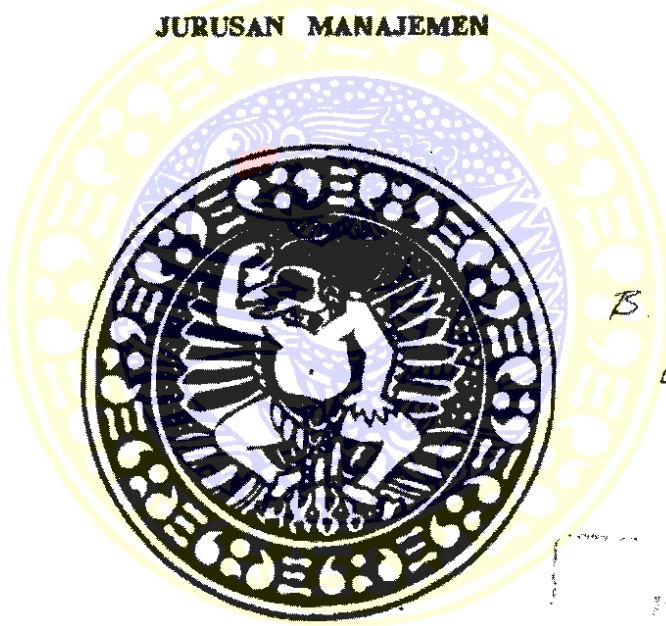


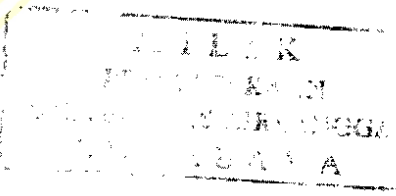
PENGARUH FAKTOR - FAKTOR KOMUNIKASI TERHADAP PERSEPSI PRESTASI KERJA KARYAWAN BAGIAN PABRIKASI DI PTP XXI - XXII (PERSERO) PABRIK GULA GEMPOLKREP MOJOKERTO

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN



KK.
B. 1035/97
Wul
P



DIAJUKAN OLEH :
IIN WULIYANI
No. Pokok : 048913071

KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
1997

SKRIPSI

PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KOMUNIKASI TERHADAP PERSEPSI PRESTASI KERJA KARYAWAN BAGIAN PABRIKASI DI PTP XXI-XXII (PERSERO) PABRIK GULA GEMPOLKREP MOJOKERTO

DIAJUKAN OLEH :

IIN WULIYANI

No Pokok : 048913071

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING,



Dra. Ec. TIEN SUMARTINI, MS

TANGGAL 12-3-1997

KETUA JURUSAN,



Dra. Ec. ENDANG POERNOMOWATI

TANGGAL 17-3-1997



Dra. Ec. TIEN SUMARTINI, MS

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis, maka penulis dapat memberikan kesimpulan dan saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi perusahaan.

Dari pengamatan penulis penurunan produktivitas di PTP XXI-XXII (Persero) P.G. Gempolkrep Mojokerto diakibatkan oleh penurunan prestasi kerja karyawan, yang ditandai dengan tidak tercapainya rencana atau target produksi yang telah ditetapkan. Penurunan prestasi kerja karyawan dipengaruhi oleh faktor-faktor komunikasi yaitu : komunikator, pesan, media, komunikasi, umpan balik. Hal ini dibuktikan melalui analisa regresi berganda yang dilakukan, yang menunjukkan bahwa persepsi prestasi kerja karyawan dipengaruhi oleh faktor-faktor komunikasi : komunikator, pesan, media, komunikasi, umpan balik secara bersama-sama sebesar 84,14% sedang sisanya sebesar 15,86% merupakan pengaruh dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Faktor yang paling dominan mempengaruhi persepsi prestasi kerja adalah faktor komunikator.

Adapun hasil analisis yang dilakukan dapat disimpulkan secara rinci sebagai berikut :

1. Dengan menggunakan analisa regresi berganda, dapat diketahui bahwa kelima faktor komunikasi yaitu :

komunikator, pesan, media, komunikasi, umpan balik secara bersama-sama berpengaruh sangat signifikan terhadap persepsi prestasi kerja karyawan, dengan nilai F_0 sebesar 43,143 lebih besar dari $F_{(0,10;5;89)}$ sebesar 1,95, dan tingkat korelasi antara variabel bebas dan variabel tergantung sebesar 0,8414 menunjukkan hubungan yang kuat. Pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel tergantung juga menunjukkan kontribusi atau pengaruh yang besar. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,7079.

2. Berdasarkan uji signifikansi masing-masing variabel komunikator, pesan, media, komunikasi, umpan balik mempunyai pengaruh yang berarti terhadap persepsi prestasi kerja karyawan.

Berdasarkan koefisien korelasi secara parsial untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

- a. Komunikator

Variabel komunikator didalam P.T. Perkebunan XXI- XXII (Persero) P.G. Gempolkrep mempunyai pengaruh yang sangat dominan terhadap persepsi prestasi kerja karyawan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi parsial (r^2) sebesar 0,3211 dan tingkat probabilitas 0,0000.

ABSTRAKSI

Bank adalah suatu lembaga yang mendapat izin untuk mengerahkan dana masyarakat berupa simpanan dan menyalurkan dana kepada masyarakat berupa pinjaman sehingga berfungsi sebagai perantara antara penabung dan pemakai kahir, rumah tangga dan perusahaan.

Bank berdasarkan syariah Islam adalah lembaga perbankan yang menggunakan sistem dan operasi berdasarkan syariah Islam. Ini berarti operasi perbankan mengikuti tata cara berusaha maupun perjanjian berusaha berdasarkan Al-Quran dan Sunah Rasul Muhammad SAW dan bukan tata cara dan perjanjian berusaha yang bukan dituntut oleh Al-Quran dan Sunah Rasul. Dalam operasinya Bank Islam menggunakan sistem bagi hasil dan imbalan lainnya yang sesuai dengan syariah Islam.

Bank Muamalat Indonesia adalah salah satu bank yang beroperasi berdasarkan syariah Islam. Bank Muamalat Indonesia (BMI) menyadari bahwa dewasa ini persaingan antar bank semakin ketat. BMI harus bersaing dengan bank-bank yang menawarkan suku bunga yang tinggi, sementara dalam bank Islam meniadakan suku bunga. Untuk itu BMI terus berusaha mencari jalan untuk mendapatkan suatu peluang pasar.

BMI kemudian menciptakan suatu produk tabungan yang khusus untuk segmen usia muda (remaja). Tabungan ini diberi nama tabungan TRENDL Tabungan ini diperuntukkan untuk pelajar dan mahasiswa dengan usia maksimum 25 tahun.

Segmen tabungan Trendi bersifat heterogen karena terdiri dari nasabah dengan usia dan tingkat pendidikan yang berbeda. Dengan sifat yang berbeda ini tentu terdapat perbedaan dalam kebutuhan. Untuk itu perlu diadakan analisis segmentasi pasar untuk mengidentifikasi masing-masing nasabah dengan beraneka macam kebutuhannya.

Dari analisis segmentasi pasar ini diharapkan perusahaan dapat menentukan segmen mana yang potensial. Artinya dari berbagai tingkat usia dan pendidikan ini nanti ditemukan suatu pasar sasaran yang tepat yang akhirnya perusahaan bisa menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk pasar sasaran yang dipilih.

b. Pesan

Variabel pesan didalam P.T. Perkebunan XXI-XXII (Persero) P.G. Gempolkrep mempunyai pengaruh secara significant terhadap persepsi prestasi kerja karyawan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi parsial (r^2) sebesar 0,2307 dengan probablitas 0,0000.

c. Komunikas

Variabel komunikas didalam P.T. Perkebunan XXI-XXII (Persero) P.G. Gempolkrep mempunyai pengaruh secara significant terhadap persepsi prestasi kerja karyawan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi parsial (r^2) sebesar 0,0862.

d. Umpan Balik

Variabel umpan balik yang diberikan terhadap isi pesan atau informasi didalam P.T. Perkebunan XXI-XXII (Persero) P.G. Gempolkrep mempunyai pengaruh secara significant terhadap persepsi prestasi kerja karyawan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi parsial (r^2) sebesar 0,0536.

e. Media

Variabel media didalam P.T. Perkebunan XXI- XXII (Persero) P.G. Gempolkrep mempunyai pengaruh secara significant terhadap persepsi prestasi kerja dengan nilai koefisien determinasi

parsial (r^2)

sebesar 0,0367. Meskipun nilai r^2 faktor media, merupakan nilai terkecil diantara faktor-faktor komunikasi yang lainnya, dengan nilai r^2 positif sebesar 0,0367 tetapi masih dapat disimpulkan bahwa media komunikasi mempunyai pengaruh terhadap persepsi prestasi kerja karyawan.

Dari kelima faktor-faktor komunikasi yang mempunyai pengaruh yang berarti terhadap persepsi prestasi kerja karyawan, maka variabel komunikator dengan koefisien determinasi parsial (r^2) sebesar 0,3211 dengan tingkat probabilitas sebesar 0,0000 merupakan faktor yang paling dominan yang menentukan tingkat persepsi prestasi kerja karyawan PTP XXI-XXII (Persero) P.G. Gempolkrep Mojokerto.

4.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka diberikan saran-saran yang dapat bermanfaat terutama bagi manajemen sumber daya manusia di PTP XXI-XXII (Persero) P.G. Gempolkrep Mojokerto. Manfaat tersebut diharapkan dapat membantu mengoptimalkan komunikasi untuk memperbaiki kualitas sumber daya manusia dalam perusahaan, dalam arti karyawan mampu meningkatkan prestasinya.

1. Mengingat komunikasi dalam perusahaan merupakan suatu hal yang sangat penting, maka diperlukan perhatian yang khusus agar dapat tercipta komunikasi yang harmonis. Oleh karena itu perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor komunikasi dan harus dipandang sebagai suatu kesatuan yang bulat dan utuh.
2. Oleh karena pengaruh kelima variabel bebas terhadap variabel terikat cukup positif atau signifikan maka disarankan agar komunikasi yang telah ada pada perusahaan sebagai penunjang prestasi kerja dapat ditingkatkan lagi dengan memperhatikan faktor-faktor yang ada dalam komunikasi tersebut yang pada gilirannya akan membantu menunjang prestasi kerja karyawan.