

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. DISKRIPSI TEORI

##### 1. Komunikasi Intern

Komunikasi intern adalah hubungan yang mengalir diantara individu dengan tujuan menyampaikan informasi dan pengertian dari orang yang satu kepada orang lain dalam suatu lingkungan organisasi.

Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin yaitu *communicatus* yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Kata sifatnya *communis* yang bermakna umum atau bersama-sama. Dengan demikian komunikasi menurut Lexicographer (ahli kamus bahasa), menunjuk pada suatu upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan.<sup>1</sup>

Berbagai sumber menyebutkan bahwa kata *komunikasi* berasal dari bahasa latin *communis*, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar kata *communis* adalah *communico*, yang artinya berbagi. Dalam hal ini, yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Komunikasi sebagai kata kerja (*verb*) dalam bahasa inggris, *communicate*. Jadi, secara umum komunikasi dapat didefinisikan sebagai usaha penyampaian pesan

---

<sup>1</sup> Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi dan Teori Praktik*, (Jakarta barat : Graha Ilmu, 2009) hlm. 31

antarmanusia. Ilmu komunikasi tidak mengkaji proses penyampaian pesan kepada makhluk yang bukan manusia (hewan dan tubuh – tumbuhan).<sup>2</sup>

Para ahli mendefinisikan komunikasi menurut sudut pandang mereka masing – masing :

Menurut Sarah Trenholm dan Arthur Jensen mendefinisikan komunikasi demikian “*A process by which a source transmits a message to receiver through some channel*” (komunikasi adalah suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran).

Menurut *Hoveland Janis* dan *Kelley* mendefinisikan komunikasi demikian “*The process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify, the behavior of other individuals*“ ( komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya).

Menurut *Everett M. Rogers & Lawrence Kincaid* menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam.

Menurut *Harold D. Laswell*, sebagaimana dikutip oleh Sendjaja cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan cara menjawab pertanyaan berikut : *Who says what in which channel to whom*

---

<sup>2</sup> Soyomukti Suryani, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jogyakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2010), hal. 56

*with what effect ?* (siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan efek bagaimana ?)

Menurut *Barelson* dan *Steiner*, komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka dan lainnya.

Menurut *Gode*, komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih.

Menurut *Barnlund* komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego.

Menurut *Ruesch*, komunikasi adalah suatu proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian yang lainnya dalam kehidupan.

Menurut *Weaver*, komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lainnya.<sup>3</sup>

*Stoner, Freeman, dan Gilbert* mendefinisikan komunikasi sebagai *the process by which people attempt to share meaning via the transmissions of symbolic message*. Komunikasi adalah proses dimana seseorang berusaha untuk memberikan pengertian atau pesan kepada orang lain melalui pesan simbolis. Komunikasi bisa dilakukan secara langsung

---

<sup>3</sup> Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi dan Teori Praktik*, (Jakarta barat : Graha Ilmu, 2009) hlm. 32

maupun tidak langsung, dengan menggunakan berbagai media komunikasi yang tersedia. Komunikasi langsung berarti komunikasi disampaikan tanpa penggunaan mediator atau perantara, sedangkan komunikasi tidak langsung berarti sebaliknya.<sup>4</sup>

Komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan dimaksud dapat dipahami. Komunikasi juga sebagai proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang kepada orang lain. Selain itu komunikasi diartikan sebagai proses penyampaian informasi atau pengiriman dari seseorang kepada orang lain.<sup>5</sup>

Definisi-definisi demikian sebagaimana dikemukakan di atas, tentu belum mewakili semua definisi yang telah di buat oleh para ahli. Namun paling tidak kita telah memperoleh gambaran tentang apa yang dimaksud komunikasi, walaupun masing-masing definisi memiliki pengertian yang luas dan beragam satu sama lainnya. Dari definisi diatas juga ditekankan bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan tersebut mempunyai tujuan yakni mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya yang menjadi sasaran komunikasi.<sup>6</sup>

Menurut Carl I. Hovland mengenai ilmu komunikasi didefinisikan sebagai upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas

---

<sup>4</sup> Trisnawati Ernie Sule & Saefullah Kurniawan, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta :kencana, 2005), hal. 295

<sup>5</sup> Prof. Dr. Veithzal Rivai, M.B.A, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, (Jakarta:PT Grafindo Persada) hlm. 375

<sup>6</sup> Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi dan Teori Praktik*, (Jakarta barat : Graha Ilmu, 2009) hlm. 32

penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*). Ilmu komunikasipun menyelidiki gejala komunikasi.tidak hanya dengan pendekatan secara ontologism (apa itu komunikasi), tetapi juga secara aksiologis (bagaimana berlangsungnya komunikasi yang efektif) dan secara epistemologis (untuk apa komunikasi itu dilaksanakan).

Adapun tujuan komunikasi adalah membangun atau menciptakan pemahaman atau pengertian bersama. Saling memahami atau mengerti ukan berarti harus menyetujui tetap mungkin dengan komunikasi terjadi suatu perubahan sikap, pendapat, perilaku ataupun perubahan secara sosial.

a. Perubahan sikap (*attitude change*)

Seorang komunikan setelah menerima pesan kemudian sikapnya berubah, baik positif maupun negatif. Dalam berbagai situasi kita berusaha mempengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain bersikap positif sesuai keinginan kita.

b. Perubahan pendapat (*opinion change*)

Dalam komunikasi berusaha menciptakan pemahaman. Pemahaman, ialah kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator. Setelah

memahami apa yang dimaksudkan oleh komunikator maka akan tercipta pendapat yang berbeda-beda bagi komunikan.

c. Perubahan perilaku (*behavior change*)

Komunikasi bertujuan untuk mengubah perilaku maupun tindakan seseorang.

d. Perubahan sosial (*social change*)

Membangun dan memelihara ikatan hubungan dengan orang lain sehingga menjadi hubungan yang makin baik. Dalam proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan kadar hubungan interpersonal.

Adapun komponen-komponen komunikasi terdiri dari :

1. Komunikator

Komunikator adalah individu atau orang yang menyampaikan pesan atau informasi. Komunikator itu dapat perorangan atau kelompok.

2. Komunikan

Komunikan adalah seseorang yang menerima pesan atau informasi, komunikan dapat dilakukan perseorangan atau kelompok.

3. Pesan

Pesan adalah informasi yang akan dikirimkan kepada si penerima. Pesan ini dapat berupa verbal maupun nonverbal. Pesan secara verbal dapat secara tertulis seperti surat, buku,

majalah, memo, sedangkan pesan yang secara lisan dapat berupa percakapan tatap muka, percakapan melalui telepon, radio dan sebagainya. Pesan yang nonverbal dapat berupa isyarat, gerakan badan, ekspresi muka, dan nada suara.

#### 4. Saluran

Saluran adalah jalan yang dilalui pesan dari si pengirim dengan si penerima.

#### 5. Balikan

Balikan adalah sikap atau respons terhadap pesan yang diterima yang dikirimkan kepada si pengirim pesan.<sup>7</sup>

Komunikasi menurut ruang lingkupnya dibedakan menjadi dua yaitu :

#### 1. Komunikasi internal

Komunikasi internal yaitu komunikasi yang berlangsung di dalam suatu organisasi<sup>8</sup>

Arus komunikasi di dalam organisasi ada tiga macam, yaitu :

##### a. Komunikasi ke bawah

Komunikasi ke bawah menunjukkan arus pesan yang mengalir dari para atasan atau para pemimpin kepada bawahannya. Kebanyakan komunikasi ke bawah digunakan

---

<sup>7</sup> Dr. Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta : Bumi Aksara 2011) hlm. 17-18

<sup>8</sup> Jariyati, *Tugas Akhir Hubungan Antara Komunikasi Intern Dengan Loyalitas Kerja Karyawan Di PT. Batik Keris Sukoharjo*, hlm.8-9

untuk menyampaikan pesan-pesan yang berkenaan dengan tugas-tugas dan pemeliharaan.

b. Komunikasi ke atas

Pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan atau dari tingkat yang lebih rendah kepada tingkat yang lebih tinggi. Semua karyawan dalam suatu organisasi kecuali yang berada pada tingkatan yang paling atas mungkin berkomunikasi ke atas.

c. Komunikasi horizontal (antar sesama)

Pertukaran pesan di antara orang-orang yang sama tingkatan otoritasnya di dalam organisasi. Pesan yang mengalir menurut fungsi dalam organisasi diarahkan secara horizontal.<sup>9</sup>

2. Komunikasi Eksternal

Komunikasi eksternal adalah komunikasi yang berlangsung antara organisasi dengan pihak masyarakat yang ada di luar organisasi.

Media yang digunakan dalam penyampaian komunikasi ada tiga macam, yaitu :

a. Komunikasi lisan

Biasanya sering diadakan percakapan langsung dengan pihak lain secara pribadi / kelompok.

---

<sup>9</sup> Dr. Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta : Bumi Aksara 2011) hlm. 108-121

b. Komunikasi tertulis

Pemakaian komunikasi bersifat visual dan penampilan serta polanya yang ditulis diatas kertas, dapat membantu daya pemahaman seseorang pembaca.

c. Komunikasi visual

Komunikasi visual adalah isyarat tangan / perubahan roman muka. Alat komunikasi visual sering menyertai percakapan langsung tetapi dalam bentuk lain, bisa berupa gambar.

Dalam proses komunikasi tidak selalu dapat berjalan dengan baik sesuai dengan yang diharapkan akan tetapi dalam komunikasi sering terdapat hambatan, antara lain :

1. Hambatan dari proses komunikasi

- a. Hambatan dari penerima pesan, misalnya pesan yang akan disampaikan belum jelas bagi dirinya atau pengirim pesan.
- b. Hambatan dalam penyandian / symbol, hal ini dapat terjadi karena bahasa yang dipergunakan tidak jelas sehingga mempunyai arti lebih dari satu.
- c. Hambatan media, Hambatan yang terjadi dalam penggunaan media komunikasi.
- d. Hambatan dari penerima pesan, misalnya kurangnya perhatian pada saat menerima / mendengarkan pesan.

2. Hambatan fisik

Hambatan fisik dapat mengganggu komunikasi yang efektif, cuaca gangguan alat komunikasi, dan lain-lain.

3. Hambatan sematik

Kata-kata yang dipergunakan dalam komunikasi kadang-kadang mempunyai arti mendua yang berbeda, tidak jelas atau berbelit-belit antara pemberi pesan dan penerima pesan, dengan kata lain bahasa yang digunakan berbeda.

4. Hambatan psikologis

Hambatan psikologis dan sosial kadang-kadang mengganggu komunikasi. Dalam musibah ini komunikasi masih trauma dengan musibah yang menimpa mereka.<sup>10</sup>

Pentingnya komunikasi intern diantaranya :

1. Adanya dedikasi kepada tugas dan kelompok kerjanya.
2. Adanya kebanggan terhadap kelompok kerjanya.
3. Antusiasme dari setiap anggota.
4. Adanya kekeluargaan dan perasaan senasib sepenanggungan.
5. Adanya solidaritas terhadap kelompok kerjanya.
6. Adanya kerjasam di dalam organisasi.

---

<sup>10</sup> Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi Tori & Praktik*, (Jakarta Barat : Graha Ilmu, 2009), hlm. 62-64

## 2. Loyalitas

Loyalitas adalah kesetiaan, pengabdian dan kepercayaan yang diberikan atau ditujukan kepada seseorang atau lembaga, yang di dalamnya terdapat rasa cinta dan tanggung jawab untuk berusaha memberikan pelayanan dan perilaku terbaik (Rasimin).<sup>11</sup>

Siswanto juga berpendapat hal yang sama bahwa loyalitas adalah tekad dan kesanggupan individu untuk mentaati, melaksanakan, mengamalkan peraturan-peraturan dengan penuh kesadaran dan sikap tanggung jawab. Hal ini dibuktikan dengan sikap dan tingkah laku kerja yang positif.

Hasibuan, mengemukakan bahwa loyalitas atau kesetiaan merupakan salah satu unsur yang digunakan dalam penilaian karyawan yang mencakup kesetiaan terhadap pekerjaannya, jabatannya dan organisasi. Kesetiaan ini dicerminkan oleh kesediaan karyawan menjaga dan membela organisasi didalam maupun diluar pekerjaan dari rongrongan orang yang tidak bertanggung jawab.<sup>12</sup>

Menurut Martiwi Tien, dkk Loyalitas merupakan dorongan kuat untuk tetap menjadi karyawan perusahaan, memiliki kepercayaan yang pasti, penerimaan penuh atas nilai-nilai perusahaan, taat pada peraturan

---

<sup>11</sup> <http://digilib.uinsby.ac.id/3943bab%202.pdf>. hlm 16

<sup>12</sup> Hasibuan Malayu SP, *Manajemen Sumber Daya Manusia (edisi revisi)*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2011) hlm. 121

yang berlaku, rasa tanggung jawab yang tinggi serta memiliki sikap kerja yang positif.

Loyalitas berasal dari kata loyal yang berarti setia. Loyalitas dalam perusahaan dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang karyawan terhadap perusahaan. Loyalitas juga berarti kesediaan karyawan dengan seluruh kemampuan, ketrampilan, pikiran dan waktu untuk ikut serta mencapai tujuan perusahaan dan menyimpan rahasia perusahaan serta tidak melakukan tindakan-tindakan yang merugikan perusahaan selama orang itu masih berstatus sebagai karyawan.<sup>13</sup>

Pengertian loyalitas menurut Oliver yang diterjemahkan oleh Ratih Hurriyati mengemukakan definisi loyalitas karyawan adalah komitmen karyawan bertahan secara mendalam untuk bertahan atau bekerja secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan dunia kerja mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.<sup>14</sup> Sedangkan loyal menurut sebagian pakar ialah suatu kecenderungan karyawan untuk tidak pindah ke perusahaan lain.<sup>15</sup>

Loyalitas merupakan hal yang krusial dalam jalannya perusahaan. Loyalitas merupakan suatu tingkatan sejauh mana seorang karyawan atau individu merasa menjadi bagian dari perusahaan Antoncic dan Antoncic (dalam Runtu). Setiap individu yang tergabung di dalam perusahaan

---

<sup>13</sup> Sudimin dan Theo, *Manajemen & Usahawan Indonesia* (Whistleblowing : Dilema Loyalitas dan Tnggung Jawab Publik, 2003) hlm. 3

<sup>14</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung : Alfabeta, 2005) hlm. 129

<sup>15</sup> Siagian Sondang P, *Peranan Staf dalam Manajemen* (Jakarta : PT. Gunung Agung, 1985) hlm. 79

hendaknya memiliki tingkat loyalitas yang tinggi, sebab keberadaan mereka sebagai alat penggerak perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan perasaan yang mereka miliki, dimana penggerak tersebut bisa jadi memilih untuk memegang rahasia perusahaan, sadar untuk membangun perusahaan serta memiliki rasa kepemilikan terhadap tempat bekerjanya ataupun bertindak sebaliknya.<sup>16</sup>

Banyak hal yang menyebabkan seseorang karyawan tidak loyal pada perusahaan, diantaranya ketidak sanggupannya perusahaan menjaga kenyamanan kerja dan tidak adanya transparansi. Hal-hal seperti kurang diperhatikan perusahaan karena dianggap tidak penting. Perlu disadari bahwa loyalitas mempunyai peranan penting dalam kemajuan perusahaan.

Ada 14 indikator yang dapat dipakai untuk mengidentifikasi loyalitas karyawan sebagaimana dikemukakan Powers (dalam runtun), yaitu :

1. Tetap bertahan dalam organisasi
2. Bersedia bekerja lembur untuk menyelesaikan pekerjaan.
3. Menjaga rahasia bisnis perusahaan.
4. Mempromosikan organisasinya kepada pelanggan dan masyarakat umum.
5. Mentaati peraturan tanpa perlu pengawasan yang ketat.

---

<sup>16</sup> Maya Tami Aryatidan, 2015, *Pengaruh Konflik Peran, Kompensasi Finansial dan Kompensasi Nonfinansial Terhadap Loyalitas Karyawan (Studi pada PT. Aston Graphindo Indonesia)*, Artikel Publikasi Ilmiah, Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, hlm. 4

6. Mau mengorbankan kepentingan pribadi demi kepentingan organisasi.
7. Tidak mau bergosip berbohong atau mencuri.
8. Membeli dan menggunakan produk perusahaan.
9. Ikut berkontribusi dalam kegiatan social organisasi.
10. Menawarkan saran-saran untuk perbaikan.
11. Mau berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan aksidental organisasi.
12. Mau mengikuti arahan atau instruksi.
13. Merawat property organisasi dan atau tidak memboroskannya.
14. Mau bekerja sama dan membantu rekan kerja.

### **3. Aspek-aspek loyalitas**

Loyalitas kerja karyawan tidak terbentuk begitu saja dalam organisasi, tetapi ada aspek-aspek yang terdapat didalamnya yang mewujudkan loyalitas kerja karyawan. Aspek-aspek loyalitas kerja yang terdapat pada individu dikemukakan oleh Siswanto, yang menitik beratkan pada pelaksanaan kerja yang dilakukan karyawan antara lain :

1. Taat pada peraturan
2. Tanggung jawab pada perusahaan
3. Kemauan untuk bekerja
4. Rasa memiliki
5. Hubungan antar pribadi.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> [https://www.google.co.id/search?hl=id&ie=UTF-8&q=indikator+loyalitas+karyawan+menurut+para+ahli&sa=X&ved=0ahUKEwjo98\\_lh1bOAhVHqo8KHeg4C9wQ1QIICA](https://www.google.co.id/search?hl=id&ie=UTF-8&q=indikator+loyalitas+karyawan+menurut+para+ahli&sa=X&ved=0ahUKEwjo98_lh1bOAhVHqo8KHeg4C9wQ1QIICA).

Menurut Mariko A. Yashihara, Managing Direktor PT. JAC Indonesia, ada beberapa hal yang menyebabkan karyawan tidak loyal pada perusahaan, antara lain :

#### 1. Kenyamanan

Ketidak sanggupannya perusahaan menjaga kenyamanan kerja. Ketidakmampuan perusahaan menjaga kenyamanan bekerja biasanya berdampak buruk terhadap kinerja karyawan dan pada tahap lebih fatal karyawan akan pindah kerja ke perusahaan lain. Hal ini bisa terjadi bila perusahaan tidak mempunyai prospek yang bagus terhadap kelangsungan hidup karyawan, di mana karyawan jarang atau tidak mengalami peningkatan gaji, bonus dan tunjangan. Pada perusahaan tertentu, sangat sulit memperhatikan permasalahan ini karena berhubungan dengan keuangan perusahaan, apalagi era krisis sekarang banyak sekali perusahaan yang mengabaikan kesejahteraan karyawan.

#### 2. Kesuksesan pemimpin

Kesuksesan seorang pemimpin dalam meniti karir dan membangun perekonomian akan mempengaruhi semangat karyawan untuk tetap setia pada perusahaan. Secara umum setiap karyawan baru mempunyai harapan masa depan terhadap perusahaan. Bila harapan itu tidak terpenuhi maka mereka akan mereview harapan tersebut, termasuk

kelangsungan bekerja. Tidak sedikit karyawan yang kecewa karena perusahaan kurang memperhatikan kesejahteraan karyawan.<sup>18</sup>

Loyalitas terhadap karyawan dapat menjadi sebuah penilaian dan tingkatan seorang karyawan merasa menjadi bagian dari organisasi perusahaan. Merasakan menjadi bagian dari sebuah perusahaan memperlihatkan tingkatan yang lebih tinggi dari pada berusaha “tetap tinggal” dalam didalamnya, karena perasaan tetap tinggal dapat bersumber ketika karyawan hanya memiliki komitmen tetap bertahan karena resiko yang dihadapinya ketika meninggalkan pekerjaan itu lebih besar. Karyawan tetap tinggal juga tidak semata karena komitmen *normative* (harus patuh karena memang sudah seharusnya begitu, sesuai norma yang ada) tetapi loyalitas harus terkait sampai pada komitmen *affektif* yaitu karyawan merasa didalam perusahaan sungguh merasa bahwa “suka-duka” karyawan adalah “suka-duka”-nya juga. Ross dan Ali (dalam Runtu, 2013).

Karyawan adalah mereka yang bekerja pada suatu badan usaha atau perusahaan baik swasta maupun pemerintah dan diberikan imbalan kerja sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, baik yang bersifat harian, mingguan maupun bulanan yang biasanya imbalan tersebut diberikan secara mingguan.<sup>19</sup> Karyawan adalah orang yang bersedia menyerahkan prestasi kerjanya kepada pihak majikan dengan

---

<sup>18</sup> <http://initugasku.wordpress.com/2010/03/03/analisis-faktor-yang-mempengaruhi-loyalitas-karyawan/>, 30 mei 2016, 19.00.

<sup>19</sup> Bejo Siswanto, *Manajemen Tenaga Kerja...*, hlm. 10

memperoleh kompensasi dan terikat pada ketentuan ikatan kerja yang telah disetujuinya.

Kesetiaan atau loyalitas para karyawan terhadap perusahaan dapat menimbulkan rasa tanggung jawab. Untuk dapat menimbulkan rasa loyalitas para karyawan pada perusahaan maka pihak pimpinan harus mengusahakan agar para karyawan merasa senasib dengan perusahaan. Dengan perasaan senasib ini kemajuan dan kemunduran perusahaan akan dirasakan oleh mereka juga.

#### **4. Kinerja Karyawan**

Kinerja berasal dari kata *job performance* atau *actual performance* yang berarti prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang. Pengertian kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan fungsinya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

*Performance* atau kinerja merupakan hasil atau keluaran dari suatu proses.<sup>20</sup> Menurut pendekatan perilaku dalam manajemen, kinerja adalah kuantitas atau kualitas sesuatu yang dihasilkan atau jasa yang diberikan oleh seseorang yang melakukan pekerjaan.

Kinerja merupakan prestasi kerja, yaitu perbandingan antara hasil kerja dengan standar yang ditetapkan. Kinerja adalah hasil kerja

---

<sup>20</sup> Nurlaila, *manajemen sumber daya manusia*, (LapKhair : 2010), hlm. 71

baik secara kualitas sesuatu yang dihasilkan atau jasa yang diberikan oleh seseorang yang melakukan pekerjaan.<sup>21</sup>

Kinerja karyawan merupakan hal yang bersifat individual, karena setiap karyawan mempunyai tingkat kemampuan yang berbeda-beda dalam mengerjakan tugasnya. Pihak manajemen dapat mengukur karyawan atas unjuk kerjanya bukan kejadian. Aksi kinerja itu sendiri terdiri dari banyak komponen dan bukan merupakan hasil yang dapat dilihat pada saat itu juga. Pada dasarnya kinerja merupakan sesuatu hal yang bersifat individual, karena setiap karyawan memiliki tingkat kemampuan yang berbeda dalam mengerjakan tugasnya.<sup>22</sup>

## **5. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja**

- a. Efektifitas dan efisiensi
- b. Otoritas (wewenang)
- c. Disiplin
- d. Inisiatif

## **6. Karakteristik kinerja karyawan**

Karakteristik orang yang mempunyai kinerja tinggi adalah sebagai berikut :

- a. Memiliki tanggung jawab pribadi yang tinggi.
- b. Berani mengambil dan menanggung resiko yang dihadapi.

---

<sup>21</sup> F. Luthans, *Organizational Behavior*, (Net York, McGraw-hill:2005. Hlm. 165

<sup>22</sup> <https://www.google.co.id/m?&q=kinerja+karyawan>

- c. Memiliki tujuan yang realistis.
- d. Memiliki rencana kerja yang menyeluruh dan berjuang untuk merealisasi tujuannya.
- e. Memanfaatkan umpan balik (feed back) yang konkrit dalam seluruh kegiatan kerja yang dilakukannya.
- f. Mencari kesempatan untuk merealisasikan rencana yang telah diprogramkan.<sup>23</sup>

## **7. Indikator Kinerja Karyawan**

Indicator untuk mengukur kinerja karyawan secara individu ada enam indikator, yaitu :<sup>24</sup>

- a. Kualitas
- b. Kuantitas
- c. Ketepatan waktu
- d. Efektivitas
- e. Kemandirian.

## **8. Bmt (*Baitul Maal Wa Tamwil*)**

Baitul maal wat tamwil (BMT) terdiri dua istilah, yaitu *Baitul maal* dan *Baitul tamwil*. *Baitul maal* lebih mengarah pada usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, seperti zakat, infaq, dan shadaqah. Sedangkan *Baitul tamwil* sebagai usaha pengumpulan

---

<sup>23</sup> Mangkunegara, Anwar Prabu, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Remaja Rosdakarya, Bandung:2002). Hlm. 68

<sup>24</sup> Robbins, Stephen P, *Perilaku Organisasi PT Indeks*, (Kelompok Gramedia, Jakarta:2006), hlm. 260.

dan penyaluran dana komersial.<sup>25</sup> Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah<sup>26</sup>

Sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan pinjam. Usaha ini seperti usaha perankan yakni menghipun dana anggota dan calon anggota serta menyalurkannya kepada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan.

Visi BMT harus mengarah pada upaya untuk mewujudkan BMT menjadi lembaga yang mampu meningkatkan kualitas ibadah anggota (ibadah dalam arti luas), sehingga mampu berperan sebagai wakil pengabdian Allah SWT, memakmurkan kehidupan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Masing-masing BMT dapat saja merumuskan visinya sendiri. Karena visi sangat dipengaruhi oleh lingkungan bisnisnya, latar belakang masyarakatnya serta visi para pendirinya. Namun demikian, prinsip perumusan visi harus sama dan tetap dipegang teguh. Karena visi sifatnya jangka panjang, maka perumusannya harus dilakukan dengan sungguh-sungguh. Pendirian tidak dapat begitu saja mengabaikan aspek ini.

Misi BMT adalah membangun dan mengembangkan tatanan perekonomian dan struktur masyarakat madani yang adil berkemakmuran berkemajuan, serta makmur-maju berkeadilan berlandaskan Syariah dan

---

<sup>25</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil...*, hlm.126

<sup>26</sup> Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), hlm. 96

ridho Allah SWT. Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa misi BMT bukan semata-mata mencari keuntungan dan penumpukan laba-modal pada golongan orang kaya saja, tetapi lebih berorientasi pada pendistribusian laba yang merata dan adil, sesuai dengan prinsip ekonomi islam, masyarakat ekonomi kelas bawah mikro harus didorong untuk berpartisipasi dalam modal melalui simpanan penyertaan modal, sehingga mereka dapat menikmati hasil-hasil BMT.

Didirikannya BMT bertujuan untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta memberikan pelayanan dan pemberdayaan sosial ekonomi umat melalui kegiatan-kegiatan.<sup>27</sup> Sedangkan peran dari BMT sehubungan dengan keberadaannya antara lain adalah:

- a. Menggeser peranan rentenir yang sangat mencekik dan tidak manusiawi
- b. Mnyelamatkan tabungan umat islam dari ancaman bunga (riba) dan sekaligus menghindarkan mereka dari perbuatan maksiat(kufur nikmat)
- c. Menidirikan, membangun dan mengembangkan BMT merupakan wujud nyata dari amal sholih dan merupakan pelaksanaan dakwah bil hal.
- d. Pelaksanaan kegiatan usaha simpan berbasis syariah
- e. Penyediaan jasa pebiayaan, investasi dan konsumtif

---

<sup>27</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil...*, hlm.127-128

- f. Sebagai amal zakat yang menerima dan menyalurkan ZIS
- g. Membantu pengusaha kecil dalam masalah permodalan

## **B. PENELITIAN TERDAHULU**

Sebelum melakukan penelitian penulis melakukan telaah pustaka, telaah pustaka sangat penting dan diperlukan, karena dengan telaah pustaka penulis akan menemukan temuan – temuan sesuai dengan kajian yang akan menjadi literatur atau beberapa pustaka yang akan digunakan untuk penelitian komunikasi. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis temukan, inilah sebagian temuannya :

Muhammad Tibyan, berjudul : *Peran Komunikasi organisasi pada loyalitas karyawan (study deskriptif kualitatif pada perusahaan Otobus Blue Star Salatiga)*. 2015, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Hasil “Semakin tinggi loyalitas karyawan maka semakin meningkat pula kinerja karyawan, begitu pula dengan dimensi kinerja, semakin tinggi tingkat loyalitas karyawan akan semakin peduli dengan perusahaannya, merasa bahwasannya memiliki perusahaan dan memiliki motivasi yang tinggi”.<sup>28</sup>

Jariyati, berjudul : *Hubungan antara komunikasi intern dengan loyalitas kerja karyawan di PT. Batik Keris Sukoharjo*. 2009, Pratama Mulia Surakarta, Hasil “Dengan adanya komunikasi Intern yang baik dan

---

<sup>28</sup> Muhammad Tibyan, *Peran Komunikasi organisasi pada loyalitas karyawan (study deskriptif kualitatif pada perusahaan Otobus Blue Star Salatiga)*. 2015, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. <http://digilib.uinsuka.ac.id/156801/BAB%20I,%20IV,%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>.

lancar maka akan menimbulkan hubungan keakraban yang baik antara manajer dan karyawan selain itu juga apabila hubungan komunikasinya bagus maka akan mendorong karyawan memiliki rasa loyalitas kerja yang tinggi terhadap pekerjaan maupun organisasi tempat dia bekerja”.<sup>29</sup>

Maya Tami Aryati, berjudul : *Pengaruh konflik peran, kompensasi finansial dan kompensasi nonfinansial terhadap loyalitas karyawan (study pada PT. Aston Grapindo Indonesia)*, 2015, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Hasil “Berdasarkan hasil analisis regresi berganda dengan tiga variabel prediktor diperoleh formulasi  $Y = 26,099 - 0,369 + 0,775 + 0,393 + e$ , dimana Y merupakan variabel loyalitas, adalah konflik peran dengan koefisien bernilai negatif menunjukkan bahwa variabel konflik peran berpengaruh negatif terhadap loyalitas, merupakan kompensasi finansial dan adalah kompensasi nonfinansial, kedua konstanta variabel masing-masing adalah positif sehingga dikatakan berpengaruh positif terhadap loyalitas. Uji t penelitian menunjukkan secara parsial variabel konflik peran dan kompensasi nonfinansial tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas, sedangkan variabel kompensasi finansial memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap loyalitas karyawan. Hasil uji F dapat dianalisis bahwa secara simultan ketiga variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas karyawan, dimana nilai F hitung sebesar 4,228 dan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Uji terakhir penelitian adalah uji determinasi dengan nilai

---

<sup>29</sup> Jariyati, *Hubungan antara komunikasi intern dengan loyalitas kerja karyawan di PT. Batik Keris Sukoharjo*. 2009, Pratama Mulia Surakarta

sebesar 0,199, berarti variabel bebas memiliki kontribusi terhadap variabel loyalitas karyawan sebesar 19,90 %, sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model”.<sup>30</sup>

I Ketut Andy Hermawan, mahasiswa fakultas ekonomi, Universitas Udanaya, berjudul : *Analisis faktor – faktor yang menentukan loyalitas karyawan pada PT. Inti Buana Permai Denpasar Bali*. Hasil " Hasil penelitian menunjukkan ada empat (4) faktor dengan 20 variabel dalam menentukan loyalitas karyawan pada PT. Inti Buana Permai Denpasar. Ke empat faktor tersebut adalah: a) Faktor Kompensasi : Tunjangan transportasi yang dibayarkan, menentukan loyalitas karyawan pada PT. Inti Buana Permai Denpasar. Perusahaan sebisa mungkin dapat menjamin biaya transportasi karyawannya dalam melakukan pekerjaan perusahaan. b) Faktor Tanggung jawab : Kesuksesan dapat menentukan loyalitas karyawan pada PT. Inti Buana Permai Denpasar. Pihak perusahaan agar menjamin dan mendukung setiap karyawan didalam melaksanakan tugasnya agar memberikan hasil yang baik untuk kesuksesan perusahaan. c) Faktor Disiplin : Absensi dapat menentukan loyalitas karyawan pada PT. Inti Buana Permai Denpasar. Kedepannya perusahaan harus betul-betul memperhatikan tingkat absensi karyawan dalam meningkatkan loyalitas karyawan. d) Faktor Partisipasi : Inisiatif dan kreatif menentukan loyalitas karyawan pada PT. Inti Buana Permai Denpasar. Perusahaan

---

<sup>30</sup> Maya Tami Aryati, berjudul : *Pengaruh konflik peran, kompensasi finansial dan kompensasi nonfinansial terhadap loyalitas karyawan (study pada PT. Aston Grapindo Indonesia)*, 2015, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, <http://eprints.ums.ac.id/3651526/Naskah%20Publikasi.pdf>

harus memperhatikan setiap inisiatif dan kreatif yang dimiliki oleh karyawan, dengan cara memberikan kesempatan kepada setiap karyawan di dalam menuangkan inisiatif dan kreatifitasnya di dalam memajukan perusahaan kedepannya.<sup>31</sup>

Danang Indra Putranto, judul : *Pengaruh komunikasi internal, kompensasi kerja, dan lingkungan kerja terhadap kepuasan karyawan pada PT.Kimia Farma Plant Semarang*, 2012, universitas Diponegoro, Hasil “komunikasi internal tergolong baik, kompensasi kerja tergolong layak, lingkungan kerja tergolong baik, dan kepuasan kerja karyawan pada PT Kimia Farma Plant Semarang tinggi. Hasil pengujian dengan SPSS menunjukkan bahwa komunikasi internal, kompensasi kerja, dan lingkungan kerja, berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja karyawan baik secara simultan maupun secara parsial. Saran yang dapat disampaikan adalah perusahaan perlu meningkatkan dan adanya perbaikan mengenai kondisi suasana ruangan tempat kerja, khususnya pada bagian produksi. Agar karyawan merasa tenang dan nyaman dalam bekerja, sehingga mempunyai loyalitas untuk memunculkan kepuasan dalam bekerja.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> I Ketut Andy Hermawan, berjudul : *Analisis faktor – faktor yang menentukan loyalitas karyawan pada PT. Inti Buana Permai Denpasar Bali*. Universitas Udanaya,  
[httpdownload.portalgaruda.org/article.php?article=151133&val=989&title=ANALISIS%20FAKTORFAKTOR%20YANG%20MENENTUKAN%20LOYALITAS%20KARYAWAN%20PADA%20%20PT.%20INTI%20BUANA%20PERMAI%20DENPASAR%20BALI](http://download.portalgaruda.org/article.php?article=151133&val=989&title=ANALISIS%20FAKTORFAKTOR%20YANG%20MENENTUKAN%20LOYALITAS%20KARYAWAN%20PADA%20%20PT.%20INTI%20BUANA%20PERMAI%20DENPASAR%20BALI)

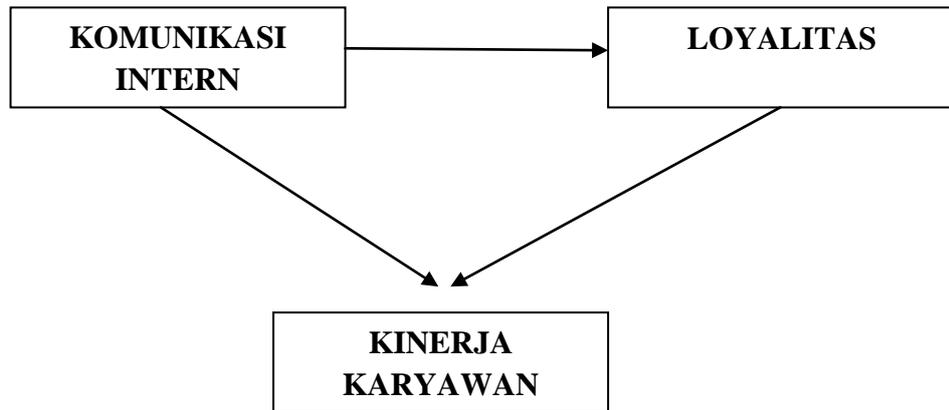
<sup>32</sup> [http// Prop-skrip-komunikasi,ipi74768](http://Prop-skrip-komunikasi,ipi74768).

### **C. PARADIGMA PENELITIAN**

Hampir setiap hari di dalam organisasi selalu terjadi komunikasi antara karyawan maupun pimpinan. Komunikasi intern mempunyai hubungan yang erat terhadap loyalitas karyawan. Dengan adanya komunikasi intern yang baik dan lancar akan membuat karyawan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap pekerjaan maupun lembaga tempat dia bekerja. Oleh sebab itu setiap perusahaan harus selalu membina komunikasi intern yang baik demi kemajuan perusahaan.

Seorang pimpinan harus mengusahakan agar para karyawannya dapat bekerjasama dengan sebaik-baiknya dan dapat menimbulkan perasaan loyal para karyawan terhadap lembaga atau perusahaan. jika sebuah lembaga tidak berusaha menimbulkan perasaan loyal para karyawan terhadap lembaga, maka sikap mereka akan acuh tak acuh terhadap kemajuan perusahaan. tanpa adanya kerja sama yang baik antara pimpinan dan bawahan, tujuan organisasi atau lembaga tidak akan tercapai. Dan kesetiaan seseorang karyawan sangat berpengaruh terhadap kemajuan perusahaan.

Pernyataan tersebut dapat dtransformasikan ke dalam bagan, sebagai berikut :



Komunikasi intern : Variabel independen

Loyalitas karyawan : Variabel independen

Kinerja karyawan : Variabel Dependen

—————> : Garis signifikan