

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah merubah paradigma bisnis secara mendasar. Teknologi yang semakin canggih dan terus berkembang telah mempengaruhi cara bisnis beroperasi, berkomunikasi, berinteraksi dengan pelanggan dan bahkan menciptakan model bisnis yang baru (Harto, 2023). Perkembangan dunia di era bisnis saat ini, dilihat dari terjadinya pertumbuhan teknologi dan persaingan yang semakin ketat. Terutama dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa khususnya telekomunikasi yang telah mengalami transformasi yang signifikan dalam era digital ini. Oleh karena itu, dalam era digital yang terus berkembang ini, perusahaan telekomunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam menghubungkan orang-orang dan memfasilitasi komunikasi global dan harus mampu menghadapi tantangan yang kompleks. Agar perusahaan mampu menghadapi tantangan tersebut, maka perusahaan tersebut harus memiliki sumber daya manusia yang baik.

Dengan memiliki SDM yang baik, perusahaan bisa mencapai keberhasilan sesuai dengan tujuan perusahaan. Sejalan dengan (Wulandari, 2022) yang menyatakan bahwa, SDM yang berkualitas dan terampil akan membantu perusahaan telekomunikasi untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi, memenuhi kebutuhan pelanggan, dan menghadapi persaingan yang ketat. Didukung oleh (Salsabila., dkk, 2023) yang menyatakan bahwa sumber daya manusia (SDM) menjadi faktor kunci dalam kesuksesan perusahaan. Sumber daya

manusia (SDM) memegang peranan paling penting dan potensial bagi keberhasilan suatu perusahaan, mengingat SDM merupakan penentu kegiatan perusahaan baik perencanaan, pengorganisasian, serta pengambilan keputusan. Maka dari itu SDM harus digunakan sebaik-baiknya dan dikembangkan kemampuannya agar hasil kerjanya produktif. Jika SDM lemah, maka perkembangan organisasi dapat terhambat dan produktivitasnya menjadi terbatas sehingga organisasi tidak mampu bersaing, baik dalam skala lokal, regional, maupun global. Organisasi dalam konteks ini adalah perusahaan telekomunikasi yang harus menempuh berbagai cara untuk mendapatkan SDM yang memiliki kualitas tinggi, kinerja produkif, keterampilan dan kreativitas, profesionalisme, disiplin, serta mampu menguasai dan mengembangkan teknologi (Pribadi., dkk, 2013:2). Dengan demikian sumber daya manusia merupakan kunci pokok yang harus diperhatikan dalam mewujudkan tujuan perusahaan (Kotler dalam Suwandi, 2016).

Perusahaan perlu memiliki SDM yang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang relevan dengan perkembangan teknologi dan tren bisnis terkini (Rizky, 2023). Mengembangkan sumber daya manusia di era digital membutuhkan keterampilan seperti keterampilan bisnis, keterampilan SDM, manajemen perubahan dan keterampilan teknologi. SDM yang kompeten dalam bidang teknologi informasi, inovasi, dan manajemen akan menjadi aset berharga bagi perusahaan telekomunikasi dalam menghadapi persaingan global.

Pentingnya peran SDM dalam perkembangan perusahaan telekomunikasi juga terkait dengan kemampuan mereka dalam mengelola hubungan dengan pelanggan.

Dalam hal ini, kemampuan komunikasi yang baik mencakup kemampuan untuk berbicara dengan jelas dan efektif, mendengarkan dengan baik, dan memahami bahasa tubuh dan ekspresi wajah pelanggan (Ulfa, 2015). SDM yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik, empati, dan memahami kebutuhan pelanggan akan membantu perusahaan telekomunikasi untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini akan berdampak positif pada reputasi perusahaan dan pertumbuhan bisnis jangka panjang.

Salah satu perusahaan yang bergerak di sektor jasa khususnya pelayanan mengenai telekomunikasi yaitu PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel) yang berlokasi di Jl. Putri Hijau, Graha Merah Putih, Kec. Medan Barat, Sumatera Utara. Telkomsel adalah salah satu anak perusahaan Telkom Indonesia yang bergerak di bidang telekomunikasi seluler. Telkomsel didirikan pada tahun 1995 dan merupakan operator telekomunikasi seluler pertama di Indonesia. Telkomsel telah bekerja sama dengan 362 mitra roaming di 196 negara. Melalui kerjasama dengan 362 mitra roaming di 196 negara, Telkomsel memberikan kemudahan akses bagi pengguna di seluruh dunia. Telkomsel memiliki beberapa unit salah satunya yaitu Unit GTM (Go-To-Market) yang mana unit tersebut di Telkomsel adalah bagian dari struktur organisasi perusahaan yang bertanggung jawab dalam mengembangkan strategi pemasaran dan distribusi produk serta layanan yang ditawarkan oleh Telkomsel kepada pelanggan. Unit GTM ini bekerja dengan berbagai departemen untuk memastikan produk dan layanan yang ditawarkan dapat mencapai pelanggan dengan efektif. Unit GTM bertujuan untuk

menciptakan posisi kompetitif Telkomsel di pasar telekomunikasi dan memastikan produk atau layanan yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Unit ini melakukan riset pasar untuk menganalisis tren dan kebutuhan pasar serta mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang persaingan pasar. Selain itu, Unit GTM juga bertanggung jawab dalam pengembangan strategi pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan produk dan layanan baru kepada pelanggan. Mereka melakukan perencanaan kampanye pemasaran, penentuan harga, dan promosi produk dan juga merancang program distribusi yang optimal. Pada Unit GTM dan Marketing Communication terdapat beberapa divisi, yaitu:

Tabel 1. 1 Data Karyawan PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication

No.	Divisi	Jumlah Karyawan
1.	Direct Sales	27
2.	Indirect Sales	23
3.	Mobile	18
4.	Go To Market	8
5.	Household	8
	Jumlah	84

Sumber: PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication

Pada Tabel ini, setiap divisi memiliki tugasnya masing-masing diantaranya, Divisi *direct sales* yang memiliki tugas untuk melakukan penjualan secara langsung kepada para konsumen atau calon konsumennya untuk menjual dan menawarkan produk. Divisi Indirect Sales memiliki tugas untuk melakukan penjualan produk oleh pihak ketiga, seperti rekan atau partnership. Divisi Mobile yang memiliki tugas untuk melakukan penjualan via seluler, seperti melalui

aplikasi MyTelkomsel untuk melakukan pembelian pulsa ataupun paket data. Divisi *Go To Market* memiliki tugas untuk melakukan penjualan dalam skala besar seperti B2B (*Business to Business*) seperti penyediaan layanan iklan di beberapa perusahaan untuk menunjang aktivitas bisnis mereka. Divisi Household memiliki tugas untuk melakukan penjualan dalam sektor rumah tangga, seperti halnya pemasangan wifi serta tv kabel.

PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication mengharapkan sumber daya manusianya berkualitas dan berkinerja tinggi, serta perusahaan juga mampu meningkatkan efisiensi operasional, memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan, serta berinovasi dalam pengembangan produk dan layanan (Wirawan, *dkk* 2018). Hal ini akan membantu perusahaan memenangkan persaingan dan mempertahankan posisinya di pasar yang kompetitif. Ketika karyawan PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication mampu menghasilkan kinerja yang tinggi, artinya perusahaan tersebut dapat mencapai targetnya.

Sejalan dengan (Mangkunegara, 2022) yang menyatakan bahwa kinerja karyawan memperlihatkan sebesar dan seberapa banyak karyawan memberikan kontribusi pada Perusahaan. Sebuah perusahaan dapat dikatakan sebagai perusahaan yang berkembang atau maju apabila hasil kinerjanya baik. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan kinerja karyawan dan berusaha memberikan yang terbaik kepada karyawannya agar kinerja karyawan dapat meningkat. Kinerja pekerja yang baik akan menghasilkan output kerja yang baik untuk perusahaan

begitu juga sebaliknya jika kinerja pekerja buruk, maka hasil output kerja untuk perusahaan akan buruk (Setiobudi, 2017).

Kinerja adalah hasil kerja dan tindakan yang dicapai dengan memenuhi tugas dan tanggung jawab yang diberikan dalam jangka waktu tertentu (Kasmir, 2019:182). Menurut Afandi (2018:83) Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan organisasi secara illegal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika.

PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication berusaha untuk meningkatkan kinerja karyawannya diikuti dengan beberapa faktor. Peneliti melakukan observasi dan wawancara untuk mengetahui bagaimana kinerja karyawan yang ada pada PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, peneliti menemukan bahwa karyawan yang bekerja di PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication masih belum optimal, yang disebabkan karena adanya karyawan yang belum berkontribusi dalam mengusulkan ide-ide dalam pekerjaan dan belum menjalin kerja sama yang baik dengan sesama rekan kerja sehingga hal ini yang menyebabkan tercipta rendahnya kinerja karyawan, dimana hal ini harus segera diselesaikan.

Tabel 1. 2**Target dan Capaian PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication**

Tahun	Keterangan
2021	Tercapai dan melampaui target
2022	Tercapai
2023	Tercapai tetapi tidak melampaui tahun sebelumnya

Sumber: PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication (Februari 2024)

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa terjadi perbedaan capaian pada tahun 2022-2023, namun pada tahun 2021 dan 2022 perusahaan telah mencapai target yang ditetapkan. Akan tetapi pada tahun 2023 perusahaan mengalami perbedaan capaian sehingga capaian berbeda dari tahun sebelumnya. Tercapainya target perusahaan tetapi belum melampaui tahun sebelumnya dikarenakan masih terdapat karyawan yang belum mengusulkan ide ide dalam menyelesaikan pekerjaan, karena didalam perusahaan khususnya marketing pokok utama yang dibutuhkan adalah segala ide atau inovasi terbaru untuk bisa menghasilkan tawaran produk dan promosi produk terbaru yang dapat menarik konsumen, hal ini dilakukan untuk bisa membuat perusahaan dapat mencapai target yang telah ditentukan. Namun dikarenakan adanya karyawan yang belum berkontribusi atau menuangkan idenya dalam pekerjaan akhirnya kegiatan perusahaan menjadi kurang efisien. Hal ini mengakibatkan tidak terjalannya kerja sama antar karyawan untuk dapat membantu memecahkan masalah agar bisa menemukan ide yang dibutuhkan. Karena jika antar karyawan dapat menjalin kerja sama yang baik

maka setiap karyawan akan bisa lebih terdorong untuk dalam menyampaikan ide yang dimilikinya.

Setelah menemukan fenomena yang dilakukan dengan observasi dan wawancara, maka peneliti melakukan penyebaran kuisisioner pra survei bertujuan memperkuat fenomena tersebut kepada karyawan PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication. Menurut (Sugiyono, 2015) ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian minimum 30 responden. Didukung oleh (Permana., dkk, 2019) yang menyatakan bahwa untuk mengetahui fenomena yang ada di dalam suatu perusahaan maka perlu melakukan pra survey dengan menggunakan 30 responden. Sejalan dengan itu, maka peneliti melakukan survei kepada 30 orang responden. Oleh karena itu, peneliti menyebarkan kuisisioner pra survei kepada 30 orang karyawan PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication sebagai responden.

Berdasarkan hasil pra survei menunjukkan bahwa secara rata-rata sekitar 44% karyawan PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication belum menerapkan kinerja yang baik. Dapat dilihat pada hasil pra survei diatas masih terdapat karyawan yang kurangnya inisiatif khususnya dalam mengusulkan ide-ide dalam mengerjakan pekerjaannya sebesar 63,3%, karyawan yang merasa belum menjalin kerjasama yang baik terhadap rekan kerja sebesar 56,7%, karyawan yang belum mampu bekerja secara efisien dan masih ada yang belum mampu bertanggungjawab atas tugas yang dikerjakan sebesar 33,3%, masih ada karyawan yang belum mengerjakan tugas secara spesifik sesuai ketentuan perusahaan sebesar 36,7% dan masih ada karyawan yang belum bekerja secara efisien serta mengatur

waktu dengan baik untuk menyelesaikan banyak pekerjaannya sebesar 30%. Dari hasil tersebut, dapat diartikan bahwasanya kinerja pada karyawan PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication masih perlu ditingkatkan agar perusahaan mampu mencapai target yang telah ditetapkan. Kinerja karyawan harus terus ditingkatkan agar hasil kerja yang diharapkan dapat dicapai dengan waktu yang tepat dan memberikan keuntungan maksimal bagi perusahaan (Iyam, 2022).

Sejalan dengan Khalid, S., & Azam, M. (2018) yang mengatakan bahwa memberikan kekuasaan kepada karyawan dalam berkontribusi dengan memberikan usulan ide-ide baru dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan atau kualitas kerja yang bertujuan untuk peningkatan kinerja organisasi. Setiap karyawan harus berkontribusi memberikan ide pada saat rapat, hal ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Maka dari itu, jika karyawan diikutsertakan pada saat rapat untuk mengusulkan ide-idenya maka mereka akan merasa diberdayakan dan merasa lebih terlibat di tempat kerja, serta memiliki tanggung jawab yang lebih besar dalam meningkatkan kualitas kerja dan kinerja organisasi secara keseluruhan. Ide-ide yang dibutuhkan perusahaan untuk menunjang kinerja perusahaan untuk lima divisi pada Unit GTM yaitu misalnya pada divisi direct sales ide yang dibutuhkan ialah untuk mengenalkan serta memasarkan produk yang dimiliki kepada target pasar dengan cara melakukan penjualan yang dilakukan secara langsung (*door to door*) yang mana hal ini bisa ditemukan pada stand bazaar atau event tertentu. Pada divisi indirect sales ide yang dibutuhkan ialah cara untuk menarik perhatian konsumen dengan mengikuti trend

yang ada, pada divisi ini penjualan produk dilakukan melalui pihak ketiga maka ide yang dibutuhkan ialah ide untuk menjalin kerjasama dan ide terkait loyalitas dengan beberapa partnership agar produk yang dijual bisa didapatkan melalui platform lain seperti pembelian produk melalui aplikasi Ovo dan Shopee. Pada divisi *mobile* ide yang dibutuhkan ialah cara untuk memberikan penawaran yang menarik kepada para konsumen melalui promosi iklan yang ada di beberapa *social media* dan aplikasi. Pada divisi Go To Market ide yang dibutuhkan ialah cara untuk mempertahankan posisi pasar di segmen B2B (*Business to business*) seperti menyediakan inovasi baru untuk produk yang ditawarkan kepada konsumen untuk tetap menjaga loyalitas konsumen. Pada divisi Household ide yang dibutuhkan ialah cara untuk memberikan penawaran sesuai dengan kebutuhan rumah tangga konsumen seperti penawaran pemasangan wifi dengan paket student sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen.

Didukung oleh Suhadi dan Martha (2017), yang mengatakan bahwa karyawan yang memiliki modal sosial yang lebih tinggi, seperti kepercayaan, keterlibatan, dan hubungan yang baik dengan rekan kerja, akan cenderung lebih mampu menjalin kerjasama yang baik dan berkontribusi secara positif dalam mencapai tujuan bersama serta meningkatkan kinerja karyawan. Oleh karena itu jika karyawan memiliki kemampuan untuk menjalin kerjasama yang baik dengan rekan kerja serta berkontribusi, maka karyawan dapat mencapai tujuan perusahaan dan meningkatkan kinerjanya.

Tercapainya tujuan organisasi dalam meningkatkan kinerja karyawan tidak bisa dilepaskan dari sumber daya yang dimiliki oleh organisasi yang digerakkan atau

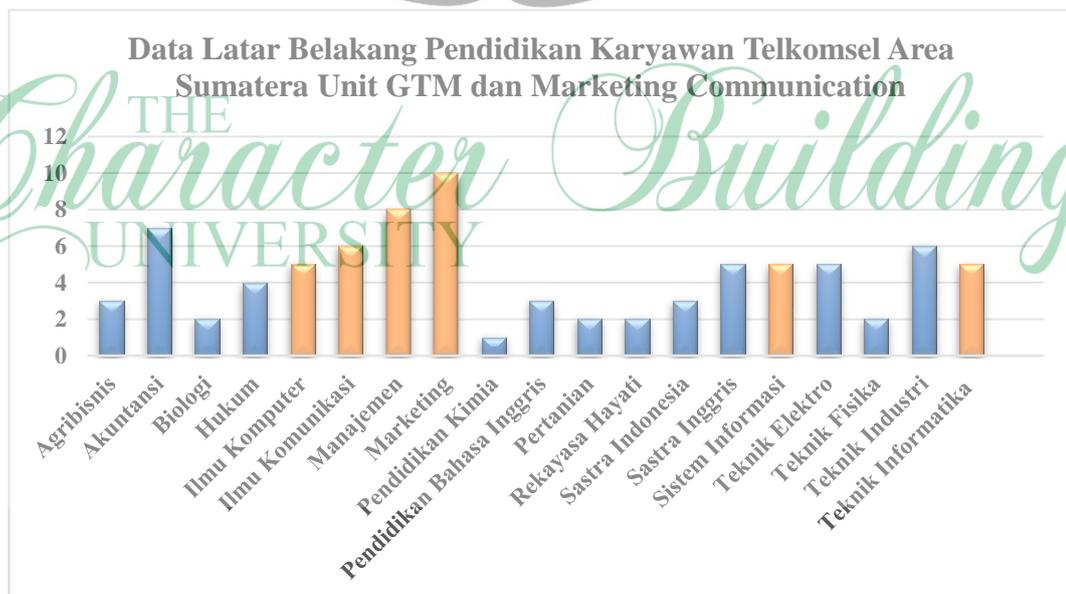
dijalankan pegawai yang berperan aktif sebagai pelaku dalam upaya mencapai tujuan organisasi tersebut (Maharani, 2021). Beberapa upaya dapat dilakukan organisasi untuk meningkatkan kinerja karyawan, seperti dengan melihat linearitas latar belakang pendidikan serta memperhatikan pengalaman kerja sebelumnya untuk mendukung dan mencapai tujuan organisasi. Atensi terhadap pentingnya kinerja karyawan juga tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan di dalam organisasi.

Adapun salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja adalah linieritas latar belakang pendidikan. Pernyataan ini didukung oleh Notoatmodjo dalam Novalasari (2021) yang menyatakan bahwa semakin karyawan memiliki latar belakang pendidikan yang tinggi serta selinear maka akan semakin tinggi upaya yang dilakukan karyawan untuk pencapaian target perusahaan. Latar belakang pendidikan memiliki peran penting dalam mengelola organisasi. Semakin tinggi pendidikan seseorang akan memberikan pengaruh yang semakin baik bagi organisasi (Pitriyani & Halim, 2020). Latar belakang pendidikan juga mempengaruhi perkembangan dan kemajuan perusahaan dengan menciptakan kreasi dan inovasi (Rostikawati & Pirmaningsih, 2019). Pendidikan merupakan salah satu usaha dalam peningkatan pengetahuan, pemahaman atas lingkungan kerja secara menyeluruh (Zaenab, 2020). Latar belakang pendidikan menjadi salah satu aspek penting bagi personalia dalam menerima calon karyawan. Latar belakang pendidikan berkaitan erat dengan calon karyawan yang dibutuhkan perusahaan (Zaenab, 2020). Kemampuan untuk berpikir dibutuhkan dalam berbagai kegiatan seperti berpikir, bernalar dan kemampuan untuk memecahkan masalah.

Linieritas pendidikan terhadap suatu karyawan di sebuah perusahaan merujuk pada kemampuan karyawan tersebut dalam menempuh pendidikan secara berurutan dan konsisten, sehingga memiliki latar belakang pendidikan yang lengkap dan sesuai dengan bidang kerjanya. Karyawan dengan latar belakang pendidikan yang linier cenderung memiliki pengetahuan dan keterampilan yang lebih luas dan mendalam dalam bidang yang mereka tekuni. Didukung oleh (Setiawan, 2015) yang menyatakan bahwa pendidikan memiliki pengaruh terhadap kinerja karyawan, tinggi rendahnya tingkat pendidikan seseorang karyawan akan berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Agar kinerja karyawan baik, maka diperlukan tenaga kerja yang memiliki tingkat pendidikan yang memadai yang sesuai dengan bidang pekerjaannya.

Gambar 1. 1

Data Latar Belakang Pendidikan Karyawan PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication



Sumber: Data diolah oleh Penulis (2024)

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat diketahui bahwa karyawan yang memiliki latar belakang pendidikan yang sesuai dengan posisi kerjanya yaitu pada diagram batang berwarna orange yaitu marketing sebanyak 10 karyawan, manajemen 8 karyawan, ilmu komunikasi 6 karyawan, ilmu komputer 5 karyawan, system informasi 5 karyawan dan Teknik informatika 5 karyawan. Oleh karena itu artinya 45 karyawan lainnya tidak memiliki latar belakang pendidikan yang selinear dengan posisi kerjanya. Didukung oleh Anna Johnson (2020) dalam buku yang berjudul "*The Benefits of Pursuing a Career Related to Your College Major*" yang mengatakan bahwa pekerjaan yang berkaitan dengan jurusan kuliah dapat memberikan kepuasan dan keberhasilan profesional yang lebih besar. Lulusan dengan latar belakang pendidikan yang linear akan merasa lebih terhubung dengan pekerjaan mereka, karena mereka dapat menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama studi mereka. Oleh karena itu, hal tersebut akan membuat karyawan dapat menghasilkan kinerja yang lebih baik.

Pernyataan tersebut didukung oleh beberapa hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kinerja karyawan dipengaruhi oleh linearitas latar belakang pendidikan, sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan (Pitriyani & Halim, 2020), yang menyatakan bahwa linearitas latar belakang Pendidikan mempengaruhi kinerja karyawan PT Pegadaian. Kemudian didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Zaenab, 2020) bahwasanya latar belakang pendidikan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja pramusaji di Instalasi Gizi RSUP DR Kariadi Semarang.

Namun, terdapat hasil penelitian terdahulu yang menyatakan adanya research gap dari linearitas latar belakang pendidikan terhadap kinerja karyawan, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Muzerika., dkk, 2018) yang menyatakan bahwa latar belakang pendidikan tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan di Bank Syariah Mandiri KCP Jantho.

Dengan adanya research gap tersebut, untuk menemukan fenomena mengenai Linearitas Latar Belakang Pendidikan pada karyawan, Peneliti melakukan penyebaran kuisioner pra survei kepada 30 karyawan PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication.

Berdasarkan hasil pra survei menunjukkan bahwa terdapat masalah dalam liniearitas latar belakang pendidikan pada karyawan PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication yaitu dengan rata-rata sebesar 50%. Masalah ini timbul karena masih terdapat karyawan yang belum melakukan pekerjaan sesuai dan berkaitan dengan jurusan kuliah yaitu sebesar 66,7%, karyawan yang tidak memiliki pengetahuan relevan selama kuliah dengan pekerjaan saat ini sebesar 53,3%, karyawan yang belum memiliki sertifikasi khusus yang relevan terhadap pekerjaan saat ini sebesar 43,3% dan karyawan yang belum memiliki keterampilan teknis yang diperlukan untuk tugas spesifik sebesar 36,7%. Beberapa karyawan yang berasal dari latar belakang pendidikan yang tidak selinear dengan bidang yang dijalankan perusahaan merasa masih harus beradaptasi dan harus belajar lebih dari karyawan lain yang memiliki latar belakang pendidikan yang selinear dengan bidang yang ditekuni. Dikarenakan linearitas latar belakang pendidikan serta tingkat pendidikan seorang tenaga kerja berpengaruh positif

terhadap kinerja karyawan, oleh karena itu orang yang berpendidikan lebih tinggi akan memiliki pengetahuan yang lebih untuk meningkatkan kinerjanya (Basruddin, 2021).

Adapun alasan utama yang mendasari linearitas latar belakang pendidikan sebagai aspek utama dalam kinerja ialah karyawan dengan latar belakang pendidikan yang linear dengan pekerjaan saat ini seperti halnya pengetahuan yang relevan serta keterampilan teknis relevan yang dimiliki akan lebih mudah dalam mengerjakan tugas yang diberikan oleh perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novalasari (2021) yang menyatakan bahwa karyawan yang memiliki pendidikan tinggi cenderung memiliki kinerja yang baik karena mampu menguasai kedudukan pekerjaan dan memperkirakan penyelesaian masalah dengan tepat. Hal ini didukung oleh (Gemnafle & Batlolona, 2021) yang menyatakan bahwa pendidikan membagikan bekal pada seseorang untuk bisa lebih menguasai kedudukan di tempat pekerjaan. Didukung oleh (Jenilan, 2018) yang menyatakan bahwa karyawan yang memiliki pendidikan tinggi maka dapat mengestimasi masalah menjadi gampang untuk diselesaikan dalam segala bentuk permasalahan yang ada pada profesinya sehingga menunjang kinerja karyawan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Selain dari linieritas latar belakang pendidikan, pengalaman kerja juga sangat penting dalam meningkatkan kinerja karyawan. Menurut (Leatemala, 2018) yang menyatakan bahwa pengalaman kerja merupakan hal yang sangat diperlukan dalam peningkatan kinerja karyawan. Pengalaman kerja karyawan akan menunjukkan tingkat penguasaan pada keterampilan yang dimilikinya. Karyawan

dengan masa kerja lebih banyak akan memiliki berbagai macam pengalaman kerja serta pengalaman dalam menyelesaikan suatu permasalahan sesuai dengan kemampuan individual karyawan. Didukung oleh (Sastrohadiwiryo, 2005) (Sastrohadiwiryo dalam jurnal Ratulangi 2016:323) yang mengatakan pengalaman kerja merupakan salah satu faktor terpenting dalam sebuah perusahaan. Karyawan yang telah banyak memiliki pengalaman kerja akan dengan sangat mudah beradaptasi dengan pekerjaan yang ada. Pengalaman bekerja merupakan modal utama seseorang untuk terjun dalam bidang tertentu.

Pernyataan tersebut didukung oleh beberapa hasil penelitian yang mengatakan bahwa kinerja karyawan dipengaruhi oleh pengalaman kerja. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Bili, 2018) yang menyatakan bahwasanya terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pengalaman kerja dan kinerja pegawai di Kantor Kecamatan Laham. Didukung juga oleh penelitian yang dilakukan oleh (Fitri, 2021) yang mengatakan bahwasanya pengalaman kerja berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan Adi Assri Hotel Pemuteran.

Namun, terdapat penelitian terdahulu yang menyatakan adanya research gap dari pengalaman kerja terhadap kinerja karyawan seperti dalam penelitian (Kitta., dkk, 2023) yang menyatakan bahwa pengalaman kerja tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja pegawai kantor PT. Makassar Megaputra Prima Telkomsel Distribution Center Makassar.

Dengan adanya research gap tersebut, untuk menemukan fenomena mengenai pengalaman kerja pada karyawan. Peneliti melakukan penyebaran kuisioner pra

survei kepada 30 karyawan PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication.

Berdasarkan hasil pra survei menunjukkan bahwa terdapat masalah dalam *Work Experience* (pengalaman kerja) pada karyawan PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication yaitu dengan rata-rata sebesar 44,4%. Masalah ini timbul karena masih terdapat karyawan yang belum memiliki keterampilan dalam mengoperasikan teknologi serta peralatan khusus pada pekerjaannya saat ini sebesar 63,3%, karyawan yang belum memiliki masa kerja di perusahaan yang sama lebih dari 3 tahun sebesar 53,3% dan karyawan yang belum menguasai tugas serta prosedur pekerjaan yang saat ini dilakukan sebesar 16,7%. Didukung oleh (Ardian, 2021) yang menyatakan bahwa pengalaman kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan, oleh karena itu semakin banyak pengalaman yang didapatkan oleh seseorang pekerja akan membuat pekerja semakin terlatih dan terampil dalam melaksanakan pekerjaannya.

Menurut Siahaan, A., & Sudiro, A. (2018), menyatakan bahwa karyawan harus selalu berkembang dan belajar secara terus-menerus untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka, termasuk keterampilan dalam mengoperasikan teknologi dan peralatan khusus yang diperlukan dalam pekerjaan mereka. Maka dari itu setiap karyawan harus memiliki keterampilan dan mampu menggunakan teknologi dalam menyelesaikan pekerjaannya. Pada unit Go-To-Market, perusahaan mengharuskan setiap karyawannya memiliki beberapa keterampilan diantaranya seperti penguasaan software Microsoft office untuk entry data, penguasaan keterampilan pada copywriting untuk menciptakan penulisan

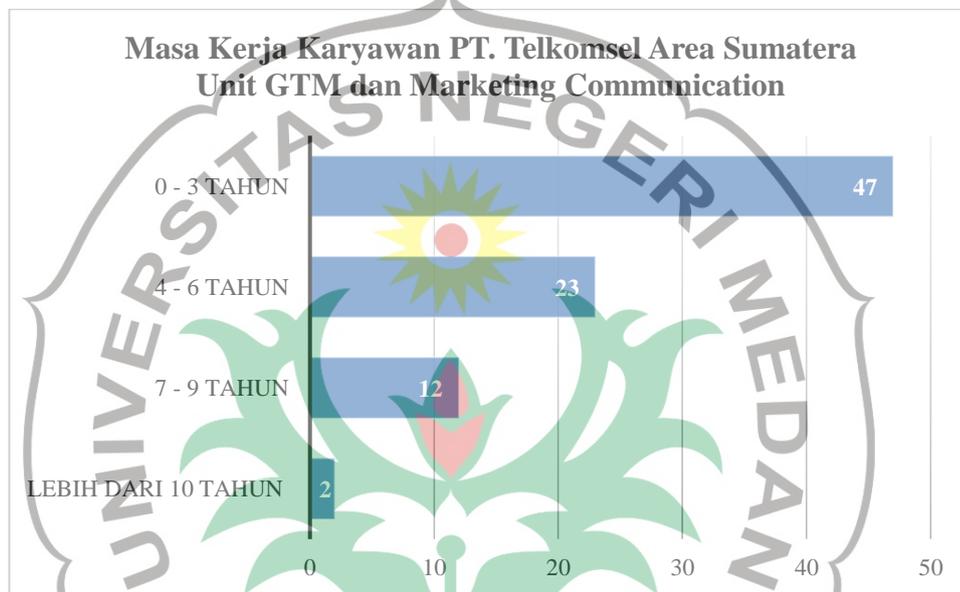
tawaran yang bersifat persuasif, penguasaan design grafis seperti photoshop yang berguna dalam pemasaran digital dan penguasaan aplikasi editing untuk menciptakan konten yang menarik dan sesuai trend.

Adapun alasan utama yang mendasari pengalaman kerja sebagai salah satu aspek yang mendukung peningkatan kinerja karyawan ialah karyawan yang telah memiliki masa kerja lebih banyak akan mempunyai berbagai macam pengalaman pekerjaan dalam memecahkan macam-macam persoalan di dalam perusahaan (Ilham, 2022). Karena karyawan yang memiliki masa kerja lama maka akan mampu menjalankan pekerjaan sesuai dengan tanggung jawab dan lebih unggul dari segi kualitas pekerjaan. Hal ini didukung oleh (Situmeang, 2017) bahwa pengalaman kerja merupakan suatu modal dari karyawan itu sendiri yang di dapat dari suatu proses pembentukan oleh karyawan dalam menjalankan pekerjaan sesuai dengan tanggung jawabnya.

Sejalan dengan (Ratulangi, 2016) yang menyatakan bahwa pengalaman juga memberikan dampak pada setiap keputusan yang diambil merupakan keputusan yang tepat. Hal tersebut mengindikasikan bahwa semakin lama masa kerja yang dimiliki karyawan maka karyawan akan semakin baik pula kualitas kinerja yang dihasilkan. Pengalaman kerja merupakan salah satu faktor terpenting untuk meningkatkan kinerja karyawan baik dari segi kuantitas maupun kualitas (Ratulangi, 2016).

Gambar 1. 2

Data Masa Kerja Karyawan PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication



Sumber: Hasil penyebaran kuisioner pra survei masa kerja pada karyawan PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication (November 2023)

Berdasarkan hasil pra survei, peneliti menemukan permasalahan pada pengalaman kerja. Karyawan dengan masa pengalaman kerja 0-3 tahun masih memiliki keterbatasan dalam hal pengetahuan dan keterampilan dalam menyelesaikan tugas yang lebih kompleks. Didukung oleh (Carlotta Perez, 2015) yang menyatakan bahwa pengalaman kerja di perusahaan yang sama selama 3 tahun dapat memberikan stabilitas dan kesempatan untuk meningkatkan kinerja karyawan. Oleh karena itu, karyawan yang masih memiliki sedikit pengalaman kerja juga cenderung tidak percaya diri akan tugas yang dikerjakan. Jika dibandingkan dengan karyawan dengan pengalaman kerja yang sedikit, karyawan

dengan pengalaman kerja yang lebih lama juga memiliki pemikiran yang lebih matang untuk meminimalkan risiko terhadap suatu pekerjaan, sedangkan karyawan dengan pengalaman kerja yang minim lebih cenderung berpikir *out-of-the-box* atau dengan kata lain mengambil risiko yang cukup besar untuk merealisasikan hasil pemikirannya. Hal ini berpengaruh untuk kerja sama dalam tim sehingga akan berpengaruh kepada kinerja karyawan.

Dengan demikian, berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Linearity of Educational Background* Dan *Work Experience* Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas dimana pada PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication dapat diperoleh informasi terkait permasalahan yang dijadikan sebagai identifikasi masalah antara lain:

1. Kinerja karyawan belum optimal, yang disebabkan karena karyawan belum berkontribusi dalam mengusulkan ide-ide dalam pekerjaan dan belum menjalin kerja sama yang baik dengan sesama rekan kerja
2. Terdapat perbedaan latar belakang pendidikan dan ketidaksesuaian pengetahuan yang dimiliki karyawan dengan penempatan posisi kerja karyawan sehingga karyawan terhambat dalam melakukan pekerjaannya.

3. Terdapat karyawan yang belum memiliki keterampilan dalam mengoperasikan teknologi dan belum memiliki pengalaman kerja di perusahaan yang sama dalam kurun waktu tertentu sehingga karyawan tidak memiliki percaya diri dengan tugas yang dilakukan.

1.3 Pembatasan Masalah

Mengenai pembatasan masalah yang sedang dibahas, maka penelitian ini berfokus pada permasalahan yang ada. Sehingga penelitian dibatasi pada "Pengaruh *Linearity Of Educational Background Dan Work Experience* Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication".

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan pada latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh *Linearity of Educational Background* terhadap kinerja karyawan PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication?
2. Apakah terdapat pengaruh *Work Experience* terhadap kinerja karyawan PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication?
3. Apakah terdapat pengaruh *Linearity of Educational Background* dan *Work Experience* terhadap kinerja karyawan PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam melakukan Penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Linearity of Educational Background* terhadap kinerja karyawan PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication
2. Untuk mengetahui pengaruh *Work Experience* terhadap kinerja karyawan PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication
3. Untuk mengetahui pengaruh *Linearity of Educational Background* dan *Work Experience* terhadap kinerja karyawan PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi pihak-pihak terkait diantaranya:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan meningkatkan wawasan ilmu bagi peneliti yang nantinya akan dapat bermanfaat dimasa yang akan datang.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan dalam penyelesaian berbagai permasalahan yang ada pada perusahaan terkait dengan pengaruh *Linearity of Educational Background* dan *Work Experience*

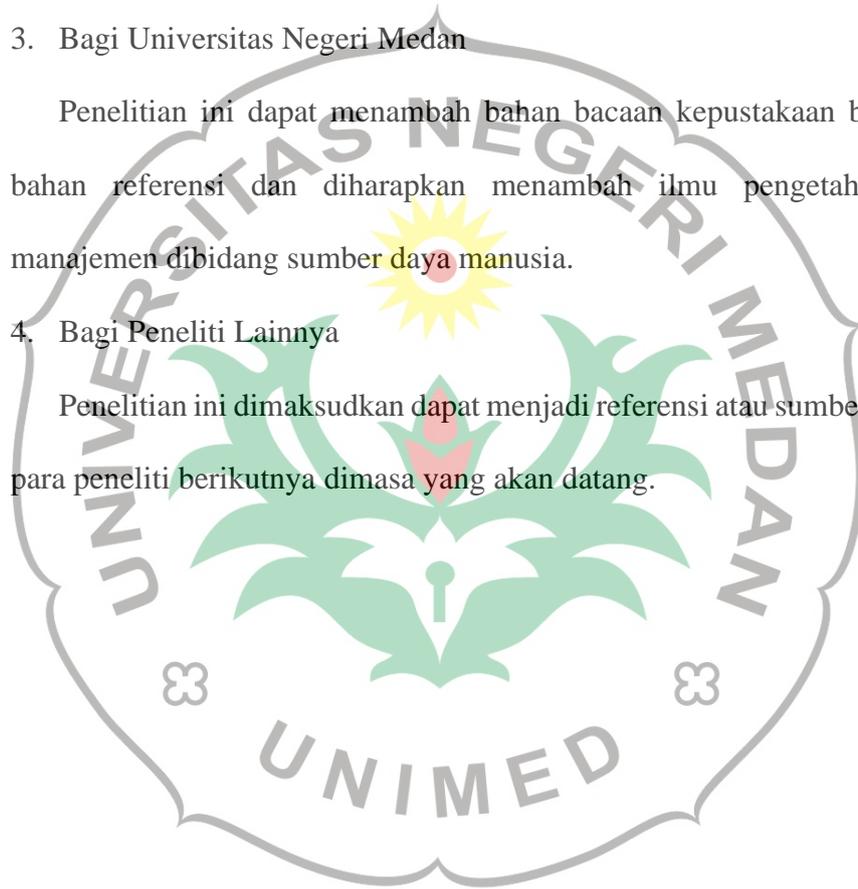
terhadap kinerja karyawan yang ada pada PT. Telkomsel Area Sumatera Unit GTM dan Marketing Communication.

3. Bagi Universitas Negeri Medan

Penelitian ini dapat menambah bahan bacaan kepustakaan baik sebagai bahan referensi dan diharapkan menambah ilmu pengetahuan terkait manajemen dibidang sumber daya manusia.

4. Bagi Peneliti Lainnya

Penelitian ini dimaksudkan dapat menjadi referensi atau sumber bahan bagi para peneliti berikutnya dimasa yang akan datang.



THE
Character Building
UNIVERSITY