, Drive II Jakarta dan sekitarnya, Drive III Jawa Barat, Drive IV Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta, Drive V Jawa Timur, Drive VI Kalimantan, Drive VII Indonesia Bagian Timur .

2. Visi dan Misi PT Telkom Indonesia

Seiring dengan perkembangan teknologi digital dan transformasi perusahaan, Telkom memiliki visi dan misi baru yang diberlakukan sejak 2016. Visi perusahaan Telkom yaitu *Be the King of Digital in the Region* dan memiliki Misi yaitu *Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization*. Selain itu PT

Telkom memiliki slogan “*The World In Your Hand*” yang artinya dunia ada di dalam gengamanmu. memiliki pesan bahwa dengan kehadiran PT. Telkom Indonesia akan membuat segalanya menjadi lebih mudah dan lebih menyenangkan dalam mengakses dunia

### 3. Logo PT Telkom Indonesia



**Gambar 4. 1**  
**Logo Telkom**

Berikut merupakan arti dari Logo PT. TELKOM Indonesia,

- 1) *Expertise*: Lingkaran sebagai simbol dari kelengkapan produk dan layanan dalam portofolio bisnis baru Telkom yaitu TIME (*Telecommunication, Information, Media & Edutainment*).
- 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.

Warna-warna yang digunakan pada logo adalah:

- 1) Warna Merah melambangkan keberanian, energi, cinta, ulet yang mencerminkan spirit Telkom untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi segala tantangan.
- 2) Warna putih melambangkan kesucian, kedamaian, cahaya, bersatu yang mencerminkan spirit Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.
- 3) Warna hitam melambangkan kemauan keras
- 4) Warna abu melambangkan teknologi. Perubahan warna pada logo baru lebih mencerminkan Indonesia dan semangat nasionalisme.

Dengan tetap mengacu kepada filosofi *Telkom Corporate*, yaitu *Always The Best* – sebuah keyakinan dasar untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan yang dilakukan dan senantiasa memperbaiki hal-hal yang biasa menjadi sebuah kondisi yang lebih baik, dan pada akhirnya akan membawanya menjadi yang terbaik

## B. Hasil pengumpulan data

Pada penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diambil peneliti secara langsung dilapangan dengan menggunakan kuesioner untuk menghimpun data dari responden yang sudah ditetapkan sebelumnya. Responden pada penelitian ini yaitu karyawan PT Telkom Indonesia Witel Yogyakarta sebanyak 53 orang karyawan yang berstatus tetap/ organik. Pengumpulan data dilakukan dengan menemui responden secara langsung dan membagikan kuisisioner pada setiap karyawan. Dari hasil pengumpulan kuisisioner didapat hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 1**  
**Hasil Pengumpulan Kuisisioner**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
Kuesioner yang dibagikan	53 kuesioner
Kuesioner yang dapat diolah	50 kuesioner
<i>Presentase</i>	94,3%

Sumber: Data olahan 2018

## C. Deskripsi Karakteristik Responden

Hasil penyebaran kuisisioner pada PT Telkom Witel Yogyakarta yang dilakukan selama 10 hari terhitung mulai tanggal 04 Mei – 14 Mei 2018. Penyebaran dilakukan dengan memberikan kuisisioner langsung kepada karyawan yang bersangkutan. Dalam penyebaran kuisisioner peneliti di temani dan dibantu oleh salah satu Staff HR PT Telkom Witel Yogyakarta untuk



**Tabel 4. 3**  
**Data Diskriptif Variabel Kinerja**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00001	50	3,00	5,00	4,2600	,59966
VAR00002	50	2,00	5,00	4,0600	,54995
VAR00003	50	1,00	5,00	3,1600	1,20136
VAR00004	50	2,00	5,00	4,0400	,53299
VAR00005	50	3,00	5,00	4,4200	,57463
VAR00006	50	2,00	5,00	4,3200	,58693
VAR00007	50	2,00	5,00	3,4600	,86213
VAR00008	50	2,00	5,00	3,3200	,84370
VAR00009	50	2,00	5,00	3,7000	,73540
VAR00010	50	3,00	5,00	4,3400	,55733
VAR00011	50	2,00	5,00	4,1200	,77301
VAR00012	50	1,00	5,00	3,8000	,75593
VAR00013	50	3,00	5,00	4,2400	,51745
VAR00014	50	3,00	5,00	4,0400	,44994
VAR00015	50	2,00	5,00	3,9400	,51150
VAR00016	50	2,00	5,00	3,8200	,62890
VAR00017	50	2,00	5,00	4,0200	,42809
VAR00018	50	1,00	5,00	3,1800	,89648
VAR00019	50	1,00	5,00	3,4400	,92934
VAR00020	50	3,00	5,00	4,2600	,56460
VAR00021	50	3,00	5,00	4,1200	,47980
VAR00022	50	2,00	5,00	4,0000	,49487
VAR00023	50	2,00	5,00	3,3600	,82709
VAR00024	50	1,00	5,00	3,3000	,88641
Valid N (listwise)	50				

Sumber : lampiran uji diskriptif

Tabel diatas menunjukkan data deskriptif responden dalam penilaian variabel kinerja, diketahui dengan skor minimum 1 dan skor maksimum sebesar 5. Dengan nilai total rata-rata 3, 84. Hal ini menyatakan bahwa variabel kinerja masuk dalam kategori tinggi.



**Tabel 4. 4**  
**Data Diskriptif Variabel Motivasi**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00001	50	2,00	5,00	4,0400	,78142
VAR00002	50	3,00	5,00	4,0800	,39590
VAR00003	50	3,00	5,00	4,0600	,51150
VAR00004	50	3,00	5,00	3,9800	,42809
VAR00005	50	2,00	5,00	4,0400	,60474
VAR00006	50	3,00	5,00	4,2600	,48697
VAR00007	50	2,00	5,00	3,7600	,74396
VAR00008	50	1,00	5,00	3,9200	,66517
VAR00009	50	3,00	5,00	4,1200	,47980
VAR00010	50	3,00	5,00	4,1000	,41650
Valid N (listwise)	50				

Sumber : lampiran uji diskriptif

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan data deskriptif responden dalam variabel motivasi karyawan, diketahui dengan skor minimum 1 dan skor maksimum sebesar 5. Dengan nilai total rata-rata 4,04. Hal ini menyatakan bahwa variabel kinerja masuk dalam kategori tinggi.

**Tabel 4. 5**  
**Data Diskriptif Variabel Lingkungan Kerja Sosial**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00001	50	3,00	5,00	4,2400	,55549
VAR00002	50	3,00	5,00	4,1600	,42185
VAR00003	50	3,00	5,00	4,2000	,57143
VAR00004	50	3,00	5,00	4,0200	,55291
VAR00005	50	3,00	5,00	4,0600	,31364
VAR00006	50	3,00	5,00	3,9400	,61974
VAR00007	50	3,00	5,00	4,2000	,53452
VAR00008	50	3,00	5,00	3,9800	,58867
VAR00009	50	2,00	5,00	4,0000	,60609
VAR00010	50	3,00	5,00	4,0200	,42809
VAR00011	50	3,00	5,00	4,0400	,53299
VAR00012	50	2,00	5,00	3,9400	,65184
VAR00013	50	3,00	5,00	4,2000	,45175
VAR00014	50	3,00	5,00	4,1400	,45221
VAR00015	50	3,00	5,00	4,1000	,54398
VAR00016	50	3,00	5,00	4,1600	,50950
Valid N (listwise)	50				

Sumber : lampiran uji diskriptif

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan data deskriptif responden dalam variabel lingkungan kerja sosial, diketahui dengan skor minimum 1 dan skor maksimum sebesar 5. Dengan nilai total rata-rata 3,81. Hal ini menyatakan bahwa variabel lingkungan sosial masuk dalam kategori tinggi.

**Tabel 4. 6**  
**Data Diskriptif Variabel *Employee Engagement***

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00001	50	3,00	5,00	4,1000	,46291
VAR00002	50	3,00	5,00	4,0800	,63374
VAR00003	50	2,00	5,00	3,6000	,90351
VAR00004	50	1,00	5,00	3,6200	,83029
VAR00005	50	2,00	5,00	3,7800	,64807
VAR00006	50	2,00	5,00	4,1400	,67036
VAR00007	50	2,00	5,00	4,0800	,60068
VAR00008	50	2,00	5,00	4,0600	,65184
VAR00009	50	2,00	5,00	4,0000	,63888
VAR00010	50	2,00	5,00	3,9200	,75160
VAR00011	50	3,00	5,00	4,0200	,51468
VAR00012	50	1,00	5,00	3,4200	,81039
VAR00013	50	2,00	5,00	3,9800	,68482
VAR00014	50	1,00	5,00	3,7600	,84660
VAR00015	50	2,00	5,00	3,8600	,80837
VAR00016	50	1,00	5,00	3,4600	,95212
Valid N (listwise)	50				

Sumber : lampiran uji diskriptif

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan data deskriptif responden dalam variabel *employee engagement*, diketahui dengan skor minimum 1 dan skor maksimum sebesar 5. Dengan nilai total rata-rata 3,86. Hal ini menyatakan bahwa variabel *employee engagement* masuk dalam kategori tinggi.

## E. Uji Kualitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan alat pengukur dapat mengungkapkan konsep-konsep yang akan diukur. Peneliti menggunakan *content (face) validity* untuk melihat aspek di dalam instrumen dan diseleksi agar sesuai dengan situasi dan kondisi objek yang diukur. Pengujian menggunakan *Construct Validity* membuktikan item – item tersebut menunjukkan seberapa baik menggambarkan konsep tersebut. Hasil pengujian disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 4. 7**  
**Uji Validitas Kinerja Karyawan**

Item	Pearson Corelation	Signifikansi	Keterangan
KK1	0,547	0,002	Valid
KK2	0,483	0,007	Valid
KK3	0,406	0,026	Valid
KK4	0,497	0,005	Valid
KK5	0,695	0,000	Valid
KK6	0,472	0,008	Valid
KK7	0,486	0,007	Valid
KK8	0,605	0,000	Valid
KK9	0,587	0,001	Valid
KK10	0,415	0,023	Valid
KK11	0,594	0,001	Valid
KK12	0,587	0,001	Valid
KK13	0,651	0,000	Valid
KK14	0,693	0,000	Valid
KK15	0,295	0,113	Tidak Valid
KK16	0,621	0,000	Valid
KK17	0,516	0,003	Valid
KK18	0,399	0,029	Valid
KK19	0,650	0,000	Valid
KK20	0,543	0,002	Valid
KK21	0,549	0,001	Valid

Item	Pearson Corelation	Signifikansi	Keterangan
KK22	0,375	0,040	Valid
KK23	0,176	0,352	Tidak Valid
KK24	0,091	0,631	Tidak Valid
KK25	0,561	0,001	Valid
KK26	0,202	0,258	Tidak Valid
KK27	0,417	0,022	Valid
KK28	0,521	0,003	Valid

Sumber : lampiran uji validitas

Berdasarkan table di atas diketahui hasil perhitungan *pearson correlation* dan didapati terdapat 4 item pertanyaan yang mendapat nilai signifikansi  $>0,05$  dinyatakan tidak valid. Yaitu item pertanyaan KK15, KK23, KK24 dan KK26. Maka dapat disimpulkan terdapat 24 item pertanyaan yang dinyatakan valid.

**Tabel 4. 8**

**Uji Validitas Motivasi**

Item pertanyaan	Pearson Corelation	Signifikansi	Keterangan
MK1	0,528	0,003	Valid
MK2	0,572	0,001	Valid
MK3	0,665	0,000	Valid
MK4	0,640	0,000	Valid
MK5	0,717	0,000	Valid
MK6	0,792	0,000	Valid
MK7	0,476	0,008	Valid
MK8	0,721	0,000	Valid
MK9	0,726	0,000	Valid
MK10	0,548	0,002	Valid

Sumber : lampiran uji validitas

Berdasarkan table di atas diketahui hasil perhitungan *pearson correlation* pada seluruh item pertanyaan mendapatkan nilai signifikansi  $<0,05$ . Maka dapat disimpulkan seluruh item pertanyaan variabel motivasi kerja dinyatakan valid.

**Tabel 4. 9**  
**Uji Validitas Lingkungan Kerja Sosial**

Item pertanyaan	Pearson Corelation	Signifikansi	Keterangan
LS1	0,566	0,001	Valid
LS2	0,738	0,000	Valid
LS3	0,589	0,001	Valid
LS4	0,641	0,000	Valid
LS5	0,247	0,188	Tidak Valid
LS6	0,169	0,373	Tidak Valid
LS7	0,550	0,002	Valid
LS8	0,222	0,238	Tidak Valid
LS9	0,469	0,009	Valid
LS10	0,215	0,254	Tidak Valid
LS11	0,709	0,000	Valid
LS12	0,467	0,009	Valid
LS13	0,385	0,036	Valid
LS14	0,635	0,000	Valid
LS15	0,740	0,000	Valid
LS16	0,664	0,000	Valid
LS17	0,828	0,000	Valid
LS18	0,667	0,000	Valid
LS19	0,334	0,071	Tidak Valid
LS20	0,800	0,000	Valid
LS21	0,730	0,000	Valid

Sumber : lampiran uji validitas

Berdasarkan table di atas diketahui hasil perhitungan *pearson correlation* terdapat 5 item pertanyaan yang mendapat nilai  $>0,05$  yaitu item LS5, LS6, LS8, LS10, LS19. Maka dapat disimpulkan terdapat 16 item pertanyaan yang dinyatakan valid.

**Tabel 4. 10**  
**Uji Validitas *Employee Engagement***

Item pertanyaan	Pearson Corelation	Signifikansi	Keterangan
EE1	0,640	0,000	Valid
EE2	0,629	0,000	Valid
EE3	0,782	0,000	Valid
EE4	0,601	0,000	Valid
EE5	0,673	0,000	Valid
EE6	0,506	0,004	Valid
EE7	0,718	0,000	Valid
EE8	0,646	0,000	Valid
EE9	0,594	0,001	Valid
EE10	0,642	0,000	Valid
EE11	0,389	0,034	Valid
EE12	0,378	0,039	Valid
EE13	0,786	0,000	Valid
EE14	0,782	0,000	Valid
EE15	0,571	0,001	Valid
EE16	0,603	0,000	Valid

Sumber : lampiran uji validitas

Berdasarkan table di atas diketahui hasil perhitungan *pearson correlation* pada seluruh item pertanyaan diatas mendapatkan nilai signifikansi  $<0,05$ . Maka dapat disimpulkan seluruh item pertanyaan variabel *employee engagement* dinyatakan valid.

## 2. Uji Realibilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui seberapa jauh sebuah alat ukur (instrument) dapat diandalkan atau dapat dipercaya. Pengujian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* dimana variabel atau konstruk

dinyatakan reliable jika nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,06 (Sekaran, 2006).

Hasil lengkap uji realibilitas dapat dilihat pada table dibawah ini:

**Tabel 4. 11**  
**Uji Realibilitas**

<b>Variabel</b>	<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>	<b>Keterangan</b>
Kinerja Karyawan	0,737	Reliabel
Motivasi	0,745	Reliabel
Lingkungan kerja sosial	0,757	Reliabel
<i>Employee Engagement</i>	0,702	Reliabel

Sumber : lampiran uji reliabilitas

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari seluruh variabel yang diujikan yaitu lebih dari 0,60 (Sekaran, 2006). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai reliabilitas yang baik dan dinyatakan reliabel.

## F. Uji Hipotesis

### 1. Uji asumsi regresi

Sebelum melakukan uji regresi berganda perlu melakukan uji prasyarat terlebih dahulu. Uji prasyarat yang digunakan adalah Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji heteroskedasitas.

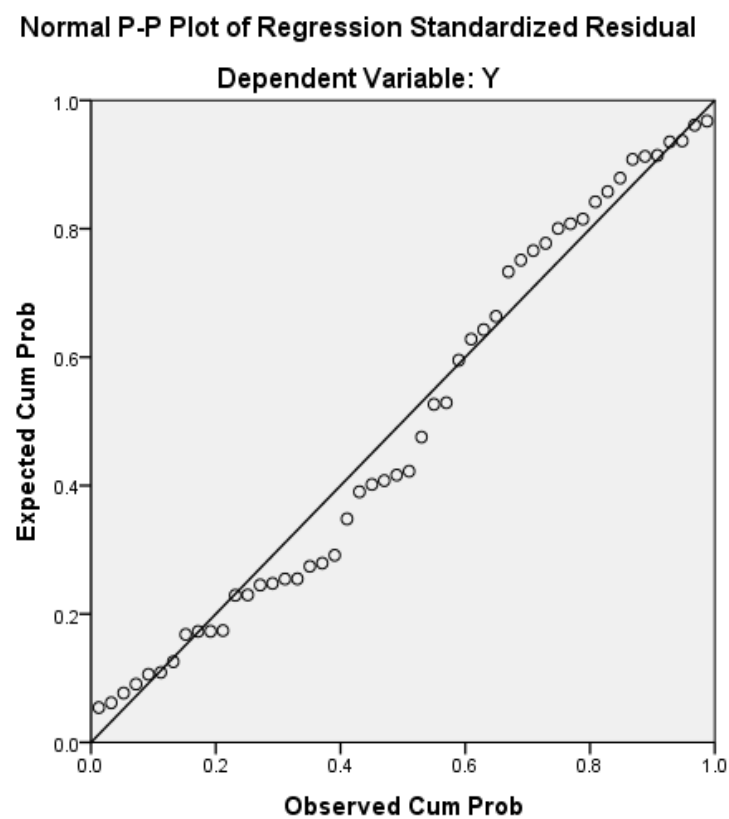
#### a. Uji normalitas

Pengujian ini dimaksud kan untuk mengetahui apakah pada model regresi variabel bebas, variabel terikat atau keduanya memiliki data distribusi yang normal atau tidak. Uji Normalitas dilakukan untuk



menghindari bias dalam perhitungannya yaitu dengan menggunakan gambar *P-Plot*.

Kriteria penerimaan normalitas yaitu dengan melihat titik-titik yang mendekati garis dan mengikuti garis diagonal. Hasil perhitungan uji normalitas dapat dilihat pada gambar berikut ini:



**Gambar 4. 2**  
**Uji Normalitas**

Berdasarkan gambar hasil pengujian normalitas diketahui titik-titik pada gambar tersebut mendekati dan mengikuti garis-garis yang ada. Hasil ini menunjukkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Rahmawati dkk, 2015). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,10 dan VIF kurang dari 10. Bila hasil uji telah memenuhi syarat tersebut, maka dapat disimpulkan bebas dari gejala multikolinieritas.

**Tabel 4. 12**  
**Uji Multikolinearitas**

<b>Variabel</b>	<b>Tolerance</b>	<b>Vif</b>	<b>Keterangan</b>
Motivasi Kerja	0,456	2,194	Non Multikol
Lingkungan sosial	0,426	2,345	Non Multikol
<i>Emopoyee engagement</i>	0,830	1,204	Non Multikol

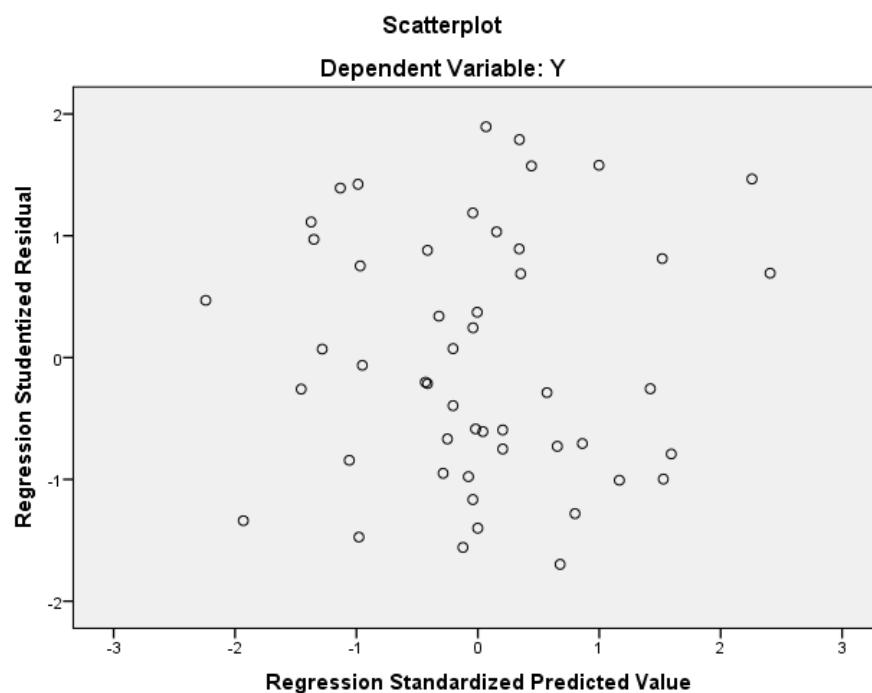
Sumber : lampiran uji multikolinearitas

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai tolerence dari ketiga variabel  $<0,10$  dan nilai VIF  $<10,0$ . Hal ini menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas.

b. Uji Heterokedasitas

Uji heterokedasitas menguji terjadinya perbedaan varians residual suatu periode pengamatan ke metode pengamatan yang lain.

Pengujian ini menggunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel dependent yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Tidak terjadinya heterokedasitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y (Rahmawati dkk, 2015). Hasil pengujian sebagai berikut.



**Gambar 4. 3**

### Uji Heterokedasitas

Gambar diatas menunjukkan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 serta tidak ada bentuk pola yang terjadi. Sehingga hasil ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedasitas dalam persamaan regresi ini.

Setelah melakukan uji prasyarat, langkah selanjutnya yaitu uji hipotesis untuk mengetahui pengaruh motivasi, lingkungan kerja sosial dan *employee engagement* terhadap kinerja karyawan. Berikut hasil rangkuman uji regresi linear berganda.

**Tabel 4. 13**  
**Rangkuman Uji Regresi Berganda**

<b>Variabel</b>	<b>koefisien</b>	<b>Sig</b>
Konstanta	23,141	0,74
Motivasi	1,362	0,002
Lingkungan kerja sosial	-0,200	0,448
<i>Employee engagement</i>	0,453	0,004

Untuk mengetahui hasil pengujian tersebut dapat dijelaskan melalui pengujian pada masing-masing hipotesis, sebagai berikut:

### 1. Uji parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini uji t digunakan untuk mengetahui secara parsial masing-masing variabel motivasi, lingkungan kerja sosial dan *employee engagement* terhadap kinerja karyawan pada perusahaan PT Telkom Witel Yogyakarta. Hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4. 14**  
**Rangkuman Uji t**

<b>variabel</b>	<i>Unstandarized coefisients</i>	<i>Standarized coefisients</i>	<i>Sig</i>	<b>Ket</b>
Motivasi	1,362	0,543	0,002	Positif signifikan
Lingkungan kerja sosial	-0,200	-0,130	0,448	Hipotesis ditolak
<i>Employee engagement</i>	0,453	0,169	0,004	Positif signifikan

Sumber : lampiran uji regresi berganda

**1) Hipotesis 1: Motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan**

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai *p value* motivasi sebesar  $0,002 < \alpha = 0,05$  serta koefisiennya sebesar 1,362. Hasil ini menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan, sehingga hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada PT Telkom Witel Yogyakarta terbukti kebenarannya.

**2) Hipotesis 2: Lingkungan kerja sosial berpengaruh terhadap kinerja karyawan**

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai *p value* lingkungan kerja sosial sebesar  $0,448 > \alpha = 0,05$  serta koefisiennya sebesar -0,200. Hasil ini menunjukkan bahwa lingkungan kerja sosial tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan, sehingga hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa lingkungan kerja sosial berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan pada PT Telkom Witel Yogyakarta ditolak atau tidak terbukti kebenarannya.

### 3) Hipotesis 3: *Employee engagement* berpengaruh terhadap kinerja karyawan

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas diketahui nilai *p value employee engagement* sebesar  $0,004 < \alpha = 0,05$  serta koefisiennya sebesar 0,453. Hasil ini menunjukkan bahwa *employee engagement* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan, sehingga hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa *employee engagement* berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada PT Telkom Witel Yogyakarta terbukti kebenarannya.

## 2. Uji koefisien determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>)

Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi

<b>R</b>	<b>R<sup>2</sup></b>	<b>Adjusted R<sup>2</sup></b>	<b>Std. Error</b>
<b>0,661</b>	<b>0,437</b>	<b>0,400</b>	<b>6,47578</b>

Sumber: lampiran uji determinasi

Nilai korelasi majemuk (R) antara variabel motivasi, lingkungan kerja sosial dan *employee engagement* terhadap kinerja karyawan sebesar 0,661. Nilai koefisien determinasi  $R^2 = 0,437$  menunjukkan bahwa variabel motivasi, lingkungan kerja sosial dan *employee engagement* mempengaruhi variabel kinerja sebesar 40 % dan sisanya sebesar 60% dipengaruhi oleh variabel lain.

### **3. Pembahasan**

Implikasi pembahasan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menguji seberapa besar pengaruh motivasi, lingkungan kerja sosial dan *employee engagement* terhadap kinerja karyawan pada PT Telkom Witel Yogyakarta. Penjelasan secara rinci sebagai berikut:

#### **1. Pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan**

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan. Artinya adalah jika perusahaan memberikan motivasi yang tinggi seperti motivasi akan kebutuhan fisiologi, kebutuhan rasa aman, sosial, penghargaan dan aktualisasi diri sehingga memberikan dorongan dan semangat bekerja yang mana akan mempengaruhi pencapaian kinerja yang optimal. Hasil penelitian ini didukung penelitian Damayanti dkk (2013) yang melakukan penelitian di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Surakarta dengan sampel sebanyak 41 orang karyawan, kemudian Permansari (2013) melakukan penelitian di PT Anugrah Raharjo Semarang dengan sampel 69 orang dan Simanjuntak & Tobing (2017) melakukan penelitian di perusahaan PT Lautan Berlian Utama Motor dengan sampel 50 orang karyawan, dengan hasil motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan.

Perhatian motivasi terhadap karyawan bagi suatu perusahaan sangatlah penting karena berguna mendorong dan memacu semangat karyawan

dalam menjalankan tugasnya masing-masing. Karyawan akan termotivasi mengerahkan kemampuannya untuk melakukan pekerjaannya dengan sebaik mungkin. Mengacu pada teori kebutuhan, seorang karyawan akan termotivasi bekerja secara maksimal ketika kebutuhan-kebutuhan karyawan terpenuhi (Siagian, 2015). Kebutuhan dapat berupa fisiologis, rasa aman dan sosial serta kebutuhan yang tidak kalah penting kebutuhan penghargaan dan aktualisasi diri.

Seorang karyawan yang terpenuhi akan kebutuhan-kebutuhannya akan membuat karyawan merasa terdorong untuk melakukan pekerjaan sebaik mungkin. Hal tersebut dilakukan perusahaan Telkom diantaranya memenuhi kebutuhan akan sarana kerja, seperti peralatan kerja yang memadai, kantin, petugas parkir, mesjid, olahraga tenis meja serta jatah cuti yang cukup. Kebutuhan akan rasa aman yaitu adanya jaminan keselamatan kerja bagi karyawan yang bekerja pada divisi jaringan yang cukup beresiko. Serta adanya security didalam kantor yang bertugas menjaga keamanan para karyawannya. Kebutuhan sosial akan kesempatan bersosialisasi dengan sesama rekan kerja atau dengan atasan, kesempatan bertukar cerita dan pengalaman sehingga tercipta suasana kerja yang baik. Kebutuhan akan penghargaan atas prestasi kerja yang diberikan perusahaan terhadap karyawan berprestasi yang mendorong pengembangan perusahaan serta adanya kesempatan kenaikan jabatan pada periode tertentu. Sesuai dengan teori yang diatas dapat disimpulkan semakin tinggi motivasi kebutuhan yang diberikan akan meningkatkan kinerja karyawan dengan optimal.



## 2. Pengaruh lingkungan kerja sosial terhadap kinerja karyawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan kerja sosial tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan organik di PT Telkom Witel Yogyakarta. Terlihat dari nilai *p value* sebesar  $0,448 > \alpha = 0,05$ , sehingga hipotesis peneliti yang mengatakan lingkungan kerja sosial berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan tidak diterima. Artinya adalah bahwa hubungan yang tercipta baik di kalangan sesama rekan kerja atau atasan tidak serta membuat karyawan mau menyelesaikan perkerjaan dengan baik atau sekedar membantu rekan kerjanya yang kelebihan tugas. Hasil peneltian ini juga didukung penelitian Norianggono (2014) melakukan penelitian pada perusahaan PT Telkom Area III Jawa-Bali di surabaya dengan sampel sebanyak 75 responden dengan hasil penelitian lingkungan kerja sosial tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

Lingkungan kerja sosial yang baik dapat membantu perusahaan memperbaiki hubungan kerja diantara para karyawan yaitu salah satunya dengan ditandai rekan kerja yang mudah untuk bekerja sama, sehingga membantu perusahaan menyelesaikan targetnya. Jika dikaitkan dengan keadaan di PT Telkom Witel Yogyakarta`hal tersebut sedikit berbeda dikarenakan dalam menyelesaikan tugas –tugas perusahaan karyawan organik sudah ada yang membantu dalam menyelesaikan tugas yaitu para karyawan kontrak.. Karyawan kontrak bertugas membantu tugas

perusahaan yang harus diselesaikan sesuai dengan ketentuan yang ada dibawah komando karyawan organik disetiap divisi. Sehingga hubungan/ interaksi sosial yang tercipta dengan baik diantara sesama karyawan organik tidak mempengaruhi kinerja perusahaan. Justru hubungan/ interaksi yang perlu dibina adalah hubungan diantara karyawan organik dengan karyawan kontrak, karena keduanya merupakan satu kesatuan yang membantu perusahaan mencapai target.

### 3. Pengaruh *employee engagement* terhadap kinerja karyawan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel *employee engagement* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja. Artinya semakin tinggi rasa keterikatan karyawan seperti antusias yang tinggi, semangat dan dedikasi tinggi akan membuat karyawan semakin bergairah dalam mengerjakan pekerjaannya. Hasil penelitian ini didukung penelitian Ramadhan (2014) melakukan penelitian di PT Telkom Indonesia, Tbk dengan sampel sebanyak 74 responden dari karyawan di HCC Telkom, penelitian Lewiuci (2016) melakukan penelitian pada perusahaan keluarga senapan angin di Surabaya dengan menggunakan sampel 80 orang karyawan, serta penelitian Siswono dan Sim (2016) melakukan penelitian di Rodex Travel Surabaya dengan sampel sebanyak 38 responden, dengan hasil penelitian *employee engagement* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja. Keterikatan karyawan atau yang lebih dikenal dengan *employee engagement* sebagai sikap positif yang dimiliki karyawan terhadap perusahaan dalam bentuk inisiatif, usaha, dan kegigihan yang

mengarah pada tujuan organisasi. *Employee engagement* membuat seseorang karyawan mampu mengembangkan usahanya secara berkelanjutan sehingga dapat mendorong kesuksesan perusahaan. Semakin tinggi tingkat *employee engagement* karyawan akan semakin tinggi pula kinerja yang akan dihasilkan.

Tingkat *employee engagement* karyawan Telkom tergolong tinggi, hal ini terlihat dari tabel 4.6 dimana rata-rata nilai responden berada dalam kategori tinggi. Para karyawan Telkom mau mengerahkan segala energi untuk menyelesaikan pekerjaannya, tidak menyia-nyiakan waktu kerja yang diberikan untuk sekedar bersantai. Mereka akan mengerjakan pekerjaan dengan baik dan beristirahat sesuai dengan waktunya. Selain itu, Karyawan Telkom selalu bersemangat untuk berkerja ditandai dengan kehadiran karyawan setiap hari dengan tepat waktu dan dengan berpakaian rapi. Perilaku keterikatan karyawan Telkom juga terlihat dari para karyawan yang banyak menghabiskan waktu mereka untuk bekerja melebihi batas waktu kerja perusahaan ,padahal pihak perusahaan tidak memberikan kompensasi kepada karyawan yang melakukan pekerjaan yang melebihi jam kerja. Itu adalah sebuah bentuk inisitif dari karyawan terhadap perusahaan guna mencapai kesuksesan perusahaan.