

Annual Report **KTM Solutions 2026**

Rethinking Employee Engagement
Data, Realita, dan Tantangan Organisasi
Indonesia Hari Ini



Table of Content

Introduction: Executive Overview

1. BAB 1: The Core Tension
2. BAB 2: Executive Snapshot: Engagement Today
3. BAB 3: Deep Dive: Employee Experience
Clusters/Synthesizing the Insights
4. BAB 4: What's Next: Strategic Directions

**Closing: From Working Hard to Growing
Together Appendix**

Executive Overview

Berjalannya waktu, kini organisasi menghadapi tantangan yang semakin seragam kinerja yang terjaga, tetapi komitmen karyawan semakin rapuh. Banyak perusahaan mampu mempertahankan output, namun mulai kehilangan kepercayaan, kebanggaan, dan suara positif dari dalam. Pola ini juga tercermin di Indonesia, yang tengah berada pada momentum bonus demografi, sebuah peluang besar yang sekaligus menuntut kesiapan organisasi dalam mengelola tenaga kerja secara lebih berkelanjutan.

Di sinilah krisis yang lebih mendasar muncul. Tantangan utama tidak lagi berhenti pada produktivitas, melainkan pada kejelasan masa depan karier, kualitas hidup kerja, dan rasa diperlakukan adil. Annual Report KTM Solutions ini disusun untuk menjelaskan titik-titik kritis tersebut melalui analisis berbasis data. Laporan ini akan mengungkap faktor-faktor yang menyebabkan organisasi kerap gagal dalam mengunci komitmen emosional.

Lebih dalam, laporan ini juga mengarahkan perhatian HR leaders pada pergeseran penting: Dari sekadar menjaga output, menuju membangun organisasi yang aman, adil, dan menjanjikan masa depan.

Authors

Lina Natalya, S.Psi., M.Si. - KTM Solutions, Head of Assessment and Data Science

Gabrielle Sinata Sin, S.Psi. - KTM Solutions, Researcher

Lisa Anastasia, S.Psi - KTM Solutions, Researcher

THE CORE TENSION: REALITA VS IDEAL

The Reality Inside Organizations

Saat ini Indonesia sedang berada di tengah bonus demografi

Puncak proporsi usia produktif diproyeksikan berlangsung hingga tahun 2035, sebelum perlahan menjelang 2045—saat Indonesia menargetkan **Indonesia Emas**; status negara maju berpendapatan tinggi. Keberhasilan fase ini tidak hanya ditentukan oleh kebijakan, tetapi oleh kualitas pengalaman kerja yang dibangun organisasi hari ini. Pemerintah sendiri perlu menempatkan:

Pemerintah sendiri menempatkan:

- 1 **Kualitas SDM**
- 2 **Produktivitas tenaga kerja**
- 3 **Daya saing inovasi**

Sebagai prasyarat utama untuk mencapai visi tersebut, maka KTM Solutions merangkai data dalam Annual Report yang sangat relevan:

Di titik inilah temuan Annual Report KTM menjadi sangat relevan:

Organisasi sudah mampu membuat karyawan bekerja dengan baik, tapi belum sepenuhnya membuat ingin **bertahan, bangga, dan berinovasi bersama**

Jika pola ini terus terjadi pada banyak organisasi di Indonesia, Bonus demografi berisiko berubah menjadi beban demografi.

di tahun 2045 mendatang, kita akan memiliki jutaan tenaga kerja yang:

- 1** Mampu mengeksekusi dan menjaga kinerja tetap berjalan.
- 2** Bekerja di bawah tekanan mental dan finansial yang belum sehat.
- 3** Tidak melihat jalur karier yang cukup jelas untuk bertahan.
- 4** dan **tidak cukup percaya** untuk mengajak generasi berikutnya bergabung.

Bonus Demografi



Beban Demografi

What this really means?

Apa yang terjadi di level organisasi hari ini pada dasarnya adalah simulasi masa depan Indonesia 2045.

Maka untuk mencapai Indonesia Emas 2045, tidak cukup hanya mengejar kinerja, tapi juga kebanggaan, keadilan, kesehatan hidup, dan masa depan karier, maka kita sedang ikut memastikan bahwa bonus demografi benar-benar berubah menjadi “bonus keemasan” bagi Indonesia, bukan sekadar angka di piramida penduduk.



Menuju Indonesia Emas 2045: Bekerja dengan baik saja tidak lagi cukup.

Indonesia membutuhkan organisasi yang mampu melakukan pergeseran berikut:



Dari bonus tenaga kerja ke bonus karier

Membaca bonus demografi sebagai peluang membangun jalur karier yang jelas, lintas peran dan lintas industri, bukan sekadar sumber daya murah.

Dari program well-being menjadi fondasi produktivitas

Menempatkan kesehatan mental dan kelayakan hidup sebagai prasyarat kinerja dan inovasi jangka panjang.



Dari budaya harmonis ke budaya inovatif

Berani bereksperimen, mengelola kegagalan secara terukur, dan memberi ruang nyata bagi ide generasi penerus.

Dari penyampai visi ke penggerak generasi

Pemimpin yang tidak hanya menjelaskan target, tetapi membangun keyakinan bahwa karier individu dan masa depan bangsa dapat tumbuh bersama.



The Question Has Shifted

Ke depan, tantangan organisasi bukan lagi “**bagaimana membuat orang bekerja lebih keras**”, melainkan “**bagaimana membuat mereka mau bertahan, percaya, dan bangga tumbuh bersama.**”

Di tengah bonus demografi dan target Indonesia Emas 2045, setiap keputusan organisasi terkait **karier, well-being, budaya, dan kepemimpinan** akan menentukan:

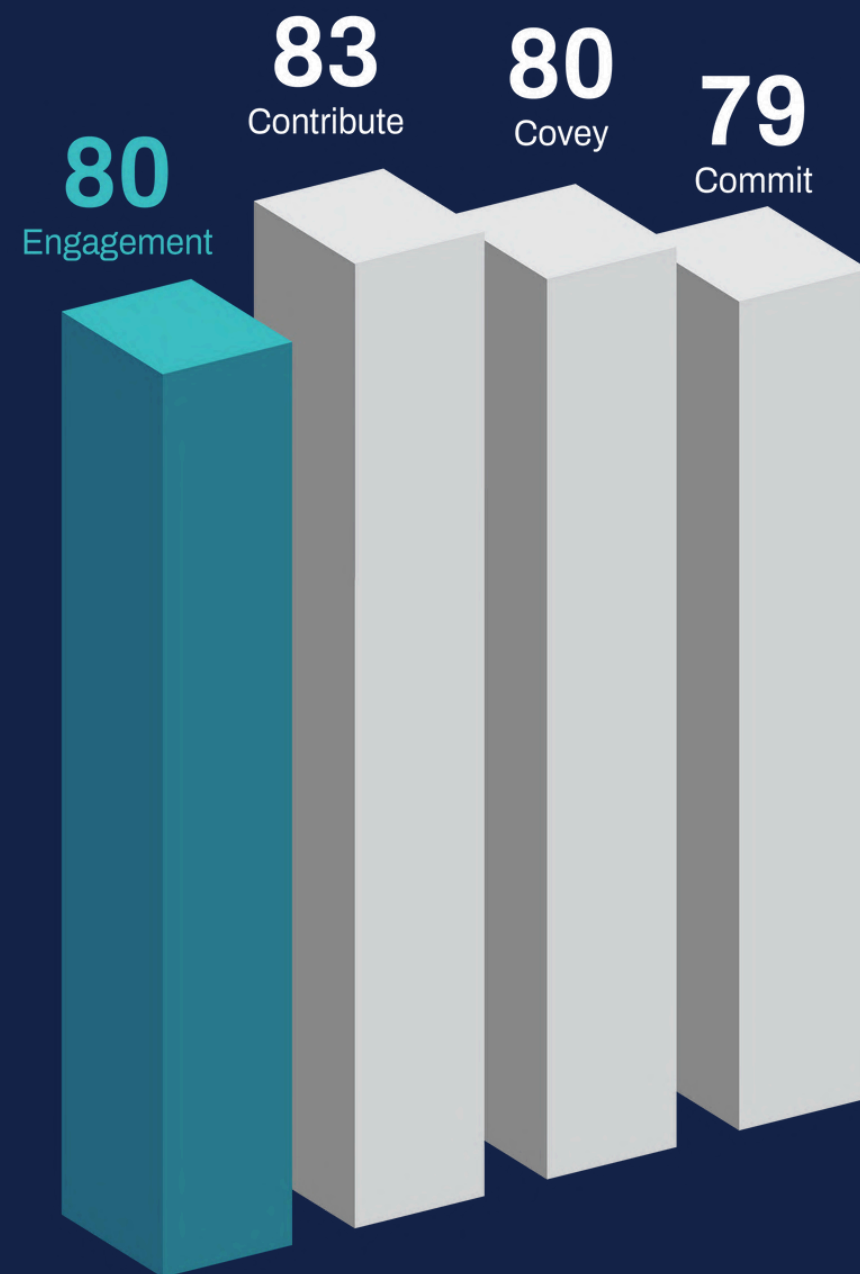


Apakah generasi produktif hari ini hanya menjadi tenaga kerja yang habis pakai?

atau



Menjadi talenta yang secara sadar memilih perusahaan-perusahaan Indonesia sebagai rumah jangka panjangnya.



Grafik Engagement, Convey, Commit, Contribute

Strong Performance. Fragile Loyalty.

Pada grafik tersebut, skor Engagement berada di level 80 yang mencerminkan keterikatan yang solid dan relatif merata. Namun, ketika dibedah lebih dalam, polanya menyampaikan pesan strategis yang jelas.

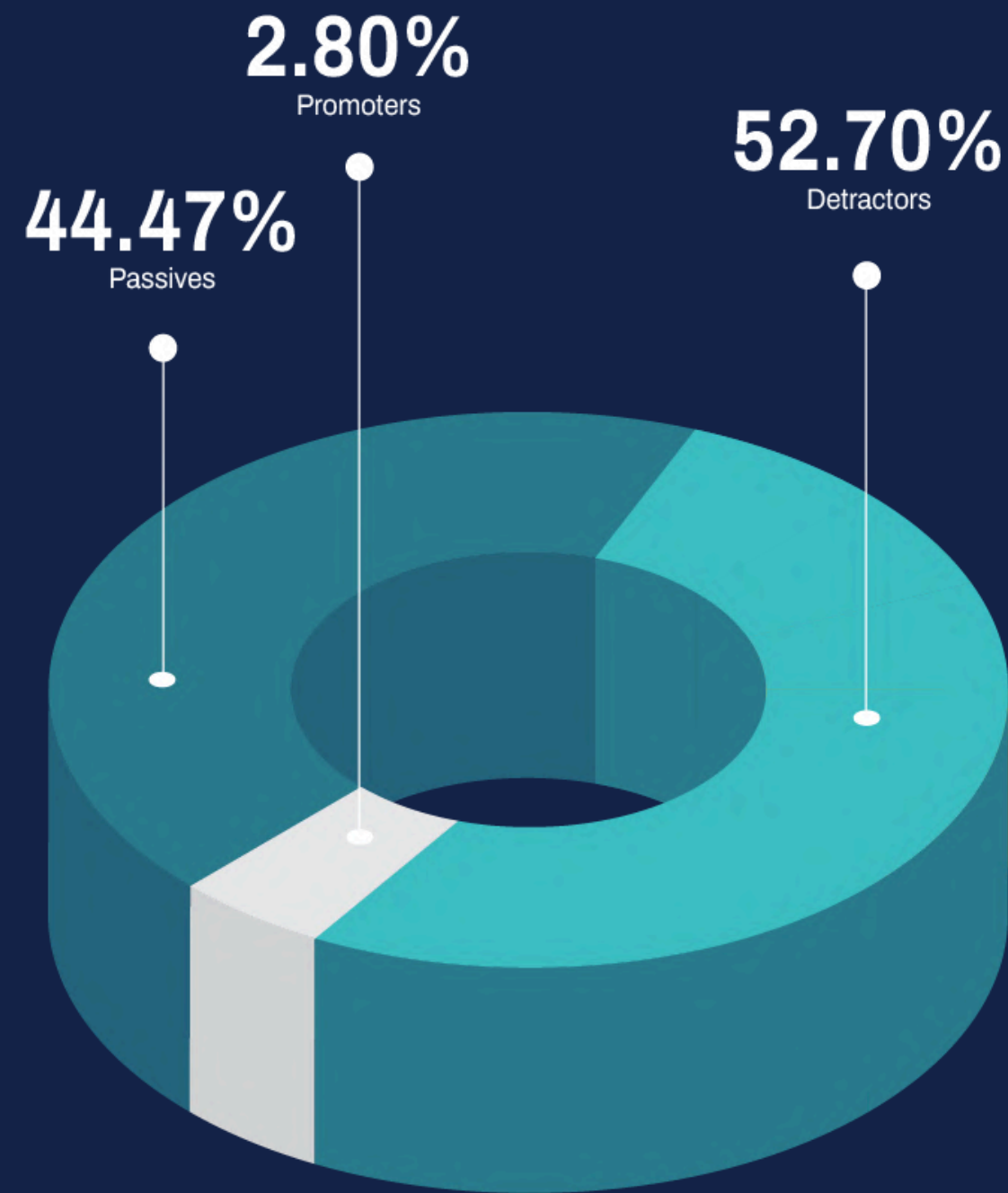
- **Contribute (83):** energi dan kemauan memberi kontribusi ekstra berada pada level tertinggi.
- **Convey (80):** reputasi internal cukup sehat; karyawan masih bersedia menjadi suara positif.
- **Commit (79):** sinyal awal bahwa loyalitas jangka panjang belum sepenuhnya terkunci.

Jika hari ini organisasi masih ditopang oleh tenaga kerja yang siap memberi lebih. Maka tantangannya bukan pada motivasi karyawan, melainkan mengonversi energi tersebut menjadi alasan untuk menetap.

Kesenjangan antara **Contribute** dan **Commit** adalah alarm halus: **mesin kinerja sudah hidup, namun pengunci retensi belum sepenuhnya terpasang.**

Ini bukan soal mendorong lebih keras.

Ini soal membangun keyakinan untuk bertahan lebih lama.



e-NPS: The Brutal Truth

-49.896

Dengan e-NPS di level $-49,9$, pesan datanya jelas dan **tidak bisa diabaikan**.

- Detractors (52,7%) mendominasi persepsi karyawan
- Passives (44,5%) bekerja tanpa ikatan emosional
- Promoters (2,8%) hampir tidak terbentuk

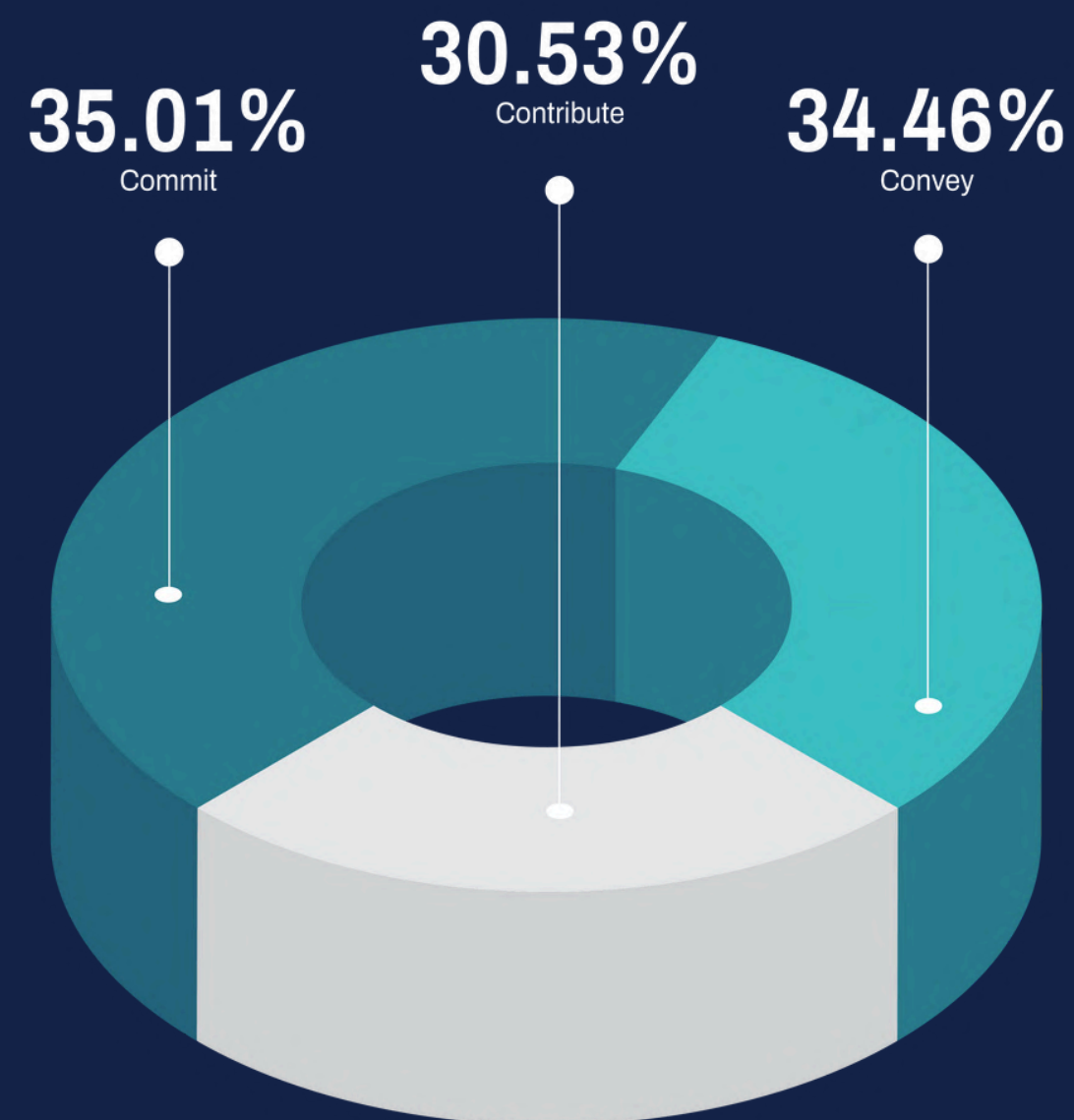
Artinya, organisasi masih mampu beroperasi dan menghasilkan kinerja. Bukan karena kebanggaan dan kepercayaan, **tetapi karena etos kerja personal karyawan**.

Ini adalah pola klasik “**productive, but not proud.**”

Karyawan tetap perform, namun belum cukup percaya untuk menjadi representasi organisasi.

e-NPS dirancang sebagai metrik yang selektif.

Skor tinggi hanya muncul dari tingkat antusiasme tertinggi (9–10), dan data ini menegaskan bahwa **organisasi belum membangun basis advokasi yang benar-benar kuat**.



Kontribusi Relatif Convey, Commit, dan Contribute Terhadap Varians Engagement

Engagement digerakkan oleh tiga mesin yang relatif seimbang. Commit (35,01%) dan Convey (34,46%) menjadi pendorong utama, dengan Contribute (30,53%) sebagai penguat kinerja. **Artinya, organisasi tidak kekurangan tenaga dan kemauan bekerja, namun percepatan engagement tidak akan tercapai jika hanya fokus pada output.** Implikasi strategisnya jelas:

- Kinerja tinggi tanpa niat bertahan akan rapuh.
- Kontribusi ekstra tanpa kebanggaan tidak berumur panjang.
- Engagement tumbuh paling kuat saat niat menetap (commit) dan keinginan bercerita dengan bangga (convey) dikunci bersamaan.

Engagement bukan hanya soal ‘kerja lebih keras’ tetapi soal ‘ingin bertahan lebih lama’ dan ‘mau merekomendasikan dengan bangga’

Summary:

Skor Engagement 80 dengan Contribute 83 menegaskan organisasi masih unggul dalam eksekusi—mesin performa berjalan. Namun e-NPS -49,9 (Promoters 2,8% vs Detractors 52,7%) memberi sinyal strategis yang tidak bisa diabaikan: karyawan bekerja, tetapi belum cukup bangga untuk menjadi advokat. Namun e-NPS -49,9 (Promoters 2,8% vs Detractors 52,7%) mengungkap fakta yang lebih tajam: kebanggaan belum terbentuk, sehingga karyawan belum siap menjadi promotor.

Implikasinya jelas: kapabilitas deliver belum otomatis bertransformasi menjadi loyalitas. Engagement akan meningkat paling cepat ketika organisasi mengunci masa depan karier yang kredibel (**menguatkan Commit**) dan secara konsisten menghidupkan purpose serta kebanggaan terhadap brand internal (**memperbesar Contribute**).

Kesimpulan:

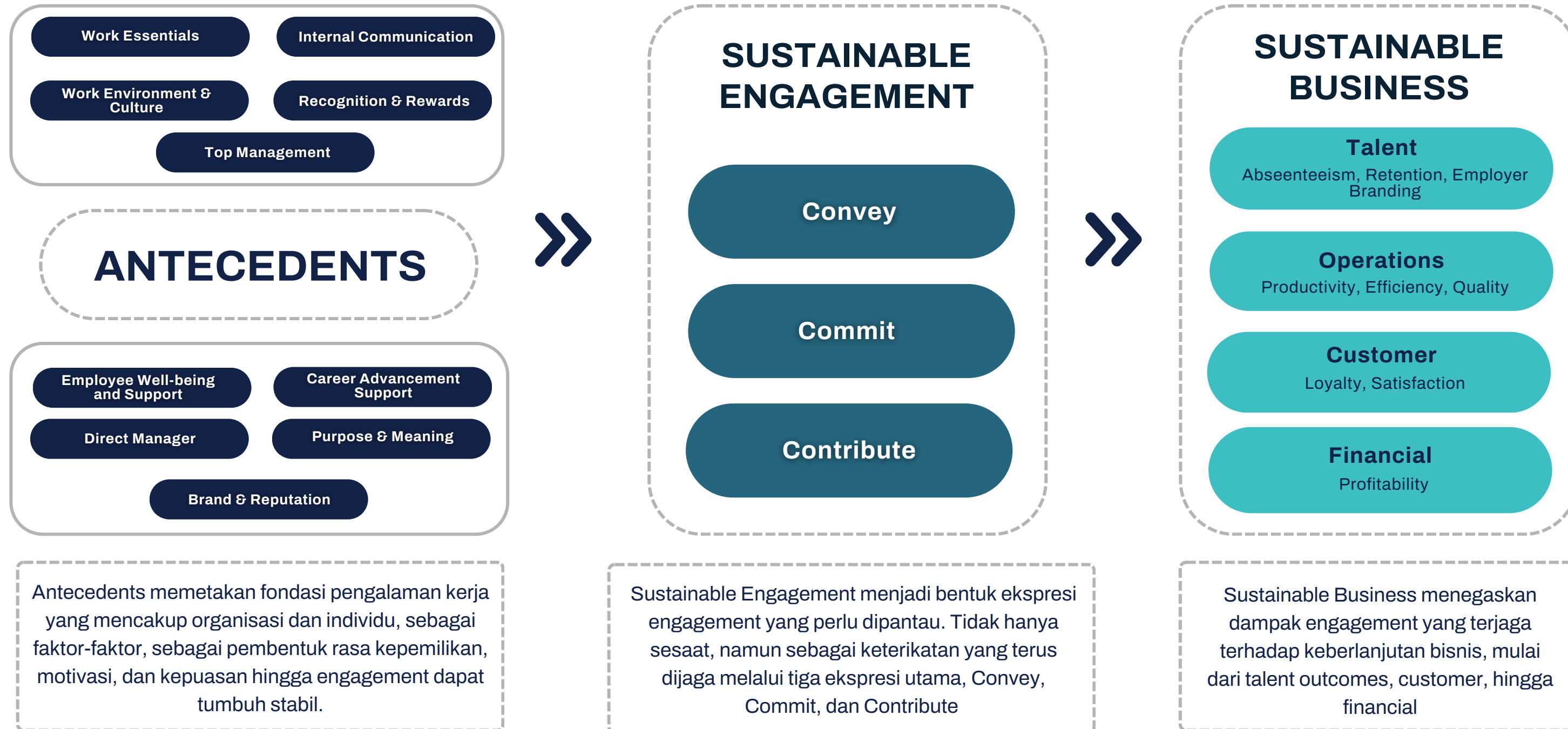
Ketika kontribusi bertemu makna dan komitmen bertemu masa depan, organisasi tidak hanya memiliki karyawan yang mampu bekerja, tetapi talenta yang percaya, bertahan, dan memilih tumbuh bersama.

Inilah saatnya melampaui “cukup baik” menuju “bermakna”: organisasi yang tidak hanya mampu deliver, tetapi layak dibanggakan dan direkomendasikan.

BAB 2

**Executive Snapshot:
Engagement Today**

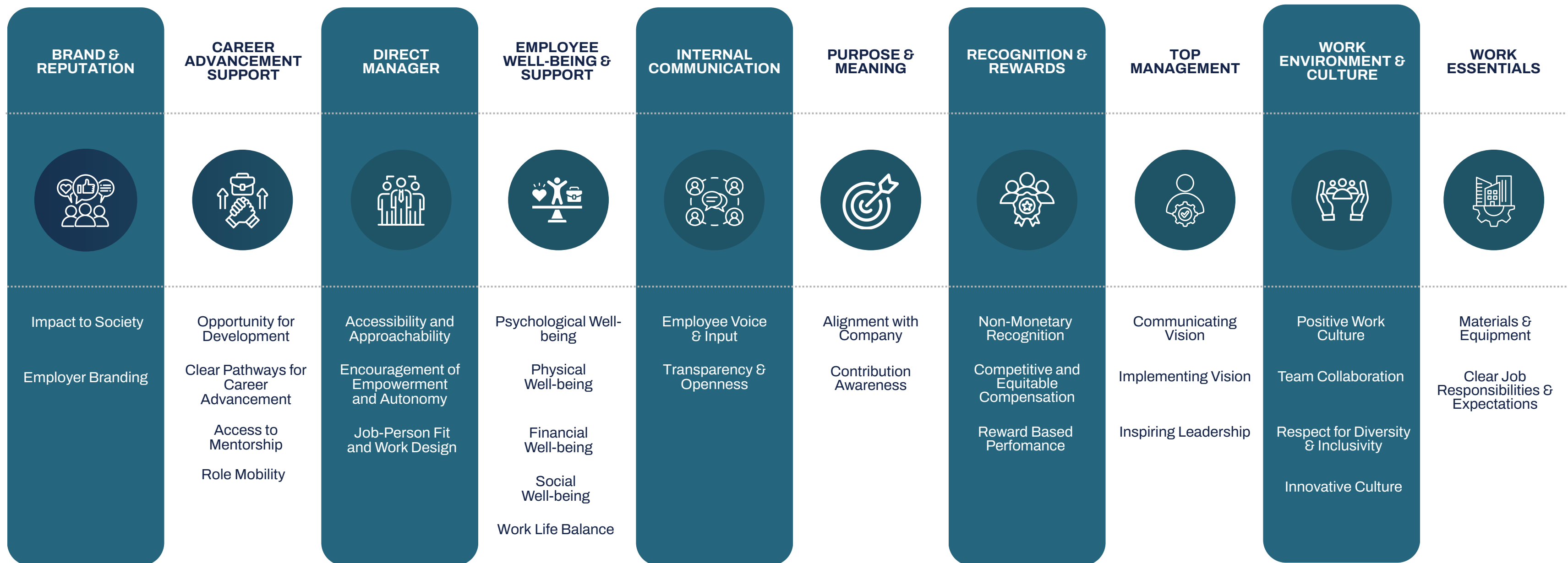
KTM'S EMPLOYEE ENGAGEMENT SURVEY GENERAL FRAMEWORK



Framework Employee Experience Survey Talentics mengadopsi pendekatan holistik yang menghubungkan Antecedents → Sustainable Engagement → Sustainable Business sebagai satu siklus berkelanjutan

Survei ini tidak hanya berfungsi sebagai pengukuran, tetapi juga pemandu intervensi yang dapat memperkuat daya saing organisasi

CLUSTER EMPLOYEE ENGAGEMENT SURVEY



85



BRAND & REPUTATION

Sekelompok faktor yang digunakan untuk menilai pandangan karyawan terhadap upaya perusahaan dalam mengelola reputasinya serta berkomitmen untuk bertindak secara bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan.

Mereka bangga pada apa yang perusahaan lakukan di luar, tetapi belum sepenuhnya puas dengan apa yang mereka alami di dalam

Skor Brand & Reputation mencapai 85, menunjukkan karyawan melihat perusahaan bukan hanya sebagai tempat bekerja, tetapi sebagai institusi yang punya dampak sosial nyata dan layak dibanggakan. Nilai Impact to Society (85) dan Employer Branding (85) yang sama-tinggi menegaskan dua hal sekaligus: karyawan percaya pada komitmen etis perusahaan terhadap masyarakat, dan memandangnya sebagai tempat kerja yang menarik serta prestisius. Ini merupakan modal reputasi internal yang kuat, namun belum sepenuhnya terkonversi.

Simpulan:

cukup bangga pada brand saja tidak cukup untuk melahirkan promotor.

Impact to Society

85

Pandangan karyawan terhadap komitmen perusahaan untuk bertindak etis dan bertanggung jawab terhadap masyarakat, dan lingkungan sekitar guna menciptakan dampak sosial yang positif.

Employer Branding

85

Pandangan karyawan atas upaya perusahaan membangun citra positif sebagai tempat kerja yang menarik, sehingga memengaruhi pandangan publik dan menumbuhkan rasa bangga.

80



DIRECT MANAGER

Sekelompok faktor yang digunakan untuk menilai dukungan manajer dalam memberikan kemudahan akses dan komunikasi, menempatkan karyawan sesuai kompetensi, serta mendorong otonomi agar pekerjaan dapat dikendalikan secara mandiri.

Mereka sudah merasa cukup dekat dengan atasan, tapi belum cukup dipercaya untuk mengendalikan cara kerjanya sendiri

Skor Direct Manager berada di level kuat (80), menandakan bahwa atasan langsung sudah berfungsi sebagai mitra kerja yang cukup suportif, bukan sekadar pemberi instruksi. Karyawan menilai manajer relatif baik dalam menyusun peran yang pas (Job-Person Fit & Work Design 81) dan mudah diakses untuk berdiskusi (Accessibility & Approachability 80). Namun skor sedikit lebih rendah pada Empowerment & Autonomy (79) memberi sinyal penting: karyawan sudah didukung, tetapi belum sepenuhnya diberi ruang kendali untuk mengatur cara kerjanya sendiri. Di titik inilah peran manajer berpotensi menjadi pembeda antara karyawan yang sekadar mengikuti arahan dan karyawan yang benar-benar merasa memiliki pekerjaannya. Celah ini bisa menjadi akselerator engagement di periode berikutnya.

Simpulan:

Dukungan atasan saja tidak cukup. Karyawan juga perlu ruang otonomi untuk mengambil kendali atas cara mereka bekerja.

Accessibility & Approachability

80

Pandangan karyawan terhadap kemudahan berinteraksi dengan atasan, yang tercermin dari komunikasi terbuka, pertemuan rutin, serta umpan balik konstruktif yang mendukung penyelesaian pekerjaan.

Job-Person Fit & Work Design

81

Pandangan karyawan atas upaya pemimpin menyelaraskan kemampuan serta minat karyawan dengan tuntutan, peluang, dan karakter peran kerja.

Encouragement of Empowerment & Autonomy

79

Pandangan karyawan terhadap tingkat kendali dan kewenangan pengambilan keputusan yang diberikan manager untuk menyelesaikan suatu pekerjaan.

74



CAREER ADVANCEMENT SUPPORT

Sekelompok faktor yang digunakan untuk menilai dukungan organisasi dalam memfasilitasi perkembangan dan kemajuan karyawan melalui pemberian variasi penugasan, bimbingan manajerial, fasilitas pembelajaran, dan kebijakan mobilisasi karier.

Karyawan melihat banyak aktivitas pengembangan, tapi belum melihat jalur karier yang benar-benar terbuka

Skor Career Advancement Support berada di 74, menandakan fondasi dukungan karier sudah ada namun belum cukup kuat untuk menjadi alasan utama bertahan. Karyawan menilai kesempatan belajar (Opportunity for Development 77), akses mentoring (76), dan role mobility (76) relatif sudah tersedia, tetapi ketika bertanya “setelah ini saya bisa naik ke mana?” jawaban dari manajemen masih kabur (Clear Pathways for Career Advancement 69). Artinya, organisasi rajin mengirim orang ke program dan assignment, namun belum berhasil menjahitnya menjadi alur karier yang jelas, terstruktur, dan terasa bisa dicapai. Padahal dari analisis pilar pembentuk komitmen kerja karyawan (Commit), cluster ini penentu terbesarnya.

Simpulan

Banyaknya program tidak menjamin keterikatan. Karyawan butuh arah karier yang jelas dan dapat dipercaya.

Opportunity for Development

77

Pandangan karyawan terhadap ketersediaan berbagai program dan peluang pembelajaran yang membantu pengembangan kompetensi.

Access to Mentorship

76

Pandangan karyawan mengenai ketersediaan akses dan kualitas bimbingan, umpan balik, serta panduan pengembangan yang diberikan manajemen dalam memfasilitasi pertumbuhan karier.

Clear Pathways for Career Advancement

69

Pandangan karyawan terhadap kebijakan serta kejelasan sistem organisasi yang mendukung kemajuan karier karyawan.

Role Mobility

76

Pandangan karyawan terhadap ketersediaan jalur perpindahan lateral yang jelas dan mudah diakses di dalam organisasi.

76



INTERNAL COMMUNICATION

Sekelompok faktor yang digunakan untuk menilai komitmen organisasi dalam mendengarkan serta mempertimbangkan perspektif karyawan, sekaligus menyajikan informasi relevan dengan transparan dan tepat waktu, baik untuk praktik kerja sehari-hari maupun pengembangan kebijakan organisasi.

karyawan sudah diajak bicara dan diberi informasi, tetapi belum cukup yakin suaranya dipertimbangkan manajemen

Skor Internal Communication 76 menunjukkan organisasi telah membangun fondasi komunikasi dua arah yang cukup sehat: karyawan merasa suara mereka relatif didengar (Employee Voice & Input 76) dan informasi penting disampaikan cukup terbuka dan tepat waktu (Transparency & Openness 75). Namun level ini masih berada di zona “fungsional”, belum sampai pada komunikasi yang benar-benar membangun kepercayaan strategis, di mana setiap kebijakan terasa dijelaskan dengan jujur, alasan di balik keputusan dipaparkan, dan masukan karyawan tampak jelas jejak pengaruhnya. Di sinilah kualitas komunikasi internal menjadi penentu: apakah karyawan hanya merasa diberitahu, atau merasa diajak ikut serta membentuk arah organisasi.

Simpulan:

Memberikan ruang aspirasi saja tidak cukup, sampai karyawan melihat dampak nyata dari suaranya.

Employee Voice & Input

76

Pandangan karyawan terhadap komitmen organisasi untuk mendengarkan serta mempertimbangkan perspektif dan ide karyawan dalam menjalankan praktik kerja sehari-hari serta pengembangan kebijakan organisasi.

Transparency & Openness

75

Pandangan karyawan terhadap keterbukaan organisasi dalam menyampaikan informasi yang relevan secara jujur dan tepat waktu

80



PURPOSE & MEANING

Sekelompok faktor yang digunakan untuk menilai dukungan organisasi dalam memfasilitasi perkembangan dan kemajuan karyawan melalui pemberian variasi penugasan, bimbingan manajerial, fasilitas pembelajaran, dan kebijakan mobilisasi karier.

karyawan tahu pekerjaannya penting, dan tahu persis di mana kontribusinya menggerakkan misi organisasi

Skor Purpose & Meaning 80 menunjukkan bahwa mayoritas karyawan sudah menemukan “why” dalam pekerjaannya: merasa nilai pribadinya selaras dengan arah perusahaan (Alignment with Company 80) dan memahami bagaimana perannya terhubung dengan tujuan besar organisasi (Contribution Awareness 81). Inilah alasan mengapa, dari analisis pilar pembentuk kontribusi karyawan, cluster Purpose & Meaning muncul sebagai pemantik terbesar. Artinya ketika karyawan paham makna dan jejak kontribusinya, mereka terdorong untuk memberi lebih dari sekadar yang diminta. Tantangannya ke depan adalah menjaga sense of meaning ini tetap hidup di tengah tekanan operasional, sehingga kinerja tinggi tidak pernah terpisah dari rasa berharga atas apa yang dilakukan.

Simpulan:

Memahami tugas saja tidak cukup. Karyawan juga perlu merasakan makna dari setiap kontribusinya.

Alignment with Company

80

Pandangan karyawan mengenai sejauh mana pekerjaan dipandang bernilai dan selaras dengan nilai serta keyakinan pribadi

Contribution Awareness

81

Pandangan karyawan mengenai sejauh mana organisasi memberikan kejelasan tentang peran dan kontribusinya terhadap pencapaian misi serta tujuan organisasi secara menyeluruh

68



EMPLOYEE WELL-BEING & SUPPORT

Sekelompok faktor yang digunakan untuk menilai upaya organisasi dalam mendukung kesejahteraan karyawannya, melalui perhatian pada aspek psikologis, kesehatan fisik, keamanan finansial, keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi, serta hubungan sosial yang bersifat saling mendukung, menerima, dan menghargai.

Indikasi terlihat, tak selalu mencerminkan kondisi seutuhnya. Banyak karyawan masih bertahan sambil menanggung kelelahan mental, ketidakpastian finansial, dan ruang personal yang terus tergerus.

Skor Employee Well-being & Support hanya 68, jauh tertinggal dibanding cluster lain. Organisasi dinilai sangat baik dalam menjaga kesehatan fisik (Physical Well-being 87), namun dukungan terhadap kesejahteraan psikologis (69), keseimbangan hidup (Work Life Balance 67), dan terutama ketenangan finansial (63) masih cenderung lemah. Bahkan dimensi Social Well-being belum sepenuhnya tersentuh sebagai area terukur proporsional pada periode ini. Artinya, banyak karyawan mungkin masih sanggup “lari kencang”, tetapi melakukannya dengan beban mental, waktu, dan finansial yang perlahan menggerus komitmen jangka panjangnya.

Simpulan:

Kesehatan fisik saja tidak menjamin well-being. Organisasi perlu menyehatkan pikiran, waktu, dan finansial karyawan secara gradual.

Psychological Well-being

69

Pandangan karyawan terhadap dukungan organisasi dalam menjaga kesejahteraan psikologis, kebahagiaan, dan perasaan positif saat menjalani pekerjaannya sehari-hari.

Financial Well-being

63

Pandangan karyawan terhadap dukungan dan fasilitas organisasi untuk mengelola keuangan pribadi sehingga kebutuhan hidup kini dan masa depan dapat terpenuhi.

Work Life Balance

67

Pandangan karyawan terhadap upaya organisasi dalam membantu karyawan mengelola waktu dan energi untuk memenuhi tanggung jawab kerja dan menjalani kehidupan pribadinya secara seimbang.

Physical Well-being

87

Pandangan karyawan terhadap dukungan organisasi untuk menjaga kesehatan fisik dan daya tahan tubuh sehingga karyawan tetap berenergi dan mampu terlibat optimal dalam tempat kerja.

Social Well-being

-

Pandangan karyawan terhadap upaya organisasi untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan dengan mendukung terjalinnya relasi sosial yang bermakna di lingkungan kerja maupun komunitas.

73



RECOGNITION & REWARDS

Sekelompok faktor yang digunakan untuk menilai upaya organisasi dalam memberikan apresiasi yang berkelanjutan, kompensasi adil, serta penghargaan berbasis kinerja yang transparan kepada para karyawan.

Apresiasi memang hadir, namun keyakinan akan keadilan dan kesepadanan kompensasi belum sepenuhnya terbentuk.

Skor Recognition & Rewards 73 menempatkan klaster ini di zona “cukup, tapi belum menggerakkan hati.” Karyawan menilai pengakuan non-moneter (76) dan reward berbasis kinerja (73) relatif hadir, namun keadilan dan daya saing kompensasi finansial masih dipertanyakan (Competitive & Equitable Compensation 70). Artinya, organisasi memang memberi apresiasi, tetapi belum sepenuhnya berhasil menjadikannya sinyal bahwa setiap kontribusi dihargai secara konsisten, transparan, dan sepadan dengan nilai yang dihasilkan—padahal, dari perspektif retensi, rasa “diperlakukan adil” seringkali menjadi garis batas antara bertahan dan mulai melirik pintu keluar.

Simpulan:

Pujian saja tidak cukup. Karyawan perlu merasakan penghargaan yang konsisten dan kompensasi yang adil serta transparan, agar setiap kontribusi benar-benar diakui dan menjadi alasan untuk bertahan.

Non-monetary Recognition

76

Pandangan karyawan terhadap apresiasi dan penghargaan sosial yang diberikan organisasi atas kontribusi, usaha, dan pencapaian yang diraih.

Reward Based Performance

73

Non-monetary Recognition
Pandangan karyawan terhadap apresiasi dan penghargaan sosial yang diberikan organisasi atas kontribusi, usaha, dan pencapaian yang diraih.

Competitive & Equitable Compensation

70

Pandangan karyawan atas kompensasi finansial serta berbagai benefit yang diberikan organisasi secara kompetitif, adil, dan selaras dengan nilai pasar.

78



WORK ESSENTIALS

Sekelompok faktor yang digunakan untuk menilai ketersediaan dan kecukupan sumber daya fisik, sistem, dan prosedur kerja yang diberikan organisasi untuk mendukung karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan mereka secara efektif.

Sarana kerja sudah tersedia untuk mendukung kinerja, namun sistem kerja masih menyisakan friksi yang menghambat.

Skor Work Essentials 78 menunjukkan bahwa fondasi kerja sudah relatif kokoh. Para karyawan merasa sarana dan prasarana kerja umumnya memadai (Materials & Equipment 77) dan arah serta ekspektasi kerja cukup jelas (Clear Job Opportunities & Expectations 79). Artinya, kebanyakan karyawan tahu apa yang harus dilakukan dan punya alat untuk melakukannya. Namun temuan ini juga menandakan masih ada friksi: kualitas dan konsistensi sistem, prosedur, atau dukungan operasional belum sampai di titik di mana karyawan bisa fokus penuh pada value creation tanpa tersita energi untuk mengatasi hambatan teknis dan administratif.

Simpulan:

Memiliki sarana dan SOP saja, tidak menjamin kelancaran produktivitas Sistem kerja yang mulus, dapat mendukung karyawan untuk fokus berkarya.

Materials & Equipment

77

Pandangan karyawan terhadap ketersediaan dan kecukupan sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pekerjaan secara efektif.

Clear Job Opportunities & Expectations

79

Pandangan karyawan terhadap kejelasan sistem, prosedur kerja, dan ekspektasi organisasi yang digunakan sebagai acuan dalam menyelesaikan pekerjaan.

78



TOP MANAGEMENT

Sekelompok faktor yang digunakan untuk menilai kemampuan pemimpin dalam menyampaikan visi, menyelaraskan tujuan organisasi dengan aktivitas kerja, serta mendorong keterlibatan berkelanjutan dari para karyawan.

Ibarat kapal laut, karyawan tahu arah pelayaran, namun nahkoda belum mampu menginspirasi berlayar lebih jauh

Skor Top Management 78 menunjukkan pimpinan dinilai cukup solid dalam menyampaikan visi (Communicating Vision 79) dan menerjemahkannya ke operasi sehari-hari (Implementing Vision 77), sehingga arah organisasi relatif jelas di mata karyawan. Namun angka yang lebih rendah pada Inspiring Leadership (74) memberi sinyal krusial: visi sudah terdengar dan dijalankan, tetapi belum cukup kuat menggugah emosi, menyalakan kebanggaan, dan menggerakkan energi ekstra dari barisan di bawah. Di titik inilah peran top management dapat menjadi game changer—bukan hanya sebagai penentu strategi, tetapi sebagai sumber inspirasi yang membuat orang ingin ikut menang bersama.

Simpulan:

Visi yang jelas dan kepemimpinan yang menginspirasi mampu menggerakkan komitmen kinerja.

Communicating Vision

79

Pandangan karyawan terhadap kemampuan pemimpin dalam menyampaikan visi, misi, serta tujuan organisasi secara jelas dan meyakinkan, sehingga dapat memberikan makna atas pekerjaan.

Inspiring Leadership

74

Pandangan karyawan terhadap komitmen berkelanjutan pemimpin untuk menginspirasi dan memotivasi para karyawan melalui konsistensi dalam kata dan tindakan.

Implementing Vision

77

Pandangan karyawan terhadap kemampuan pemimpin untuk menerjemahkan visi organisasi ke dalam operasional sehari-hari guna memberikan pemahaman kontribusi masing-masing peran.

79



WORK ENVIRONMENT & CULTURE

Sekelompok faktor yang digunakan untuk mengukur sejauh mana nilai dan keyakinan organisasi mampu membentuk lingkungan kerja kolaboratif, inklusif, sekaligus menumbuhkan budaya inovasi yang mendorong terciptanya ide-ide baru guna mempercepat pertumbuhan bisnis.

Karyawan merasa bekerja di lingkungan yang hangat dan inklusif, namun mesin inovasinya belum sepenuhnya teraktivasi.

Skor Work Environment & Culture 79 menunjukkan bahwa karyawan merasakan budaya kerja yang relatif sehat, dimana kolaborasi tim (81) dan respek terhadap keberagaman & inklusivitas (81) sudah menjadi kekuatan, sementara positive work culture (77) menandakan suasana kerja yang cukup harmonis. Namun pada periode ini, driver Innovative Culture belum benar-benar terbentuk sebagai kekuatan terukur. Ini memberikan sinyal bahwa organisasi masih lebih nyaman di zona “rukun dan aman” daripada berani mendorong eksperimen dan ide terobosan. Di titik ini, tantangan strategisnya jelas: bagaimana mengangkat budaya yang sudah suportif menjadi lingkungan yang bukan hanya enak bekerja, tetapi juga subur untuk melahirkan inovasi besar.

Simpulan:

Harmoni adalah fondasi. Keunggulan lahir ketika organisasi berani bereksperimen, belajar dari kegagalan terukur, dan memberi ruang ide bagi semua.

Positive Work Culture

77

Pandangan karyawan terhadap nilai-nilai, keyakinan, dan pola perilaku dalam organisasi yang menciptakan keharmonisan tim, dan mempengaruhi pendekatan dan penyelesaian suatu pekerjaan.

Respect for Diversity & Inclusivity

81

Pandangan karyawan terhadap upaya aktif organisasi dalam menciptakan kesetaraan peluang dan lingkungan yang inklusif untuk merangkul keberagaman antar karyawan

Team Collaboration

81

Pandangan karyawan terhadap upaya organisasi dalam membangun dialog terbuka antar tim guna mendukung terciptanya kolaborasi secara optimal.

Innovative Culture

-

Pandangan karyawan terhadap nilai, kepercayaan, maupun orientasi organisasi dalam mendorong kreativitas dan eksplorasi ide karyawan guna mengembangkan produk, layanan, maupun sistem kerja agar dapat memenuhi tuntutan pasar.

Summary:

Bab ini menunjukkan fondasi organisasi sudah bekerja dengan baik. Terbukti dari brand perusahaan yang kuat, mesin kinerja terus berjalan, dan makna kerja yang cukup terasa. Sehingga, organisasi berhasil membangun identitas eksternal yang kredibel sekaligus menjaga produktivitas internal. Namun, ketika menyentuh ketahanan emosional dan keberlanjutan, data mulai melemah. Di titik inilah komitmen menjadi rentan dan e-NPS jatuh ke angka -49,9.

Pola Krisis Berdasarkan Data:

Karyawan masih mau perform walau belum yakin pada prospek kariernya

Belum merasa perlakuan reward benar-benar adil,

Dan belum merasakan kualitas hidup kerja yang menyenangkan.

Pola Lintas klaster:

Kontribusi karyawan digerakkan oleh Purpose & Meaning serta Brand Reputation,

Komitmen karyawan ditopang oleh Career Advancement Support,

e-NPS tetap negatif karena well-being, reward fairness, dan inspiring leadership belum membangun keberanian untuk karyawan merekomendasikan organisasi.

Terjemah Strategis:

Periode ini organisasi memiliki banyak performer, namun belum cukup believer. Lingkungan kerja sudah tertata untuk menjaga kinerja, tetapi belum cukup aman, adil, dan menjanjikan masa depan untuk melahirkan loyalitas dan advokasi jangka panjang.

Ketika data berbicara sejelas ini,

masih kah organisasi merasa cukup pada standar “aman”?

BAB 3

**The Big Picture:
Synthesizing the Insights**

Data Demografis

Laporan ini tidak lahir dari opini, tetapi dari suara hampir 20.000 karyawan yang tersebar dari 23 survei EES. Annual Report KTM ini merupakan sebuah potret besar keseharian tenaga kerja Indonesia di tahun 2026. Komposisi responden didominasi oleh Gen Y (sekitar tiga per empat populasi), baik pria maupun wanita, dengan Gen X sebagai tulang punggung senior dan gelombang Gen Z yang mulai terasa terutama pada karyawan perempuan.

Artinya, setiap insight di halaman-halaman berikutnya bukan sekadar angka. Temuan ini adalah cerminan ekspektasi dan kegelisahan generasi yang sedang memegang kendali produktivitas perusahaan saat ini, sekaligus generasi yang akan segera mengambil alih. **Jika organisasi ingin tetap relevan di masa yang akan datang, di sinilah suara yang harus benar-benar didengar.**

23 Survey

N = 19.916

n %

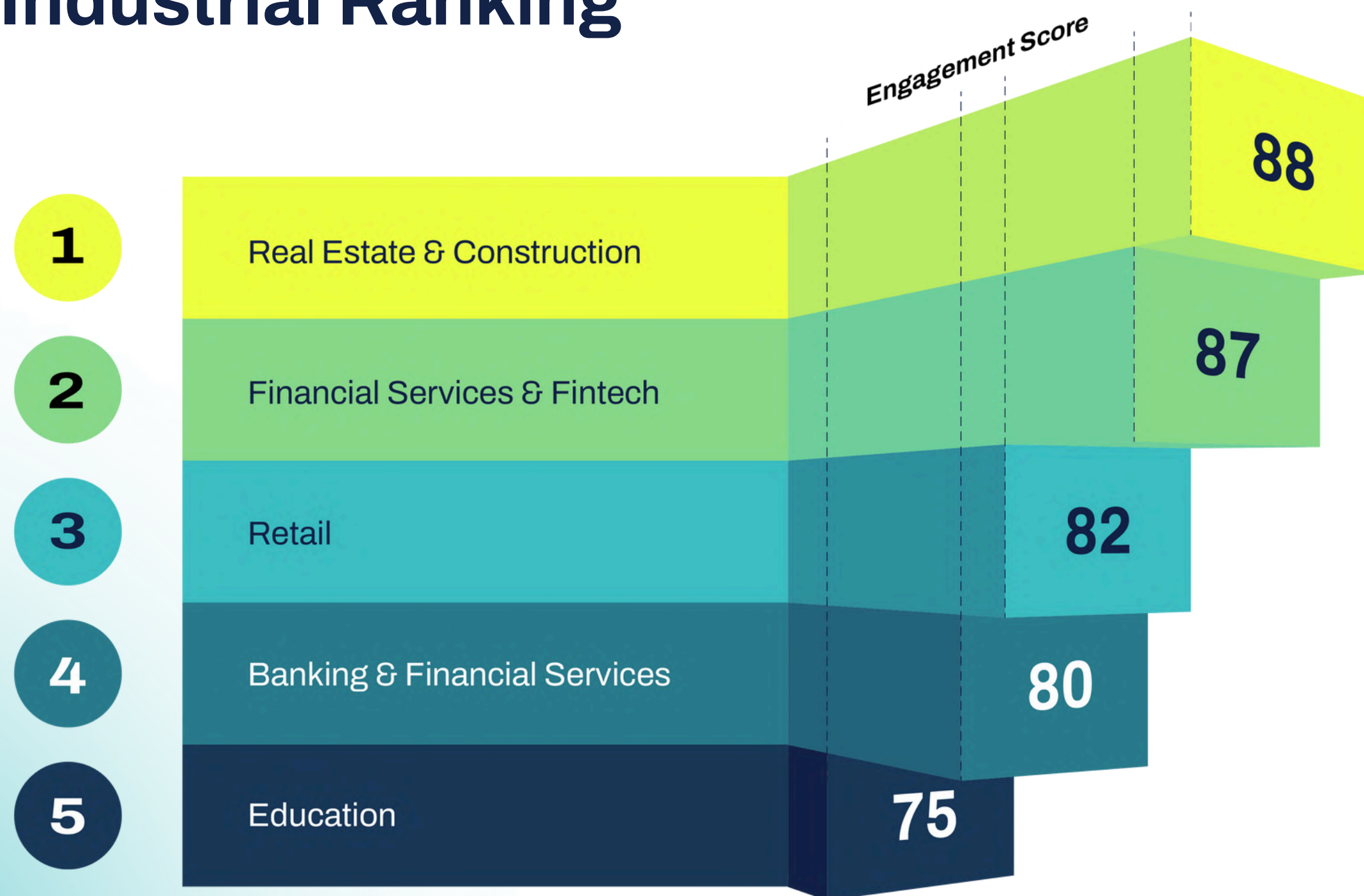


Gen X	1.889	17.48
Gen Y	8.247	76.33
Gen Z	669	6.19



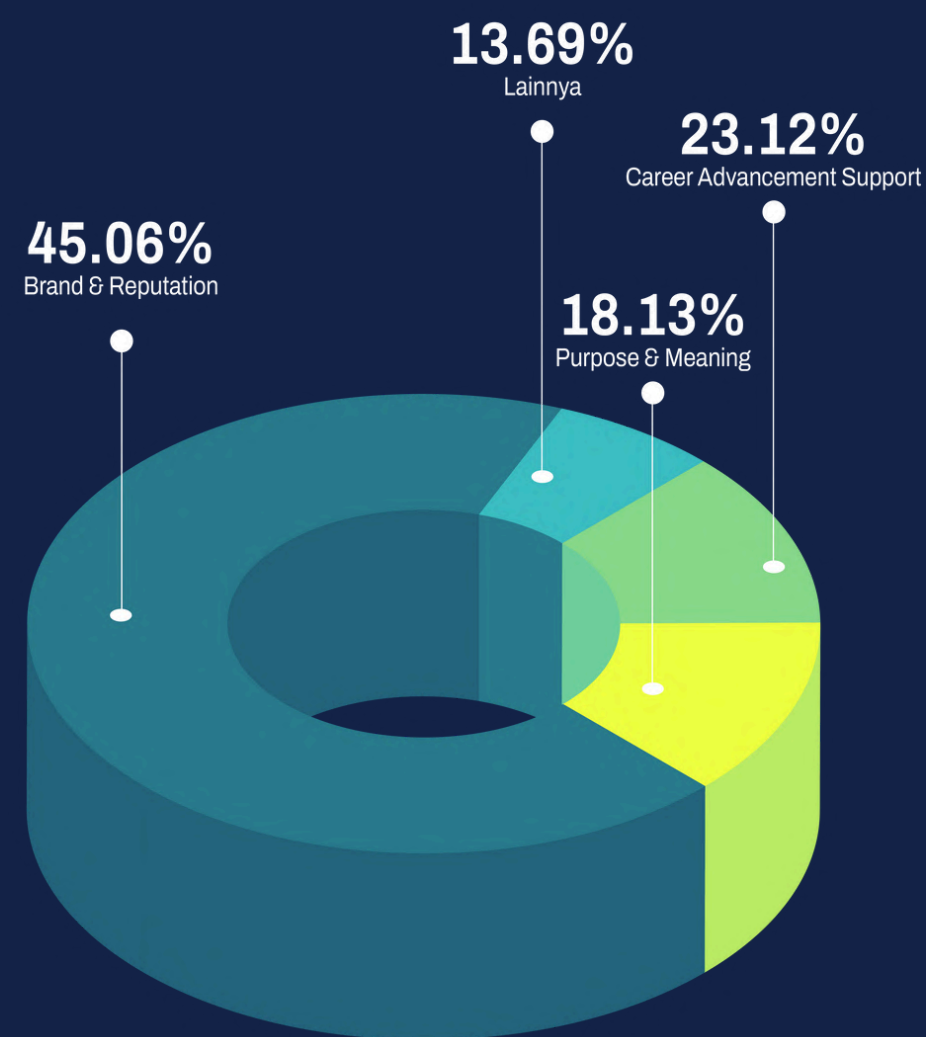
Gen X	700	8.55
Gen Y	6.150	75.15
Gen Z	1.334	16.3

Industrial Ranking



Peringkat ini menunjukkan adanya gap yang nyata antara skor engagement dari dua industri teratas, dengan dibawahnya. Dua industri teratas merupakan benchmark ideal yang harus dipertahankan, sementara industri lainnya membutuhkan intervensi secara terarah untuk mengejar ketertinggalan.

Tiga Pilar Pembentuk Suara Positif Karyawan (Convey)



Convey lebih digerakkan oleh kebanggaan pada nama besar perusahaan daripada oleh alasan pragmatis.

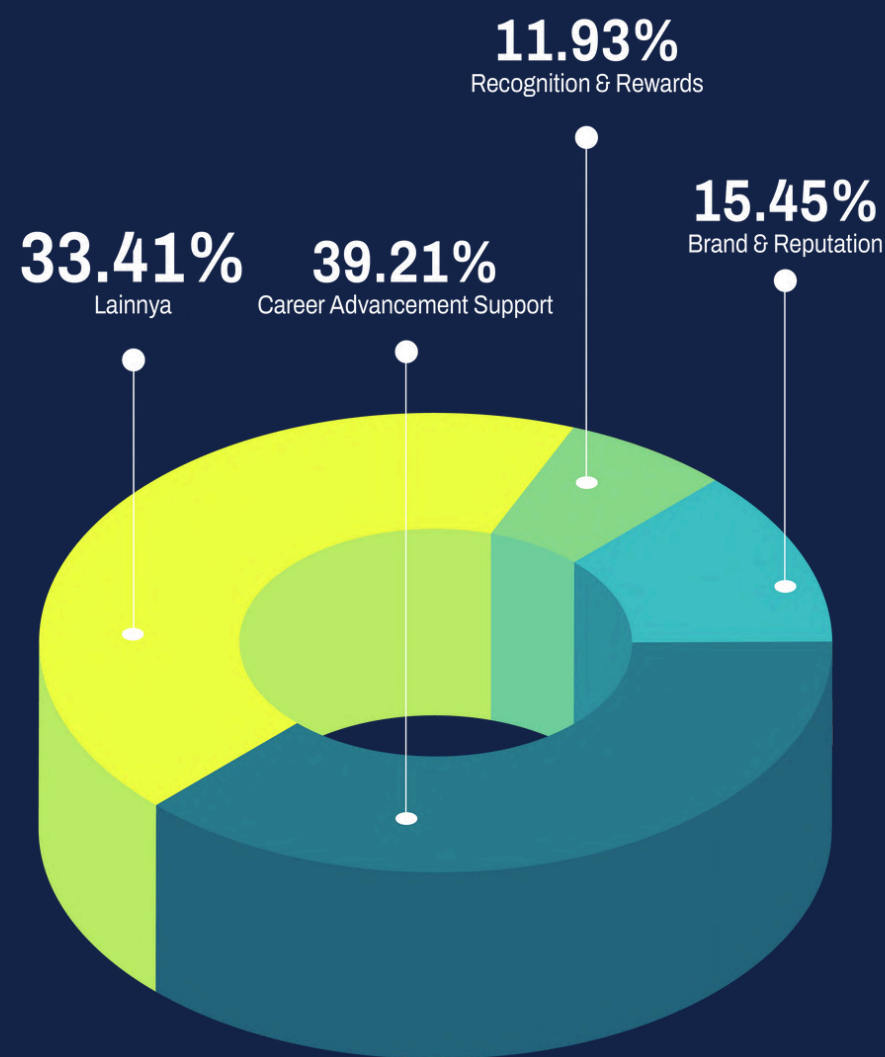
Convey paling kuat ditentukan oleh persepsi Brand & Reputation (45,06%), jauh melampaui Career Advancement Support (23,12%) dan Purpose & Meaning (18,13%). Artinya, kemauan karyawan untuk berbicara positif utamanya bukan disebabkan oleh pekerjaannya sehari-hari, melainkan kebanggaan identitasnya. Ketika reputasi dan citra organisasi terasa kuat dan kredibel, karyawan lebih mudah menjadi “advokat”. Ketika tidak, program pengembangan karier dan penguatan purpose akan sulit mengubah narasi secara signifikan. **Dengan kata lain, Convey adalah paramater kebanggaan, bukan sekadar kepuasan.**

Jika ingin menaikkan suara positif karyawan, perbaiki dulu ‘cerita tentang siapa kita’

Alarm Strategis

tanpa penguatan reputasi internal yang kredibel dan pengalaman karier yang terasa nyata, energi kontribusi hari ini berisiko tidak dapat berubah menjadi loyalitas dan advokasi di hari esok.

Tiga Pilar Pembentuk Komitmen Karyawan (Commit)



Commit bukan dibeli oleh reward, tapi dibangun oleh harapan akan masa depan

Commit paling kuat dibentuk oleh Career Advancement Support (39,21%), jauh lebih besar dibanding Brand & Reputation (15,45%) dan Recognition & Rewards (11,93%). Artinya retensi bukan terutama soal insentif, tetapi soal kejelasan masa depan: jalur karier, peluang berkembang, dan keyakinan bahwa organisasi punya tempat bagi pertumbuhan mereka.

Menariknya, porsi “Lainnya” yang masih besar (33,41%) memberi sinyal bahwa ada faktor-faktor tambahan di luar tiga kluster ini yang juga signifikan, sehingga penguatan komitmen perlu didorong lewat strategi karier sekaligus perbaikan pengalaman kerja yang lebih luas.

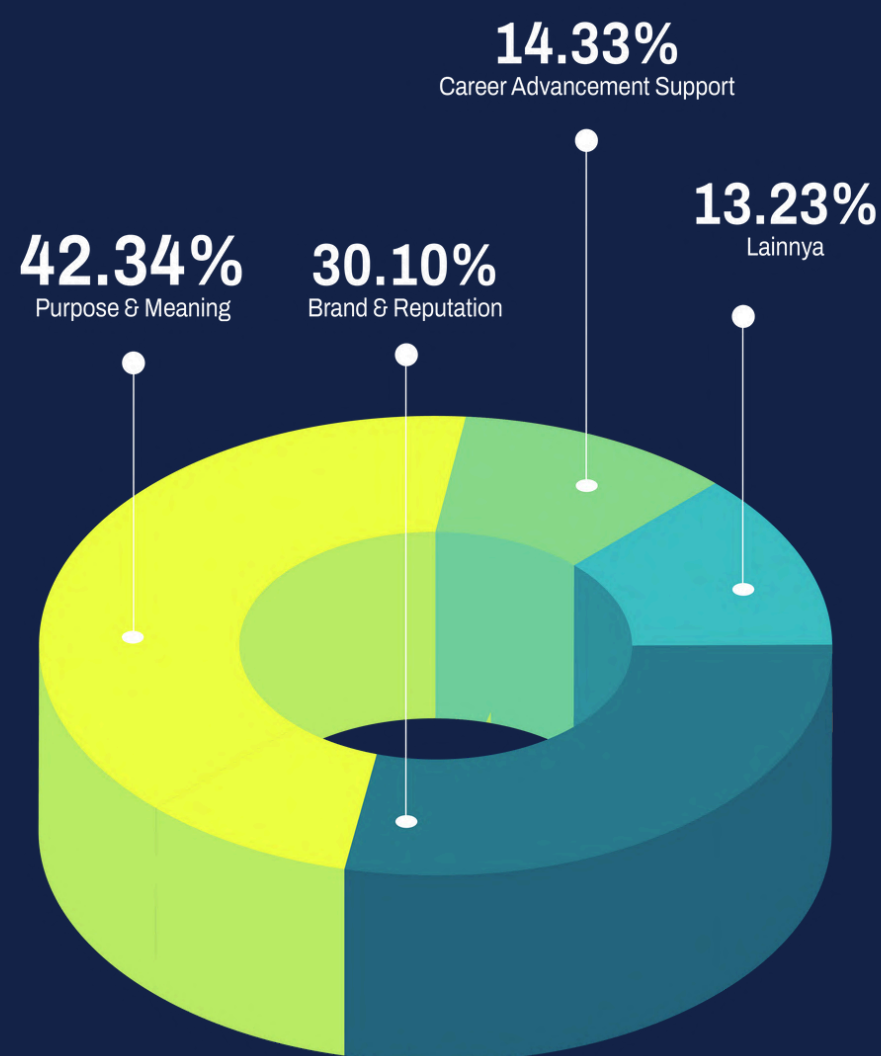
Ada pesan yang sangat tegas dalam temuan ini:

Komitmen di organisasi adalah keputusan masa depan, bukan reaksi sesaat. Nama besar organisasi membantu, reward menjaga, tetapi yang mengunci retensi adalah kepastian berkembang.

Maka, organisasi butuh memastikan dua kunci sekaligus:

- Peta karier yang meyakinkan bagi karyawan
- Pengalaman kerja yang tidak menggerus harapan itu.

Tiga Pilar Pembentuk Kontribusi Karyawan (Contribute)



Karyawan akan memberi lebih ketika mereka percaya pada 'why' dan bangga pada 'who'

Contribute paling kuat digerakkan oleh Purpose & Meaning (42,34%), disusul Brand & Reputation (30,10%), sementara Career Advancement Support (14,33%) berperan lebih kecil. Artinya, kontribusi tertinggi lahir bukan ditentukan oleh imbalan atau kalkulasi karier, tetapi karena keyakinan bahwa pekerjaan ini bermakna dan organisasinya layak dibanggakan. Dengan porsi "Lainnya" yang relatif kecil (13,23%), **pesan strategisnya makin tegas: untuk menaikkan kinerja ekstra, kunci utamanya bukan menambah tekanan, tapi memperkuat makna dan kebanggaan.**

Kontribusi ekstra tidak muncul karena kalkulasi "apa untungnya buat karier saya" tetapi karena keyakinan "apa arti pekerjaan ini" dan "seberapa saya bangga kalau organisasi ini berhasil"

Dengan kata lain, kinerja terbaik lahir dari identitas dan makna, bukan sekedar dari transaksi ekonomi

Jika ingin tingkatkan Contribute dari karyawan, jangan mulai dari reward. Mulailah dari purpose yang hidup.

strategi peningkatan kinerja yang paling berdampak adalah memperjelas narasi purpose yang nyata di level kerja harian dan memperkuat kebanggaan terhadap reputasi organisasi secara menyeluruh

Untuk menempatkan temuan Convey-Commit-Contribute dalam konteks yang lebih luas, bagian berikutnya menyajikan People Experience Maturity Model sebagai peta level kematangan praktik people experience organisasi saat ini.

➤ Level 1

Operational Exchange

Pada level ini, organisasi memprioritaskan kelancaran operasional: pekerjaan harus berjalan, aturan dipatuhi, target tercapai, dan kompensasi dibayarkan. Organisasi biasanya mengurangi hambatan kerja ketika dampaknya terlihat langsung pada biaya, produktivitas, atau risiko, sehingga kebutuhan individu di balik peran belum menjadi pertimbangan utama. Komunikasi internal kerap kali masih bersifat satu arah, dimana informasi yang disampaikan sifatnya sebagai arahan, sementara dialog dan tindak lanjut atas masukan karyawan belum konsisten diterapkan. Apresiasi dan reward tetap tersedia, tetapi pelaksanaannya cenderung administratif atau insidental, sehingga rasa dihargai belum terbentuk secara stabil. Dukungan well-being lebih sering muncul ketika masalah sudah terlihat, dan belum sepenuhnya terintegrasi dalam cara kerja sehari-hari. Kesempatan pengembangan karier juga belum terasa jelas dan merata, sehingga pertumbuhan dipersepsi sebagai peluang yang situasional, bukan proses yang transparan. Akibatnya, purpose dan makna kerja belum terhubung kuat dengan rutinitas, sehingga keterikatan karyawan lebih banyak didorong oleh kebutuhan akan stabilitas daripada rasa bangga dan kepemilikan.

➤ Level 1

Operational Exchange

Fokus pada kelancaran operasional, dan memandang hubungan kerja dengan karyawan sebatas pertukaran antara kontribusi dan kompensasi.



Persentase organisasi

➤ Level 2

People-Centered Climate

Pada level ini, organisasi mulai membangun lingkungan kerja yang lebih suportif, dimana relasi antar rekan kerja terjalin lebih hangat, komunikasi dengan manajemen sudah lebih terbuka, dan dukungan terhadap well-being karyawan lebih terlihat. Organisasi tidak hanya merespons hambatan kerja karena dampak biaya atau risiko, tetapi juga karena ingin menciptakan pengalaman kerja yang lebih nyaman dan manusiawi. Komunikasi internal mulai memberi ruang untuk bertanya dan menyampaikan masukan, meski mekanisme tindak lanjutnya belum selalu konsisten sehingga sebagian isu masih berhenti pada tahap “didengar”. Apresiasi dan reward tampak semakin sering diberikan untuk menjaga motivasi, namun penerapannya belum sepenuhnya terstruktur dan dipercaya adil serta transparan, sehingga dampaknya pada kinerja dan perilaku unggul belum merata secara menetap. Dukungan pengembangan karier mulai tersedia, tetapi jalur dan aksesnya belum selalu jelas bagi semua orang. Akibatnya, organisasi sudah terasa lebih “nyaman”, namun purpose dan arah bersama belum sepenuhnya menjadi kompas yang menyatukan upaya, sehingga dukungan yang ada belum selalu terhubung langsung dengan dampak yang lebih besar.

➤ Level 2

People-Centered Climate

Fokus dalam membangun lingkungan kerja yang suportif dan memprioritaskan dukungan serta well-being karyawan.



33.33%

Persentase organisasi

➤ Level 3

Values-Activated

Pada level ini, organisasi dipandu oleh purpose yang jelas dan terasa dalam cara kerja sehari-hari, sehingga pengalaman karyawan tidak lagi berdiri sebagai program terpisah, melainkan menjadi penggerak arah dan performa. Komunikasi internal berfungsi untuk menyatukan pemahaman, menjelaskan konteks, menegaskan prioritas, dan menghubungkan keputusan dengan nilai organisasi, bukan sekadar menyampaikan informasi. Budaya kerja menunjukkan standar perilaku yang lebih konsisten, dimana kolaborasi tidak hanya bertujuan untuk menjaga harmoni, tetapi mendorong hasil yang selaras dengan misi. Apresiasi dan reward semakin terarah untuk menguatkan kontribusi dan perilaku yang mencerminkan nilai, sehingga karyawan dapat memahami apa yang dihargai oleh organisasi. Dukungan well-being diposisikan sebagai penopang kinerja yang berkelanjutan, sementara dukungan karier mulai dilihat sebagai investasi kapabilitas, meski pemerataan akses dan konsistensinya masih menjadi fokus perbaikan menuju level berikutnya.

➤ Level 3

Values-Activated

Fokus pada kelancaran operasional, dan memandang hubungan kerja dengan karyawan sebatas pertukaran antara kontribusi dan kompensasi.



22.22%

Persentase organisasi

➤ Level 4

Sustainable Growth Culture

Pada level ini, organisasi memampukan pertumbuhan yang adil dan berkelanjutan bagi karyawannya. Hal ini menumbuhkan perasaan dihargai sebagai pribadi dan memiliki ruang nyata untuk berkembang. Organisasi membangun budaya yang kuat dan inklusif, menjaga kolaborasi lintas tim, serta memberi kepercayaan agar keputusan dapat diambil lebih cepat dan dekat dengan pekerjaan nyata. Komunikasi internal sudah berjalan dua arah dengan tindak lanjut yang konsisten, sehingga masukan karyawan benar-benar menjadi bahan perbaikan, bukan sekadar didengar. Apresiasi dan reward diterapkan secara jelas dan dipercaya adil serta transparan, sehingga kontribusi tinggi dan perilaku selaras nilai terus diperkuat. Dukungan well-being terintegrasi dalam cara kerja sehari-hari, sehingga produktivitas dapat dijaga tanpa mengorbankan kesehatan fisik dan mental. Jalur karier dan kesempatan pengembangan juga terasa transparan dan merata, sehingga organisasi tidak hanya mempertahankan talenta, tetapi mendorong kreativitas dan inovasi sebagai sumber keberlanjutan.

➤ Level 4

Sustainable Growth Culture

Fokus pada kelancaran operasional, dan memandang hubungan kerja dengan karyawan sebatas pertukaran antara kontribusi dan kompensasi.

11.11%

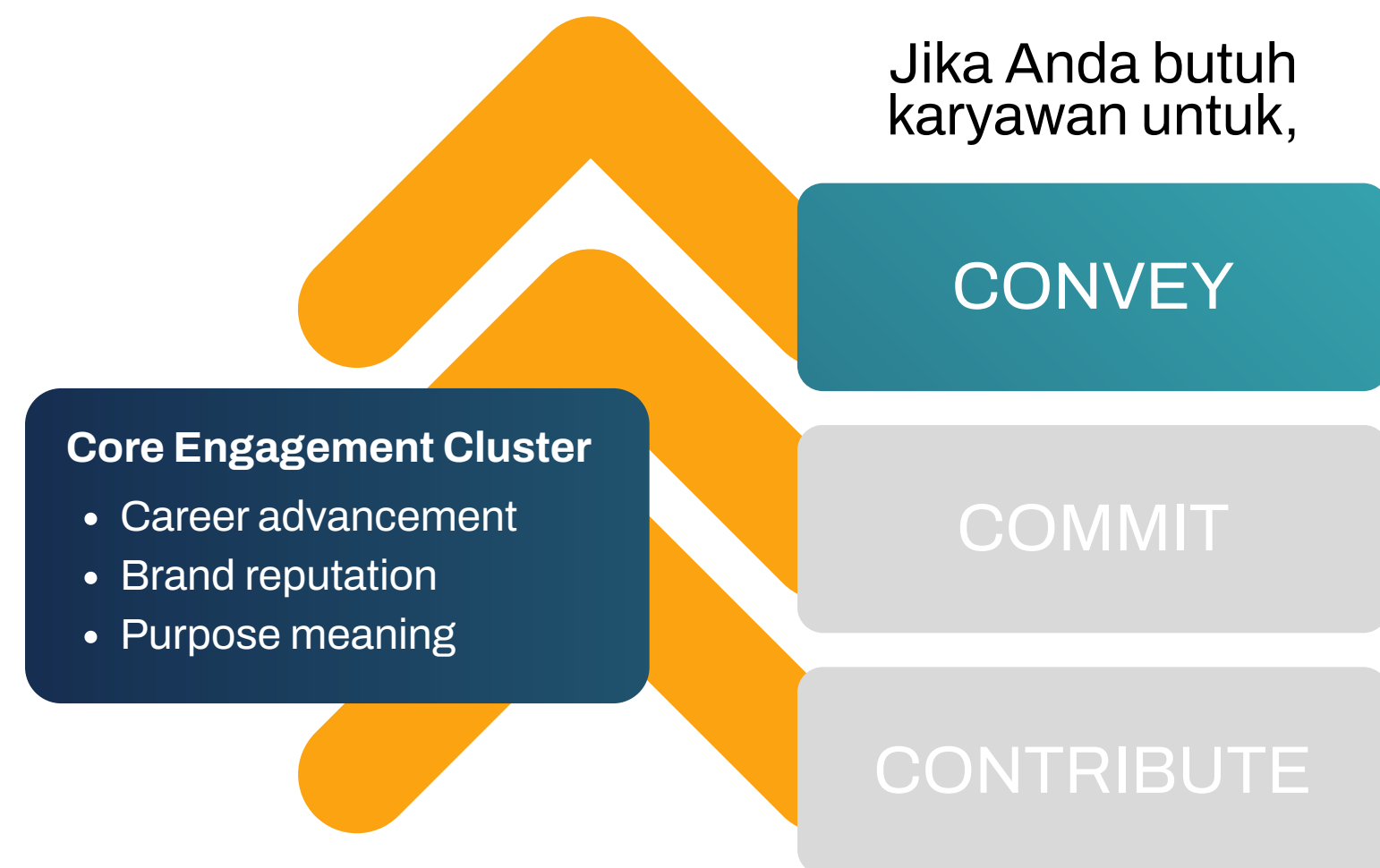
Persentase organisasi

BAB 4

WHAT'S NEXT?

Call of Action

for organization



maka Anda butuh melakukan beberapa hal berikut ini:

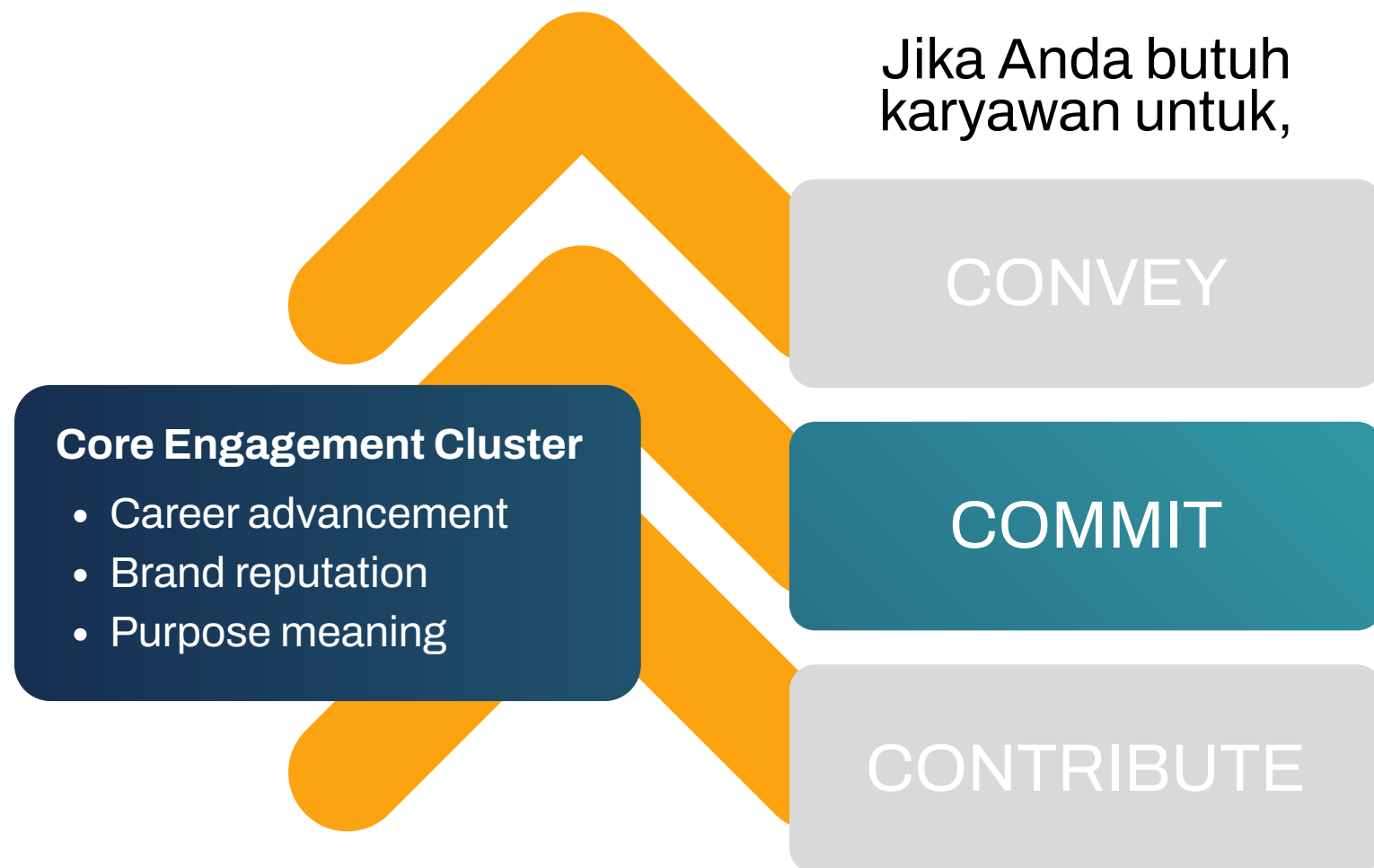
Convey naik kalau organisasi memberi karyawan “bahan cerita” yang kredibel.

1. Bikin orang berani “memamerkan” organisasi ke luar, samakan citra yang dipromosikan dengan pengalaman kerja yang nyata, dan kunci satu alasan utama “kenapa kerja di sini menarik”
2. Buat jalur karier dan langkah naik level terlihat jelas dan transparankan kriteria kemajuan, agar karyawan bisa menunjukkan organisasi sebagai tempat yang “nggak bikin orang jalan di tempat.”
3. Pastikan nilai yang dipromosikan organisasi tampak dalam keputusan sehari-hari, karena orang lebih vokal saat mereka percaya “ini tempat yang sejalan dengan saya.”

Bukti + Arah + Makna → mesin penggerak Convey

Call of Action

for organization



maka Anda butuh melakukan beberapa hal berikut ini:

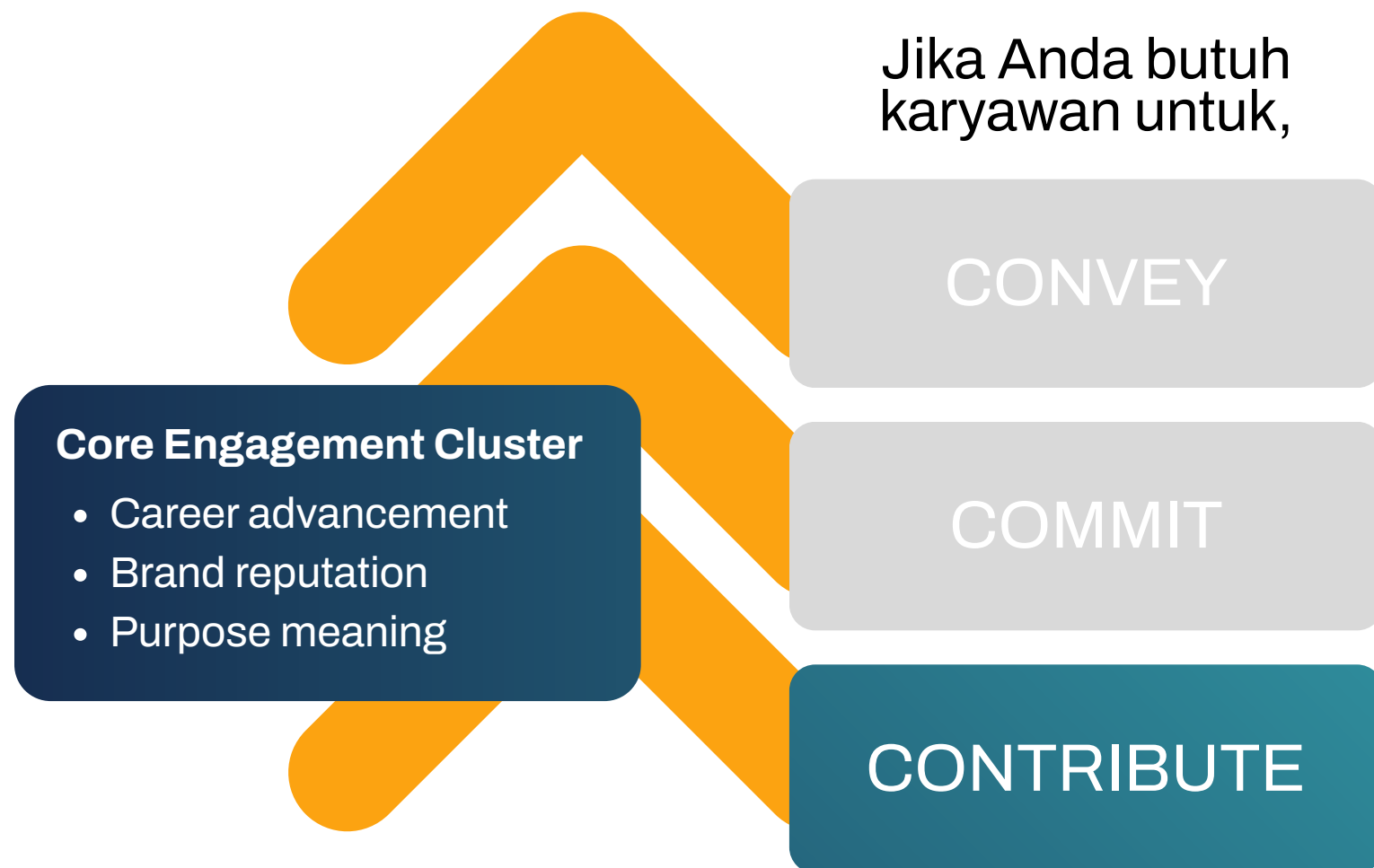
**Commit naik kalau karyawan merasa:
“gue punya masa depan di sini, dan gue bangga kerja di sini.”**

1. Jalur karier jelas, syarat promosi transparan, dan evaluasi–pengembangan konsisten, maka karyawan akan memilih bertahan, bukan mulai melirik.
2. Pastikan reputasi tempat kerja bagus itu nyata dirasakan di dalam, tampilkan budaya yang konsisten dalam keseharian (bukan kampanye musiman), dan kuatkan alasan “kenapa layak menetap di sini”
3. Jalankan program yang nyata berdampak bagi komunitas dan lingkungan, serta etis dengan akuntabilitas, karena orang lebih setia pada organisasi yang mereka hormati, bukan hanya yang memberi gaji.

**Kepastian + Kebanggaan + Kompas moral →
mesin penggerak Commit**

Call of Action

for organization



maka Anda butuh melakukan beberapa hal berikut ini:

Contribute naik kalau organisasi memberi organisasi memberi karyawan “peta dampak” yang jelas

1. Jelaskan peran tiap karyawan dengan menunjukkan bagaimana output harian mereka nyambung ke tujuan besar secara konsisten, supaya energi kerja berubah jadi ownership, bukan sekadar rutinitas.
2. Pertegas jalur karier dan kriteria promosi serta kaitannya dengan kinerja nyata, karena orang cenderung memberi lebih saat mereka tahu “usaha ekstra” punya arah dan konsekuensi yang adil.
3. Hidupkan nilai organisasi dalam kepemimpinan dan pengambilan keputusan, serta jelaskan secara lugas, karena karyawan akan berkontribusi lebih ketika merasa “ini penting bagi saya.”

Arah + Dampak + Makna → mesin penggerak Contribute

Call of Action

for organization

Core Engagement Cluster

- Employee well-being & support
- Work environment & culture
- Brand & reputation

Jika Anda butuh mengurangi,

DETRACTORS

Maka Anda butuh melakukan beberapa hal berikut ini:

Turunkan tekanan, naikkan rasa aman:

Sediakan dukungan nyata untuk mendukung kesehatan psikologis karyawan, seperti menyediakan ruang bicara, bantuan saat mereka merasa overload, perlindungan dari perilaku buruk, dan pastikan beban serta ekspektasi kerja tidak mendorong stres kronis karena detractor sering lahir dari rasa “capek tapi dipaksa tetap kuat”.

Benahi proses kerja, bukan cuma targetnya:

Tegaskan budaya kolaborasi yang sehat, penyelesaian konflik secara adil, dan kebiasaan menghargai satu sama lain dengan membangun komunikasi terbuka, karena budaya yang “harmonis di atas kertas” tapi kasar di lapangan adalah pabrik detractor.

Berhenti melakukan pencitraan yang mengundang kekecewaan:

Selaraskan citra yang dipromosikan dengan pengalaman kerja sehari-hari, dan pastikan karyawan punya alasan jujur untuk berkata “kerja di sini oke”, karena gap antara iklan dan realita justru memicu penolakan untuk merekomendasikan.

Call of Action

for organization

Core Engagement Cluster
Direct manager

Jika Anda butuh mengurangi,

PASSIVE

Maka Anda butuh melakukan beberapa hal berikut ini:

Perkuat keselarasan peran–talenta:

Selaraskan kemampuan dan minat dengan tuntutan peran, serta rapikan pembagian tugas dan prioritas kerja, karena passive biasanya muncul saat orang merasa *"jalanin kerjaan, tapi nggak cocok dan nggak berkembang."*

Pindahkan kendali ke yang mengerjakan:

Berikan kewenangan dan batasan pengambilan keputusan yang jelas untuk menyelesaikan pekerjaan, dan hindari pengawasan yang berlebihan, karena orang akan lebih *"mau bicara baik"* kalau mereka merasa dipercaya, bukan sekadar disuruh.

Buat atasan mudah diakses, bukan menakutkan:

Bangun komunikasi yang terbuka lewat check-in rutin, tanggapan cepat saat dibutuhkan, dan umpan balik yang konstruktif, karena karyawan passive sering muncul bukan karena rasa benci, melainkan rasa *"sendirian"* dan segan.

Call of Action

for organization

Core Engagement Cluster

- Employee well-being & support
- Brand & reputation
- Work environment & culture
- Direct manager

Jika Anda butuh menambah:

PROMOTERS

Maka Anda butuh melakukan beberapa hal berikut ini:

Bangun budaya kerja yang aman dan nyaman:

Perjelas nilai dan norma dalam lingkup kerja sehari-hari, dorong kolaborasi yang sehat, dan perbaiki pendekatan yang digunakan tim untuk menyelesaikan pekerjaan, seperti cara komunikasi, koordinasi, maupun penyelesaian konflik, agar keharmonisan tidak sekadar “tanpa ribut”, tapi benar-benar produktif.

Jaga kesejahteraan sebagai sistem, bukan bonus semata:

Sediakan dukungan psikologis yang nyata, kelola beban dan ekspektasi kerja agar tidak memicu stres berkepanjangan, serta pastikan agar karyawan memiliki ruang untuk pulih kembali, karena karyawan yang lelah cenderung memilih diam, daripada merekomendasi.

Kecilkan gap antara citra dan realita:

Pastikan pengalaman kerja karyawan konsisten dengan reputasi yang dibangun, dan berikan mereka alasan yang jujur untuk berkata “kerja di sini oke”, sebab passive sering muncul saat orang tidak mau “ambil risiko” membela organisasi.



Tentang KTM Solutions

KTM Solutions adalah mitra konsultasi transformasi talenta dan sistem yang menggabungkan data, teknologi, dan strategi untuk menjawab tantangan organisasi modern. Sebagai perusahaan yang berdiri dari integrasi kekuatan teknologi, pembelajaran, dan konsultasi, KTM Solutions membantu organisasi menetapkan prioritas yang tepat, mempercepat pertumbuhan, serta menciptakan dampak nyata bagi kinerja dan budaya kerja.

Dengan pendekatan data-driven dan tech-enabled, layanan KTM Solutions mencakup Assessment, Learning, Consulting, dan Impact, sehingga setiap intervensi dirancang untuk efisiensi, relevansi, serta hasil yang terukur.

KTM Solutions tidak hanya membantu organisasi menjalankan fungsi HR, tetapi membantu merancang pengalaman kerja yang adaptif, berkelanjutan, dan mampu menjawab kompleksitas dunia kerja saat ini dan masa depan.

Siapa Mengubah Insight Menjadi Dampak?

Bersama, kita dapat merancang pengalaman kerja yang lebih relevan, berkelanjutan, dan berdampak—berbasis data, bukan asumsi.