

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semangat kerja menunjukkan sejauh mana pegawai bergairah dalam melakukan tugas dan tanggung jawabnya di dalam perusahaan. Dalam perusahaan pegawai merupakan salah satu sumber daya yang sangat penting. Pegawai berfungsi sebagai pelaksana dalam mencapai tujuan perusahaan, bahkan fasilitas kerja yang berupa mesin-mesin atau peralatan canggih pun memerlukan tenaga kerja sebagai operatornya. Dengan menggunakan berbagai fasilitas kerja tersebut, pegawai dapat melakukan setiap pekerjaan dengan lebih baik untuk meningkatkan semangat kerja. Semangat kerja pegawai dapat dilihat dari kehadiran, kedisiplinan, ketepatan waktu menyelesaikan pekerjaan, dan produktivitas. Semangat kerja yang tinggi dapat didukung oleh komunikasi yang baik, bagaimana pegawai berinteraksi, menyampaikan informasi, bertukar gagasan, baik antara atasan ke bawahan maupun sebaliknya, antara pegawai dengan pegawai, maupun pegawai pada satu bagian ke bagian lainnya. Proses komunikasi adalah pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari satu orang ke orang lain. Perpindahan pengertian tersebut melibatkan lebih dari sekedar kata-kata yang digunakan dalam percakapan tetapi juga, ekspresi wajah, intonasi, titik putus vokal dan sebagainya. Proses komunikasi yang begitu dinamik dapat menimbulkan berbagai masalah yang mempengaruhi pencapaian sebuah organisasi.

Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan atau dapat diartikan sebagai sarana tukar menukar pendapat atau sebagai kontak antara manusia secara individu maupun kelompok. Berdasarkan defenisi

tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi sebagai suatu proses dimana orang-orang bermaksud memberikan pengertian-pengertian melalui pengiriman berita secara simbolis, lisan, maupun tulisan yang dapat menghubungkan para anggota sebagai satuan organisasi yang berbeda dan bidang berbeda pula. Esensi dalam proses komunikasi adalah untuk memperoleh kesamaan makna diantara orang yang terlibat dalam proses komunikasi antarmanusia. Tingkatan yang paling penting dalam komunikasi manusia adalah antarpribadi yang diartikan sebagai relasi individual dengan orang lain dalam konteks sosialnya. Pada umumnya, sebuah komunikasi dikontrol oleh komunikator. Sepanjang dia mampu berkomunikasi dan dapat tampil dengan baik, maka pesan atau informasi yang disampaikannya akan diterima dengan baik oleh komunikatornya.

Motivasi merupakan hasrat didalam diri seseorang yang menyebabkan orang tersebut melakukan tindakan peran pegawai yang memiliki motivasi kerja tinggi dan didukung oleh keterampilan dan pengetahuan dalam melaksanakan sangat diperlukan. Hal ini berarti bahwa salah satu faktor penentu tingkat keberhasilan perusahaan adalah motivasi kerja pegawai. Banyak faktor yang menjadi perangsang atau pendorong bagi pegawai untuk bekerja sebaik-baiknya dalam rangka mencapai kinerja maksimal. Pihak-pihak yang berkepentingan dan bertanggung jawab akan keberhasilan suatu organisasi perlu memperhatikan motivasi yang ada pada pegawai dalam rangka menggerakkan, mengarahkan serta menggali potensi pegawai yang ada kearah tercapainya semangat kerja. Setiap pegawai memiliki motivasi yang berbeda-beda dalam bekerja. Banyak pegawai yang bekerja adalah dikarenakan untuk memenuhi kebutuhan pribadinya dan banyak pegawai yang bekerja dikarenakan merasa senang jika bekerja.

Semangat kerja merupakan suatu gairah berupa keinginan seseorang untuk melakukan suatu pekerjaan. Setiap pemimpin harus memahami perilaku, sifat, dan sikap dengan

mengarahkan serta membangkitkan semangat kerja para bawahannya. Ini dapat dilakukan dengan memberikan motivasi, karena motivasi dapat mempengaruhi produktivitas kerja pegawai dan efisiensi pada perusahaan dengan demikian motivasi akan mempengaruhi tinggi rendahnya produktivitas kerja. Seorang pemimpin yang tidak memberikan motivasi pada pegawai, maka pegawai tidak memiliki semangat dan gairah kerja sehingga tujuan perusahaan tersebut tidak tercapai.

Komunikasi memelihara motivasi dengan memberikan penjelasan kepada para pegawai tentang apa yang harus dilakukan, seberapa baik mereka mengerjakannya dan apa yang dapat dilakukan untuk meningkatkan semangat kerja pegawai. Dalam meningkatkan semangat kerja di lingkungan perusahaan memiliki perbedaan yang cukup tinggi.

PT. Pos Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pelaksanaan pos dan giro. Perusahaan ini sangat membutuhkan komunikasi antar sesama pegawai bahkan pimpinan yang mampu memotivasi setiap pegawai tersebut. Pegawai yang termotivasi dengan arahan pimpinan diharapkan dapat menumbuhkan gairah semangat kerja pegawai dalam bekerja. Pegawai dalam bekerja pada perusahaan ini memiliki semangat kerja yang berbeda dengan perusahaan lainnya dikarenakan motivasi yang berbeda. Pegawai dalam perusahaan ini cenderung memiliki gairah semangat kerja yang kurang karena motivasi yang minim dari atasan sehingga tidak memberikan hasil kerja yang memuaskan. PT. Pos Indonesia adalah salah satu perusahaan yang memberikan pelayanan dan menghasilkan informasi bagi masyarakat mengenai pos dan giro, dimana pelayanan tersebut berupa layanan yang dibutuhkan masyarakat sehingga dalam melakukan pekerjaannya dibutuhkan sumber daya manusia yang memiliki tingkat motivasi yang tinggi untuk melakukan suatu pekerjaan. Motivasi hanya akan sampai kepada pegawai jika didalamnya terkandung komunikasi yang baik sehingga akan menumbuhkan

semangat kerja pegawai namun yang terjadi di perusahaan ini komunikasi dan motivasi belum terlaksana dengan baik.

Semangat kerja di PT. Pos Indonesia dapat dilihat dari kehadiran pegawai dalam bekerja, jumlah absen, dan ketepatan waktu dalam masuk kerja. PT. Pos Indonesia melakukan absensi dengan cara menggunakan *fingerprint*. Kehadiran dalam bekerja belum tentu bisa menunjukkan bahwa motivasi yang dimiliki oleh pegawai dinyatakan tinggi. Karena kehadiran pegawai di PT. Pos Indonesia tidak disertai dengan ketepatan waktu. Sehingga semangat kerja pegawai PT. Pos Indonesia belum terealisasi dengan baik.

Tabel 1.1

Presentase Daftar absensi PT. Pos Indonesia(Persero) Regional I Medan

Bulan 2015	Jumlah Pegawai	Hadir	Tidak hadir	Terlambat	Persentase Kehadiran		
					Hadir %	Tidak hadir %	Terlambat %
Januari	85	45	40	22	52,94%	47,06%	48,89%
Febuari	85	51	34	25	60,00%	40,00%	49,02%
Maret	85	40	45	27	47,06%	52,94%	67,50%
April	85	53	32	23	62,35%	37,65%	43,40%
Mei	85	58	27	18	68,24%	31,76%	31,03%
Juni	85	60	25	17	70,59%	29,41%	28,33%
Juli	85	47	38	22	55,29%	44,71%	46,81%
Agustus	85	60	25	25	70,59%	29,41%	41,67%
September	85	45	40	29	52,94%	47,06%	64,44%
Oktober	85	56	29	27	65,88%	34,12%	48,21%
November	85	62	23	26	72,94%	27,06%	41,94%
Desember	85	58	27	26	68,24%	31,76%	44,83%

Sumber. PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Medan

Dari tabel di atas maka dapat dilihat bahwa PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Medan memiliki pegawai 85 orang, semangat kerja bukan hanya dapat dilihat dari jumlah pegawai yang hadir dan tidak hadir namun dapat dilihat dari segi keterlambatan pegawai setiap bulan dari bulan Januari sampai Desember pada tahun 2015, yang mana persentase kehadirannya masih bervariasi. Oleh karena itu penulis ingin mengetahui apakah pengaruh komunikasi dan motivasi dapat meningkatkan semangat kerja pegawai. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengetahui dan menganalisis dengan membuat judul **“Pengaruh Komunikasi dan Motivasi terhadap Semangat Kerja Pegawai PT. Pos Indonesia(Persero) Regional I Medan”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh komunikasi terhadap semangat kerja pegawai pada PT. Pos Indonesia(Persero) Regional I Medan.
2. Apakah ada pengaruh motivasi terhadap semangat kerja pegawai pada PT. Pos Indonesia (Persero) Regional I Medan.
3. Apakah ada pengaruh komunikasi dan motivasi terhadap semangat kerja pegawai pada PT. Pos Indonesia (Persero) Regional I Medan.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pokok permasalahan yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh komunikasi terhadap semangat kerja pegawai pada PT. Pos Indonesia (Persero) Regional I Medan.

2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh motivasi terhadap semangat kerja pegawai pada PT. Pos Indonesia (Persero) Regional I Medan.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh komunikasi dan motivasi terhadap semangat kerja pegawai pada PT. Pos Indonesia (Persero) Regional I Medan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Menambah pengetahuan penulis dalam hal komunikasi dan motivasi yang mendorong semangat kerja pegawai.

2. Bagi perusahaan

Sebagai bahan masukan yang berguna bagi perusahaan besar dalam penerapan komunikasi dan motivasi yang baik terhadap semangat kerja pegawai.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1 Komunikasi

2.1.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah hubungan kontak manusia, baik individu maupun kelompok dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia itu sendiri, dimana seseorang berusaha memberikan pengertian dengan cara pemindahan pesan. Dalam garis besarnya dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi juga dapat berhasil baik apabila sekiranya timbul saling pengertian, yaitu jika kedua belah pihak sipengirim dan sipenerima informasi dapat memahami bahwa komunikasi telah berhasil.

Menurut Himstreet dan Baty yang dikutip oleh Purwanto dalam *business communication principles and methods*, “**Komunikasi adalah suatu pertukaran informasi antar individu melalui suatu sistem yang biasa baik dengan simbol-simbol sinyal maupun perilaku atau tindakan**”.¹ Menurut Keith Davis dalam buku Anwar Prabu Mangkunegara, “*communication is the transfer of information and understanding from one person to another person*”.² Sedangkan Menurut Stephen P. Robbins dalam buku Manajemen, “**Komunikasi adalah perpindahan dan pemahaman makna**”.³ Sedangkan menurut Husaini mengatakan bahwa, “**Komunikasi merupakan proses penyampaian atau penerimaan pesan dari satu orang kepada orang lain, baik langsung maupun tidak langsung, secara tertulis, lisan, maupun bahasa non verbal**”.⁴ Dan menurut Illiot Jaques dalam buku Wursanto “*Communication is the sumtotal of directly and indirectly consciously and unconsciously transmited feeling, attitudes, and wishes*”.⁵

Perpindahan yang efektif tidak hanya memerlukan transmisi data tetapi bahwa seseorang mengirimkan berita dan menerimanya sangat tergantung pada keterampilan-keterampilan tertentu, seperti membaca, menulis, mendengarkan, berbicara, dan lain sebagainya, untuk membuat sukses pertukaran informasi.

Komunikasi sebagai suatu proses dengan nama orang-orang bermaksud memberikan pengertian-pengertian melalui pengiriman berita secara simbolis, dapat menghubungkan para

¹ Purwanto, Djoko, **Komunikasi Bisnis**, Erlangga, Edisi Empat, Jakarta, 2011, Hal 4.

² Mangkunegara, Anwar Prabu, **Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan**, Cetakan kesebelasan, Remaja Rosda Karya, Bandung 2013, Hal 145.

³ Stephen P. Robbins, **Manajemen**, Edisi kesepuluh, Jakarta, 2010, Hal 77.

⁴ Husaini Usman, **Manajemen**, Bumi Aksara, Edisi Keempat, Jakarta, 2014, Hal 470.

⁵ Ig, Wursanto, **Dasar-Dasar Ilmu Organisasi**, Andi. Edisi Ketiga, Yogyakarta, 2002, Hal 153.

anggota berbagai satuan organisasi yang berbeda dan bidang berbeda pula, sehingga sering disebut sebagai rantai pertukaran informasi.

Komunikasi sangat penting bagi suatu perusahaan, karena sebagai penyampaian saluran penghubung antara pegawai satu dengan pegawai lainnya dalam penyampaian informasi guna tercapainya tujuan suatu perusahaan.

2.1.1.2 Pola Komunikasi

Meskipun semua organisasi harus melakukan komunikasi dengan berbagai pihak dalam mencapai tujuannya, namun perlu diketahui bahwa pendekatan yang dipakai antara satu organisasi dengan organisasi lain dapat bervariasi atau berbeda-beda. Bagi perusahaan kecil yang berskala kecil yang hanya memiliki beberapa pegawai, maka penyampaian informasi dapat dilakukan secara langsung kepada para pegawai tersebut. Namun lain halnya dengan perusahaan besar yang memiliki ratusan pegawai, maka penyampaian informasi kepada mereka merupakan pekerjaan yang cukup susah. Stephen P. Robbins secara umum ada dua aspek komunikasi, yaitu sebagai berikut:

1. **Komunikasi Formal**

Komunikasi formal mengacu pada komunikasi yang berlangsung dalam aturan-aturan kerja organisasi yang ditetapkan. Sebagai contoh, ketika seorang manajer meminta karyawannya untuk menyelesaikan sebuah tugas, itu adalah komunikasi formal, sama seperti seorang karyawan mengomunikasikan suatu masalah kepada manajernya.

2. **Komunikasi Informal**

Komunikasi Informal adalah komunikasi organisasi yang tidak didefinisikan dalam hirarki struktur organisasi. Ketika para karyawan saling berbincang di ruang makan siang, saat bertemu di lorong, atau saat mereka sedang berolahraga menggunakan fasilitas kesehatan perusahaan, itu adalah komunikasi informal. Para karyawan membentuk persahabatan dan saling berkomunikasi. Sistem komunikasi informal memenuhi dua tujuan dalam organisasi :

- Memungkinkan karyawan untuk memenuhi kebutuhan mereka akan interaksi sosial.
- Meningkatkan kinerja organisasi dengan menciptakan saluran komunikasi alternatif yang sering kali lebih cepat dan lebih efisien.

2.1.1.3 Arah Aliran Komunikasi

1. Komunikasi ke Bawah (*Downward Communication*).

Ini adalah komunikasi kebawah, yaitu setiap komunikasi yang mengalir dari seorang manajer kepada para karyawan. Komunikasi ini digunakan memberikan informasi, arahan, koordinasi, dan mengevaluasi para karyawan. Ketika para manajer menetapkan tujuan kepada para karyawan, mereka menggunakan komunikasi ke bawah. Para manajer juga menggunakan komunikasi ke bawah ketika mereka memberikan deskripsi pekerjaan, menginformasikan kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur organisasi, menunjukkan masalah-masalah yang memerlukan perhatian, atau mengevaluasi kinerja para karyawan. Komunikasi ke bawah dapat dilakukan pada setiap metode komunikasi yang telah dijelaskan sebelumnya.

2. Komunikasi ke Atas (*Upward Communication*).

Komunikasi ke atas adalah komunikasi yang mengalir dari para karyawan kepada para manajer. Hal ini membuat para manajer menyadari apa yang dirasakan oleh para karyawan terhadap pekerjaannya, terhadap rekan kerjanya, dan terhadap organisasi secara keseluruhan. Para manajer juga dapat mengandalkan komunikasi ke atas untuk ide-ide tentang bagaimana meningkatkan sesuatu. Beberapa contoh komunikasi ke atas meliputi laporan-laporan kinerja yang disiapkan oleh para karyawan, pesan-pesan karyawan pada kotak saran, survei sikap karyawan, prosedur keluhan diskusi antara manajer dan karyawan, serta sesi kelompok informal di mana para karyawan memiliki kesempatan untuk mendiskusikan masalah-masalah dengan manajer atau perwakilannya atau manajemen tingkat atas. Seberapa banyak komunikasi ke atas digunakan tergantung pada budaya organisasi jika manajer telah menciptakan iklim kepercayaan dan rasa hormat dan menggunakan pengambilan keputusan yang partisipatif atau pemberdayaan akan ada banyak komunikasi yang mengarah ke atas dimana karyawan memberikan masukan terhadap keputusan. Dalam lingkungan yang lebih terstruktur dan bersifat otoriter, komunikasi yang mengarah ke atas masih dilakukan, tetapi terbatas.

3. Komunikasi ke Samping (*Lateral Communication*).

Komunikasi yang terjadi diantara para karyawan pada tingkatan organisasi yang sama yang disebut komunikasi ke samping. Dalam lingkungan yang dinamis saat ini, komunikasi horizontal sebagai sering dipergunakan untuk menghemat waktu dan memfasilitasi koordinasi. Tim lintas fungsional, sebagai contoh, sangat bergantung pada bentuk interaksi komunikasi ini.

Namun konflik dapat terjadi jika para karyawan tidak memberitahukan para manajernya tentang keputusan yang telah mereka buat atau tindakan yang telah mereka ambil.

4. Komunikasi Diagonal (Diagonal Communication)

Komunikasi diagonal adalah komunikasi yang melintasi wilayah kerja dan tingkatan organisasi. Ketika seorang analis kredit berkomunikasi secara langsung dengan manajer pemasaran regional tentang permasalahan pelanggan-dengan departemen yang berbeda dan tingkatan organisasi yang berbeda itu adalah komunikasi diagonal. Komunikasi diagonal dapat bermanfaat karena efisiensi dan kecepatannya. Meningkatnya penggunaan surat elektronik memfasilitasi komunikasi diagonal. Banyak organisasi ,setiap karyawan dapat berkomunikasi dengan karyawan lain melalui surat elektronik, terlepas dari wilayah kerja atau tingkatan organisasi, bahkan dengan para manajer tingkat atas.

2.1.1.4.Indikator Komunikasi

Komunikasi merupakan aliran darah dalam organisasi. Komunikasi termasuk struktur yang dilewati pesan dan cara informasi disajikan, disamping isi pesan itu sendiri, baik berbicara atau menulis, mendengar atau membaca, komunikasi tidak hanya berupa suatu tindakan. Metode-metode komunikasi dalam proses komunikasi Stephen P. Robbins dalam buku Manajemen yang penulis jadikan menjadi indikator yaitu:

- 1) Pengirim (*sender*)**
- 2) Penyandian atau kode. (*Encoding*)**
- 3) Pesan (*Message*)**
- 4) Saluran/ Media (*Channel*)**
- 5) Penerima (*Receiver*)**
- 6) Penafsiran (*Decoding*)**
- 7) Umpan balik (*feedback*)**

8) Gangguan (*Noise*)⁶

2.1.1.5 Hambatan-Hambatan Komunikasi

Menurut Stephen P. Robbins dalam buku Manajemen, ada beberapa hambatan-hambatan dalam komunikasi, yakni:

- **Penyaringan (Filtering).**
Penyaringan adalah memanipulasi informasi yang disengaja untuk membuatnya terlihat lebih baik pada penerima.
- **Emosi**
Emosi yang ekstrim kemungkinan akan menghambat komunikasi yang efektif. Dalam hal ini, kita sering mengabaikan proses berpikir yang rasional yang objektif dan menggantikannya dengan penilaian emosional.
- **Informasi yang Berlebih**
Suatu situasi dimana informasi melebihi kapasitas pengolahan seseorang.
- **Defensif**
Ketika seseorang merasa terancam, ia cenderung bereaksi dengan cara yang menghambat komunikasi efektif dan mengurangi upaya untuk mencapai saling pengertian.
- **Bahasa**
Dalam suatu organisasi, karyawan berasal dari berbagai latar belakang dan memiliki pola bicara yang berbeda. Bahkan karyawan yang bekerja dalam organisasi yang sama tetapi pada departemen yang berbeda sering memiliki jargon yang berbeda.
- **Budaya Nasional**
Perbedaan komunikasi dapat timbul dari budaya nasional seperti halnya bahasa yang berbeda.⁷

Mengatasi Hambatan-hambatan Komunikasi :

- Menggunakan Umpan Balik
- Menyederhanakan Bahasa
- Menyimak dengan aktif
- Membatasi emosi
- Memperhatikan isyarat Nonverbal

⁶Ibid, hal 79

⁷ Ibid, hal 82

2.1.2 Motivasi

2.1.2.1. Pengertian Motivasi

Dalam suatu perusahaan atau organisasi pasti mempunyai pegawai yang memiliki perilaku yang berbeda – beda. Hal ini dapat dilihat dari hasil kerja dalam menjalankan aktivitas. Setiap pemimpin harus memahami perilaku, sifat, dan sikap dengan mengarahkan serta membangkitkan semangat kerja para bawahan. Ini dapat dilakukan dengan memberikan motivasi, karena motivasi dapat mempengaruhi produktivitas kerja pegawai dan efisiensi pada perusahaan.

Dengan demikian motivasi akan mempengaruhi tinggi rendahnya produktivitas kerja. Seorang pemimpin yang tidak memberikan motivasi pada pegawai, maka pegawai tidak memiliki semangat dan gairah kerja sehingga tujuan perusahaan tidak tercapai. Motivasi memiliki pengertian yang berbeda-beda menurut para sarjana, karena harus disesuaikan dengan keadaan masing-masing orang, penggunaan istilah dan konsep motivasi adalah untuk menggambarkan hubungan antara harapan kenyataan yang diperoleh.

Motivasi berasal dari kata “*movere*” yang berarti dorongan, atau menggerakkan motivasi (*motivation*) dalam manajemen yang ditunjukkan pada sumber daya manusia pada umumnya dan bahkan khususnya. Motivasi mempersoalkan bagaimana cara mengarahkan daya dan potensi bawahan, agar mau bekerja sama secara produktif berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditentukan. Berikut ini dijelaskan beberapa pengertian motivasi menurut beberapa para ahli:

Menurut Sadili Samsudin **“motivasi adalah proses mempengaruhi atau mendorong dari luar terhadap seseorang atau kelompok kerja agar mereka mau melaksanakan**

sesuatu yang ditetapkan.”⁸ Liang Gie “Motivasi adalah pekerjaan yang dilakukan oleh manajer dalam memberikan inspirasi, semangat, dan dorongan kepada orang lain, dalam hal ini karyawannya, untuk mengambil tindakan-tindakan tertentu”⁹.

Dan menurut Edy Sutrisno menyatakan bahwa “motivasi adalah suatu faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu aktivitas tertentu oleh karena itu motivasi sering kali diartikan pula sebagai faktor pendorong perilaku seseorang”¹⁰. Menurut Sedarmayanti mengatakan bahwa “motivasi merupakan kesediaan mengeluarkan tingkat upaya tinggi kearah tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu untuk memenuhi kebutuhan individual”.¹¹

Dari pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa motivasi adalah suatu proses usaha yang menggerakkan sikap dan tingkah laku atau tindakan yang didorong dari dalam diri seseorang melakukan suatu tujuan.

2.1.2.2 Teori-teori motivasi

Beberapa teori motivasi yang berlaku pada zaman dahulu dan teori yang berlaku pada zaman sekarang (komtemporer).

a. Teori motivasi pada zaman dahulu terdiri dari :

1. Indikator motivasi kebutuhan.

Menurut Abraham Maslow dalam Sadili Samsudinia membuat hipotesis bahwa dalam setiap diri manusia terdapat 5 (lima) indikator kebutuhan yaitu:

⁸Sadili Samsudin, **Manajemen Sumber Daya Manusia**, Cetakan Ketiga, CV Pustaka Setia, Bandung, 2010. Hal. 281.

⁹Liang Gie, **Manajemen Sumber Daya Manusia**, Cetakan Ketiga, CV Pustaka Setia, Bandung, 2010. Hal. 281.

¹⁰ Edy Sutrisno, **Manajemen Sumber Daya Manusia**, Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh, Kencana, Jakarta, 2010, Hal 109.

¹¹ Sedarmayanti, **Manajemen Sumber Daya Manusia**, Cetakan Ketujuh, Refika Aditama, Bandung, 2015, Hal 233.

- a. **Kebutuhan fisiologis dasar, seperti makanan, pakaian, perumahan dan fasilitas-fasilitas lainnya yang berguna untuk kelangsungan hidup pekerja.**
- b. **Kebutuhan rasa akan aman, seperti lingkungan kerja yang bebas dari segala bentuk ancaman, keamanan jabatan atau posisi, status kerja yang jelas, dan keamanan alat yang digunakan.**
- c. **Kebutuhan untuk dicintai dan disayangi, seperti interaksi dengan rekan kerja, kebebasan melakukan aktivitas sosial, dan kesempatan yang diberikan untuk menjalin hubungan yang akrab dengan orang lain.**
- d. **Kebutuhan untuk dihargai, seperti pemberian penghargaan dan mengakui hasil karya individu.**
- e. **Kebutuhan aktualisasi diri, seperti kesempatan dan kebebasan untuk merealisasikan cita-cita untuk harapan individu, kebebasan untuk mengembangkan bakat atau talenta yang dimiliki.¹²**

Mengingat setiap individu dalam perusahaan berasal dari berbagai latar belakang yang berbeda-beda, maka akan sangat penting bagi perusahaan untuk melihat kebutuhan dan harapan karyawannya, bakat dan keterampilan yang dimilikinya, dan rencana karyawan tersebut pada masa mendatang. Jika perusahaan dapat mengetahui hal-hal tersebut, akan lebih mudah untuk menempatkan karyawan pada posisi yang paling tepat sehingga ia akan semakin termotivasi. Tentu saja usaha-usaha memahami kebutuhan karyawan tersebut harus disertai dengan penyusunan kebijakan perusahaan dan prosedur kerja yang efektif. Untuk melakukan hal tersebut bukan merupakan perkara yang mudah, tetapi memerlukan kerja keras dan komitmen yang sungguh-sungguh dari manajemen.

2. Teori dua faktor

Ada dua faktor yang menyebabkan kepuasan dalam bekerja antara lain, motivator dan ketidakpuasan dalam bekerja disebut faktor *hygiene* dan kedua sebutan itu kalau digabungkan terkenal dengan dua faktor Motivasi dan Herzberg.

Teori *hygiene* sebenarnya dapat mematahkan anggapan menejer atau pimpinan bahwa persoalan-persoalan semangat kerja dapat diatasi dengan pemberian upah dan gaji yang

¹²Abraham Maslow, **Manajemen Sumber Daya Manusia**, Cetakan Ketiga, CV Pustaka Setia, Bandung, 2010, Hal. 283.

tinggi. Inisiatif yang besar dan memperbaiki kondisi tempat kerja. Pemecahan ini tidak menguntungkan karena banyak karyawan yang tidak termotivasi walaupun diberikan gaji dan upah yang tinggi, honor, di dalam kondisi tempat kerja.

Adapun yang membangkitkan kerja adalah motivator, faktor ini terdiri dari keberhasilan, penghargaan, faktor, pekerjaan sendiri, rasa tanggung jawab, dan faktor peningkatan. Faktor ini menimbulkan rasa sangat puas. Bersifat intrinsik berada di dalam diri bila dikembangkan dalam cara kita mengelola, dapat membangkitkan motivasi.

3. Teori Existence, Relatedness, and Growth (ERG)

Teori ERG adalah singkatan dari Existence, Relatedness, dan Growth needs, yang dikembangkan oleh Alderfer, yang merupakan suatu modifikasi dan reformulasi dari teori tata tingkat kebutuhan dari Maslow. Alderfer berargumen bahwa ada tiga kelompok kebutuhan ini yaitu:

- a. Kebutuhan Eksistensi (existence needs), merupakan kebutuhan akan substansi material, seperti keinginan untuk memperoleh makanan, air, perumahan, uang, mebel dan mobil. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan fisiologis dan rasa aman dari Maslow.
- b. Kebutuhan hubungan (relatedness needs), merupakan hubungan untuk memelihara hubungan antara pribadi yang penting. Individu berkeinginan untuk berkomunikasi secara terbuka dengan orang lain yang dianggap penting dalam kehidupan mereka dan mempunyai hubungan yang bermakna dengan keluarga, teman dan rekan kerja. Kebutuhan ini mencakup kebutuhan sosial dan bagian eksternal dari penghargaan dari Maslow.
- c. Kebutuhan pertumbuhan (growth needs), merupakan kebutuhan-kebutuhan yang dimiliki seseorang untuk mengembangkan kecakapan mereka secara penuh. Selain kebutuhan aktualisasi, juga termasuk bagian intrinsik dari kebutuhan harga diri Maslow.

Calton Alderfer berusaha mengelolah hierarki kebutuhan Maslow agar semakin dekat dengan penelitian empiris. Alderfer berpendapat bahwa terdapat tiga kelompok kebutuhan inti kehidupan (sama dengan fisiologi dan keamanan Maslow), hubungan (sama dengan kebutuhan sosial dan status milik Maslow) dan kebutuhan pertumbuhan (sama dengan kebutuhan penghargaan dan aktualisasi diri milik Maslow). Teori ini menunjukkan bahwa seseorang bisa mengusahakan kebutuhan pertumbuhan meskipun kebutuhan atau hubungan belum terpenuhi, seseorang individu bisa berfokus pada ketiga kategori kebutuhan secara bersamaan tetapi penelitian empiris belum memberikan lebih banyak fakta yang mendukung teori ERG dibandingkan hierarki kebutuhan.

4. Teori X dan Teori Y

Menurut McGregor dalam Hadi Handoko **“dua kumpulan anggapan yang saling berlawanan yang dibuat oleh para manajer dalam industri yang dinamakan teori X dan Y.”**¹³ Pada dasarnya yang satu negatif, yang ditandai sebagai teori X, dan yang lain positif, yang ditandai dengan teori Y. Teori X adalah anggapan bahwa karyawan tidak suka bekerja, kreatif, mencari tanggung jawab, dan dapat berlatih mengendalikan diri. Tetapi bukti ini tidak menguatkan bahwa asumsi-asumsi itu valid atau menerima teori Y dan mengubah tindakan seseorang sesuai dengan hal tersebut akan menghasilkan lebih banyak pekerja yang termotivasi.

“Hadi Handoko mengemukakan kedua teori tersebut, teori X seperti : rata pembawaan manusia malas atau tidak menyukai pekerjaan dan akan menghindarinya bila mungkin, karena karakteristik manusia tersebut, orang harus dipaksa, diawasi, diarahkan atau diancam dengan hukuman agar mereka menjalankan tugas untuk mencapai tujuan organisasi. Sedangkan teori Y seperti : penggunaan usaha fisik dan mental dalam bekerja adalah koadrat manusia, seperti bermain dan istirahat, pengawasan dan ancaman

¹³Hadi Handoko, **Manajemen**, Edisi Dua, Cetakan Keduapuluh Tiga, Yogyakarta, 2012, Hal. 300.

hukuman eksternal bukanlah satu-satunya cara untuk mengarahkan usaha pencapaian tujuan organisasi. Orang akan melakukan pengendalian diri dan pengarahan diri untuk mencapai tujuan yang disetujuinya.’’¹⁴

b. Teori Motivasi Kontemporer

Teori motivasi kontemporer terdiri dari:

1. Teori McClelland

Teori kebutuhan McClelland berfokus pada tiga kebutuhan yaitu:

- a. Kebutuhan pencapaian (need for achievement) : Dorongan untuk melebihi, mencapai standart-standart, berusaha keras untuk berhasil.
- b. Kebutuhan kekuatan (need for power) : Kebutuhan untuk membuat individu lain berperilaku sedemikian rupa sehingga mereka tidak akan berperilaku sebaliknya.
- c. Kebutuhan hubungan (need for affiliation) : Keinginan untuk menjalin suatu kebutuhan antar operasional yang ramah dan akrab.

2. Teori Evaluasi Kognitif

Teori ini menyatakan bahwa pemberian penghargaan-penghargaan ekstrinsik untuk perilaku yang sebelumnya memuaskan secara instrinsik cenderung mengurangi tingkat motivasi secara keseluruhan. Motivator instrinsik bisa seperti pencapaian, tanggung jawab, dan motivator ekstrinsik adalah imbalan kerja tinggi, promosi, hubungan pengawasan yang baik dan kondisi kerja yang menyenangkan. Namun teori ini tidak valid karena tidak memiliki implikasi – implikasi utama dalam praktik-praktik manajerial dan apabila teori ini benar maka masuk akal untuk membuat imbalan kerja seseorang individu tidak bergantung pada kinerja, guna menghindari penurunan motivasi instrinsik.

¹⁴Ibid, Hal. 300

3. Teori Penentuan Tujuan

Teori ini mengemukakan bahwa tujuan-tujuan yang spesifik dan sulit dengan umpan balik, menghasilkan kinerja yang lebih tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa motivasi pada dasarnya adalah kondisi mental yang mendorong dilakukannya untuk tindakan dan memberikan kekuatan yang mengarah kepada pencapaian kebutuhan memberi kepuasan ataupun mengurangi ketidakseimbangan.

2.1.2.3 Jenis Motivasi

1. Motivasi Kualitas

Kualitas memiliki definisi yang berbeda antara lain :

1. Kesesuaian dengan persyaratan/ketentuan
2. Kecocokan untuk pemakaian
3. Perbaikan / penyempurnaan berkelanjutan
4. Bebas dari kerusakan dan cacat
5. Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal setiap saat (dalam hal ini kualitas jasa)
6. Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan (dalam kualitas jasa)

Berdasarkan definisi kualitas maka yang dimaksud dengan motivasi kualitas adalah dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang untuk memiliki dan meningkatkan kualitas atau kemampuan dalam melaksanakan tugasnya dengan baik dan benar.

2. Motivasi karir

Karir berasal dari bahasa Belanda yaitu *cariier* adalah perkembangan dan kemajuan dalam pekerjaan seseorang. Ini juga bisa berarti jenjang dalam suatu pekerjaan tertentu. Menurut

Hani Handoko **“Suatu karir adalah pekerjaan atau jabatan yang dipunyai (atau dipegang) selama kehidupan kerja seseorang”**.¹⁵

Motivasi Karir adalah dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk senantiasa meningkatkan kemampuan pribadinya dalam rangka mencapai kedudukan, jabatan, atau karir yang lebih baik dari sebelumnya.

3. Motivasi Ekonomi

Motivasi ekonomi adalah suatu dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk meningkatkan kemampuan pribadinya dalam rangka untuk mencapai penghargaan finansial yang diinginkan.

Penghargaan finansial terdiri atas penghargaan langsung dan penghargaan tidak langsung. Penghargaan langsung berupa pembayaran dari upah dasar atas gaji pokok, overtime atau gaji lembur, pembagian laba. Sedangkan penghargaan tidak langsung meliputi asuransi, tunjangan biaya sakit, program penelitian, program pensiun dan lainnya.

4. Motivasi Prestasi

Motivasi prestasi adalah sebagai dorongan yang berhubungan dengan prestasi yaitu menguasai, mengatur lingkungan sosial atau fisik, mengatasi rintangan atau memelihara kualitas kerja yang tinggi, bersaing melebihi prestasi yang lampau dan mempengaruhi orang lain, indikator yang digunakan adanya peningkatan hasil pekerjaan, mendapatkan penghargaan, selalu menyelesaikan tugas, selalu ingin unggul dari orang lain.

5. Motivasi gelar

¹⁵Hani Handoko, **Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia**, Edisi Kedua, Cetakan Keenam Belas, Yogyakarta, 2008, Hal. 121.

Motivasi gelar adalah suatu dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk menunjukkan kualifikasi terhadap pekerjaan tertentu. Ketika seseorang mengikuti Pendidikan Program Profesi Administrasi Bisnis maka lulusan pendidikan program profesi Administrasi Bisnis akan mendapat gelar Serjana Administrasi Bisnis (S.AB) .

2.1.3 Semangat Kerja

2.1.3.1. Pengertian Semangat Kerja

Semangat kerja menggambarkan keseluruhan, suasana yang dirasakan perasaan para pegawai dalam kantor. Apabila pegawai merasa bergairah, bahagia, optimis akan kondisi tersebut, maka itu dapat menggambarkan bahwa pegawai tersebut mempunyai semangat kerja yang tinggi, tetapi apabila pegawai suka membantah, menyakiti hati, kelihatan tidak tenang, maka pegawai tersebut mempunyai semangat kerja yang rendah.

Semangat kerja atau moral kerja, merupakan sikap kesediaan perasaan yang memungkinkan seorang pegawai untuk menghasilkan yang lebih banyak dan tanpa membantah keletihan, yang menyebabkan pegawai dengan antusias ikut serta dalam kegiatan-kegiatan dan usaha-usaha kelompok sekerjanya, dan membuat pegawai tidak mudah terkena pengaruh dari luar. Masalah semangat kerja adalah masalah yang sangat penting untuk dipecahkan oleh setiap manajemen dalam rangka menciptakan pegawai yang handal untuk mencapai tujuan perusahaan.

Menurut Malayu Hasibuan, menyatakan : **“Semangat kerja adalah keinginan dan kesungguhan seseorang mengerjakan pekerjaannya dengan baik serta berdisiplin untuk**

mencapai prestasi kerja yang maksimal”.¹⁶ Menurut Nitisemito menyatakan bahwa :
“Semangat kerja adalah melakukan pekerjaan secara lebih giat, sehingga dengan demikian pekerjaan akan diharapkan lebih cepat dan lebih baik”¹⁷.

Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa semangat kerja adalah kemampuan atau kemauan setiap individu atau kelompok orang untuk saling bekerja sama dengan giat dan disiplin serta penuh rasa tanggung jawab juga selayaknya setiap lembaga kesehatan akan selalu berusaha agar bawahannya mempunyai modal kerja yang tinggi, dimana diharapkan semangat kerja dan kegairahan kerja dapat meningkat.

Menurut Nitisemito, indikasi semangat kerja dapat diketahui dari:

1. Turun/rendahnya produktivitas kerja
2. Tingkat absensi yang tinggi
3. Labour turn over/tingkat perputaran pegawai yang tinggi
4. Tingkat kerusakan tinggi/meningkat
5. Pemogokan
6. Tuntutan yang sering terjadi.

Semangat kerja itu sendiri bersumber dari kepuasan kerja itu sendiri yang bersumber dari terpenuhinya keinginan dan kebutuhan para pegawai baik secara ekonomis dan psikologis (faktor-faktor psikologis seperti penghargaan, kehormatan, kedudukan, dan lain-lainnya yang menyangkut masalah kejiwaan).

2.1.3.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Semangat Kerja

¹⁶ H.Malayu S.P Hasibuan, **Manajemen Sumberdaya Manusia**, Bumi Aksara, Jakarta, 2010, Hal 94.

¹⁷ Nitisemito, S.Alex, **Manajemen Personalia**, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1982, Hal,160.

Semangat kerja merupakan sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya. Sikap ini dicerminkan oleh moral kerja, kedisiplinan dan prestasi kerja. Banyak faktor yang mempengaruhi semangat kerja diantaranya, sistem pengupahan, kondisi kerja, insentif produksi, pendidikan, komunikasi dan lain-lain sebagainya. Penghargaan serta penggunaan motivasi yang tepat akan menimbulkan atau mengakibatkan semangat kerja yang lebih tinggi. Faktor komunikasi merupakan salah nsatu faktor pembangkit semangat kerja. Dengan diketahuinya penyebab turunnya semangat keja kerja oleh suatu organisasi maka akan lebih mudah mencari jalan keluar dari permasalahan semangat kerja tersebut. Dengan demikian suatu organisasi dapat mengambil tindakan pencegahan sedini mungkin. Menurut Nitisemito, cara-cara yang paling tepat untuk meningkatkan semangat kerja dan kegairahan kerja, antara lain :

1. Gaji yang cukup

Setiap lembaga pemerintahan seharusnya bisa memberikan gaji yang cukup pada pegawai. Pengertian cukup sangat relatif sifatnya, yaitu apabila jumlah yang mampu dibayar oleh perusahaan tanpa membuat perusahaan merasakan rugi dengan sejumlah gaji yang diberikan tersebut akan mampu memberikan semangat kerja pada pegawai.

2. Memperhatikan kebutuhan rohani

Perusahan harus memperhatikan kebutuhan ohani pegawai dengan membangun tempat ibadah, yaitu agar pegawai dapat memenuhi kewajiban kepada Tuhan Yang Maha Kuasa.

3. Sesekali perlu mendapatkan suasana santai

Suasana kerja yang kompleks dapat menimbulkan kebosanan dan ketegangan kerja bagi pegawai. Untuk menghindari hal-hal tersebut perusahaan perlu menciptakan suasana santai dalam bekerja.

4. Harga diri perlu mendapat perhatian

Pihak dari perusahaan perlu memperhatikan harga diri pegawai, yaitu dengan memberikan penghargaan, baik dengan memberikan surat penghargaan maupun dalam bentuk hadiah materi bagi pegawai yang memiliki prestasikerja yang menonjol.

5. Menempatkan pegawai pada posisi yang tepat

Setiap perusahaan hendaknya menempatkan para pegawai pada posisi yang tepat, karena apabila terjadi ketidak-tepatan dalam posisi dapat menurunkan prestasi kerja karena tidak sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

6. Memberikan kesempatan untuk maju

Semangat kerja pegawai akan timbul apabila mereka memiliki harapan untuk maju. Perusahaan hendaknya memberikan penghargaan kepada pegawai yang berprestasi, berupa pengakuan, hadiah, kenaikan gaji, kenaikan pangkat/jabatan.

7. Perasaan aman untuk masa depan perlu diperhatikan

Semangat kerja pegawai akan terbina apabila mereka merasa aman dalam menghadapi masa depan dengan pekerjaan yang ditekuninya. Untuk menciptakan rasa aman perusahaan mengadakan program pensiun yang baik, maka mereka memiliki alternatif lain yaitu mewajibkan pegawai untuk menyisihkan sebagian penghasilannya untuk ditabung dalam bentuk polis asuransi.

8. Usahakan agar pegawai mempunyai loyalitas

Untuk dapat menimbulkan loyalitas pada pegawai maka pihak pimpinan harus mengusahakan agar pegawai merasa senasib dengan pegawai. Salah satu caranya yaitu dengan menimbulkan rasa memiliki para pegawai terhadap perusahaan adalah memberi gaji yang cukup, dan memenuhi kebutuhan rohani mereka.

9. Sesekali pegawai perlu diajak berunding

Mengajak pegawai berunding dalam mengambil keputusan, mereka akan memiliki rasa tanggung jawab dan semangat untuk mewujudkannya.

10. Pemberian insentif yang menyenangkan

Perusahaan hendaknya memberikan insentif dengan cara sebaik-baiknya dengan meningkatkan loyalitas pegawai, kesenangan dan prestasi kerja mereka.

11. Fasilitas yang menyenangkan

Fasilitas yang menyenangkan dengan melakukan rekreasi, cafetaria, tempat olahraga, tempat ibadah, toilet yang bersih. Dari kutipan ini dapat diketahui banyak cara-cara yang tepat untuk meningkatkan semangat kerja dan kegairahan kerja pegawai. Dan banyak pula pekerjaan yang gagal atau kurang memberikan hasil yang memuaskan karena cara-cara seperti ini kurang diperhatikan pimpinan perusahaan.

2.2. Tinjauan Empiris

Hasil penelitian Diana Sinaga tentang pengaruh komunikasi dan motivasi terhadap semangat kerja pegawai pada PT.Niaga Mandiri Lestari Medan. Maka kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji t (parsial) yang diperoleh dapat diketahui bahwa t_{hitung} untuk variabel komunikasi (X_1) = 4,949 dan motivasi (X_2) 4,231 lebih besar dari t_{tabel} 2,026. Hal ini menyatakan bahwa komunikasi dan motivasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap semangat kerja pegawai pada PT. Niaga Mandiri Lestari Medan.
2. Berdasarkan uji F (simultan) $F_{hitung} > F_{tabel} = (6,585 > 4,105)$, dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dimana α () yang telah diterapkan sebesar 5% (0,05). Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa tabel F_{hitung} signifikan dan variabel bebas yaitu komunikasi dan motivasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap semangat kerja.
3. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,462 yang berarti variabelitas variabel komunikasi dan motivasi adalah sebesar 0,462 atau 46,2% dapat mempengaruhi semangat kerja pegawai. Sedangkan sisanya sebesar 53,8% dijelaskan oleh variabel lainnya seperti iklim kerja, lingkungan kerja, gaji atau yang tidak termasuk dalam variabel model regresi penelitian ini.

Hasil penelitian Victor P Siagian tentang analisis pengaruh komunikasi dan motivasi terhadap semangat kerja pegawai kanwil I PT. Penggadaian Medan, maka:

1. Hasil regresi linier berganda variabel komunikasi dan motivasi berpengaruh positif terhadap semangat kerja pegawai. Hal ini ditunjukkan dalam persamaan sebagai berikut $Y = 7,456 + 0,228 X_1 + 0,494 X_2$, bahwa koefisien regresi variabel X_1 , X_2 bernilai positif X_1 sebesar 0,228 dan X_2 sebesar 0,494. Artinya jika semakin baik dan meningkat juga semangat kerja pegawai perusahaan.
2. Berdasarkan pengujian statistik dengan metode t, variabel komunikasi berpengaruh signifikan terhadap semangat kerja. Dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,188 > 2,010) dengan taraf signifikan < 0,05. Sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak, dan variabel motivasi berpengaruh

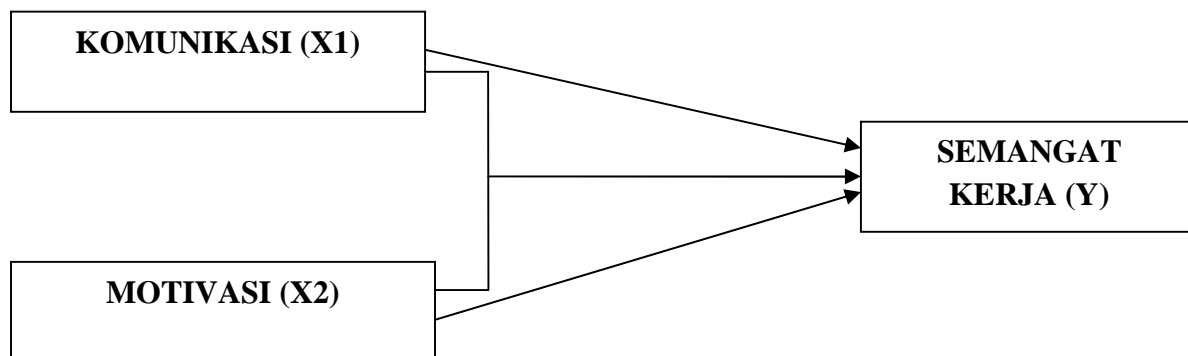
signifikan terhadap semangat kerja. Hal ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,314 >2,010) dengan taraf signifikan $<0,05$. Sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak.

3. Berdasarkan metode uji F, variabel komunikasi dan variabel motivasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap semangat kerja pegawai. Hal ini dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ (74,329 >3,187) sehingga hipotesis H_1 diterima dan H_0 ditolak.

4. Angka koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,752 yang berarti variabilitas variabel semangat kerja pegawai yang dapat dijelaskan oleh variabilitas komunikasi dan motivasi sebesar 75,2%. Sedangkan sisanya 24,8% dijelaskan variabel lainnya yang tidak termasuk dalam model regresi pada penelitian ini.

2.3. Kerangka Berpikir

Komunikasi dan motivasi yang diterapkan dengan baik dan pada suatu organisasi akan dapat meningkatkan semangat kerja pegawai yang bekerja sama pada suatu organisasi tersebut. Hal ini disebabkan karena interaksi dari pihak atasan kepada bawahan. Informasi yang memadai dapat menambah semangat kerja dan gairah pegawai dalam bekerja. Berdasarkan teori yang dikemukakan diatas, maka dapatlah dibuat skematis kerangka berpikir dalam penelitian ini, yaitu dimana variabel komunikasi dan variabel motivasi secara langsung mempengaruhi semangat kerja pegawai yang dapat ditunjukkan pada gambar 2.1 berikut:



Keterangan:

X1= Variabel Independet(Komunikasi)

X2=Variabel Independent (Motivasi)

Y=Variabel Dependent (Semangat Kerja)

4.4 Rumusan Hipotesis

Perumusan masalah merupakan unsur yang sangat penting dilakukan terlebih dahulu sebelum pada tahap pembahasan lebih lanjut. Dengan adanya perumusan masalah yang hendak dicapai, akan mempermudah mengarahkan data yang dikumpulkan sehingga penganalisisaannya dapat tearah sesuai dengan sasaran. Menurut Nazir:”Hipotesis adalah pernyataan yang diterima secara sementara sebagai suatu kebenaran sebagaimana adanya,pada saat fenomena dikenal dan merupakan dasar kerja serta panduan dalam verifikasi”.Adapun rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Ada pengaruh komunikasi terhadap semangat kerja pegawai di PT. Pos Indonesia(Persero) Regional I Medan
2. Ada pengaruh motivasi terhadap semangat kerja pegawai di PT. Pos Indonesia(Persero) Regional I Medan
3. Ada pengaruh komunikasi dan motivasi terhadap semangat kerja pegawai di PT. Pos Indonesia(Persero) Regional I Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode statistik deskriptif dan statistik induktif parametrik. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik induktif parametrik adalah tehknik statistik yang digunakan untuk menganalisa data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT.Pos Indonesia (Persero) Regional I Jalan. Prof. H.M. Yamin No.44 Medan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono yang dimaksud dengan **“populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”**.¹⁸ Peneliti populasi merupakan keseluruhan objek yang akan diteliti. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pegawai yang ada di perusahaan yang berjumlah 85 orang.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono yang dimaksud dengan **”Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”**¹⁹. Sampel yang digunakan penulis adalah sampel sensus atau sampling jenuh dimana teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

3.4 Instrumen Penelitian

Instrument adalah suatu seni kaena memerlukan banyak kesabaran dan pengalaman dalam menyusun instrumen pengumpulan data yang dipercaya dan valid. Penulis akan membuat intrumen sebagai berikut:

¹⁸ Sugiyono, **Metode Penelitian Bisnis**, Alfabeta, Bandung, 2012, hal 115.

¹⁹ Ibid, Hal 81.

- 1) Menyusun pertanyaan yang mudah dimengerti responden
- 2) Membuat jenis pertanyaan dengan tingkat pemahaman responden
- 3) Mempertimbangkan semua asumsi atau anggapan secara implisit dalam pertanyaan
- 4) Memilih pertanyaan-pertanyaan yang tepat yang akan diajukan
- 5) Menyusun instruksi secukupnya, mudah dibaca dan dapat dimengerti oleh siresponden.

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan dan hipotesis yang diajukan, maka variabel-variabel dalam penelitian ini adalah terdiri dari variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Variabel bebas yaitu komunikasi (X1) dan motivasi (X2), sedangkan variabel terikat yaitu semangat kerja (Y).

Untuk menjelaskan variabel yang sudah didentifikasi maka perlu definisi operasional dari masing- masing variabel sebagai upah pemahaman dalam penelitian. Definisi dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Komunikasi (X1) adalah perpindahan dan pemahaman makna dari satu orang kepada orang lain baik langsung maupun tidak langsung.
2. Motivasi (X2) adalah proses mempengaruhi atau mendorong dari luar terhadap seseorang atau kelompok kerja agar mereka mau melaksanakan sesuatu yang ditetapkan.
3. Semangat kerja (Y) adalah pegawai yang menunjukkan sejauh mana pegawai bergairah dalam melakukan tugas dan tanggung jawabnya di dalam perusahaan.

Tabel 3.1

Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Komunikasi (X1)	Menurut Stephen P. Robbins	• Pengirim	

	<p>menyatakan bahwa : Komunikasi (X1) adalah perpindahan dan pemahaman makna dari satu orang kepada orang lain baik langsung maupun tidak langsung.</p>	<p>(<i>sender</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penyandian atau kode. (<i>Encoding</i>) • Pesan (<i>Message</i>) • Saluran/ Media (<i>Channel</i>) • Penerima (<i>Receiver</i>) • Penafsiran (<i>Decoding</i>) • Umpan balik (<i>feedback</i>) • Gangguan (<i>Noise</i>) <p>(sumber :Stephen P.Robbins)</p>	<p><i>Likert</i></p>
<p>Motivasi (X2)</p>	<p>Menurut Sadili Samsudin“Motivasi (X2) adalah proses mempengaruhi atau mendorong dari luar terhadap seseorang atau kelompok kerja agar mereka mau melaksanakan sesuatu yang ditetapkan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kebutuhan fisiologis • Kebutuhan rasa akan aman • Kebutuhan untuk dicintai • Kebutuhan untuk dihargai • Kebutuhan aktualisasai 	<p><i>Likert</i></p>
<p>Semangat kerja (Y)</p>	<p>Menurut Nitisemito mengatakan bahwa Semangat kerja (Y) adalah melakukan pekerjaan secara lebih giat, sehingga dengan demikian pekerjaan akan diharapkan lebih cepat dan lebih baik.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat absensi yang tinggi • Labourn turn over/ tingkat perputaran pegawai yang tinggi • Turun rendahnya produktivitas kerja • Tingkat kerusakan yang tinggi /meningkat • Pemogokan • Kegelisahaan dimana 	<p><i>Likert</i></p>

		–mana • Tuntutan yang sering terjadi	
--	--	---	--

3.5 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert sebagai alat mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan diuji pada setiap jawaban akan diberikan skor. Adapun skor dari setiap pertanyaan yang ditentukan sebagai berikut:

Tabel 3.2

Skala Pengukuran

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6 Metode Analisis

3.6.1 Metode Analisis Regresi Lininer Berganda

Teknik analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turun) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai vektor prediktor dimanipulasi (dinaikkan/turunkan nilainya), dengan rumus :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Keterangan :

Y	= Semangat Kerja
a	= Konstanta
b ₁	=Koefisien regresi Komunikasi
b ₂	= koefisien regresi Motivasi
X ₁	=Komunikasi
X ₂	= Motivasi

3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

a) Validitas

Berikut ini akan ditampilkan kriteria pengujian dan prosedur SPSS dalam menguji validitas instrumen penelitian. Kriteria Pengujian:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan sig.0,05) atau jika nilai sig (two tailed) $< 0,05$, maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi secara signifikan terhadap skor total (instrumen dinyatakan valid)
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,05) atau nilai sig (two- tailed) > 0.05 maka instrumen dinyatakan tidak valid

b) Uji Reliabilitas

Tujuan pengujian realibilitas adalah untuk melihat apakah instrument penelitian merupakan instrument yang handal dan dapat dipercaya. Jika variabel penelitian menggunakan instrument yang handal dan dapat dipercaya maka hasil penelitian juga dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Adapun kriteria dari pengujian realibilitas adalah:

- a) Jika koefisien realibilitas > 0.6 , maka instrument yang di uji tersebut RELIABEL
- b) Jika koefisien reabilitas < 0.6 , maka instrument yang di uji tersebut TIDAK RELIABEL

3.6.3 Uji Asumsi Klasik Regresi Berganda

Uji asumsi klasik regresi berganda bertujuan untuk menganalisis apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian adalah model terbaik. Jika model adalah model yang baik, maka data yang dianalisis layak untuk dijadikan sebagai rekomendasi untuk pengetahuan atau tujuan pemecahan masalah praktis. Uji asumsi klasik digunakan untuk mendeteksi kemungkinan pelanggaran asumsi yang diperlukan dalam data yang sedang dianalisis, maka akan dilakukan uji penyimpangan asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas data, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen nya memiliki distribusi normal atau tidak. Kriteria untuk menentukan normal atau tidak nya data, maka dapat dilihat dari probabilitasnya. Dengan asumsi jika signifikansi $>$ dari 0,05 disimpulkan bahwa data yang di uji berdistribusi normal.

Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot. Pada grafik normal plot, dengan asumsi:

- Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi uji asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah bentuk untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Alat statistic yang sering digunakan untuk menguji gangguan multikolinearitas adalah dengan variance inflation factor (VIF) dan Tolerance.

- Melihat nilai VIF
 - a. Jika nilai $VIF < 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.

- b. Jika nilai VIF $> 10,00$ maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
- Melihat nilai Tolerance
 - a. Jika nilai tolerance $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
 - b. Jika nilai tolerance $< 0,10$ maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.

3. Uji Heterokedasitas

Uji heteroskedastisitas pada dasarnya bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan yang lain, jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedasitas dan jika berbeda disebut Heteroskedasitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi Heteroskedastisitas. Pengambilan keputusan merupakan dasar dari menentukan sebuah kesimpulan, dasar pengambilan keputusan pada uji Heteroskedastisitas yakni:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ kesimpulannya adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ kesimpulannya adalah terjadi heteroskedastisitas.

3.6.4 Uji Hipotesis

a. Uji t (uji parsial)

Uji t dimaksud untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas (komunikasi dan motivasi) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terkait (semangat kerja pegawai). Pengujian hipotesis t dalam penelitian ini menggunakan aplikasi *Software SPSS 19.0 For Windows*. Dari hasil perhitungan tersebut, maka diperoleh nilai t_{hitung} dan

kemudian akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . Dimana pada t_{tabel} (df)=n-k dan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$, dengan :

n = Jumlah Sampel

k = Jumlah Variabel

Keputusan pengujian t_{hitung} adalah sebagai berikut:

1. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima
2. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_1 diterima

Maka secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

H_0 : Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (komunikasi dan motivasi) dengan variabel terkait (semngat kerja pegawai).

H_1 : Secara persial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (komunikasi dan motivasi) dengan variabel terkait (semngat kerja pegawai).

b. Uji Simultan (Uji- F)

Uji Simultan (Uji- F) merupakan uji untuk mengetahui secara bersama-sama variabel bebas (komunikasi dan motivasi) berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (semngat kerja pegawai). Pengujian hipotesis F dalam penelitian ini menggunakan aplikasi *Software SPSS 19.0 For Windows*. Dari hasil perhitungan tersebut, maka F_{hitung} dan kemudian akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} . Dimana F_{tabel} berdasarkan $df_1=(k-1)$ dan $df_2 =(n-k-1)$ pada tabel uji F, dengan:

n = Jumlah Sampel

k = Jumlah Variabel

Kriteria pengujian F hitung adalah sebagai berikut:

H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_1 diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Maka secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

H_0 : Secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (komunikasi dan motivasi) dengan variabel terkait (semangat kerja pegawai).

H_1 : Secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (komunikasi dan motivasi) dengan variabel terkait (semangat kerja pegawai).

c. Koefisien Korelasi (R)

Analisis korelasi digunakan untuk menjelaskan kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel. Korelasi bersifat unidirectional yang artinya tidak ada yang ditempatkan sebagai predictor dan respon.

Angka korelasi berkisar antara -1 s/d +1. Semakin mendekati 1 maka semakin korelasi semakin mendekati sempurna. Sementara nilai negative dan positif mengindikasikan arah hubungan. Arah hubungan yang positif yang positif menandakan bahwa pola hubungan searah atau semakin tinggi X menyebabkan kenaikan Y. Interpretasi angka korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Product Moment

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80- 1.00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis (2008)

Korelasi yang akan digunakan adalah korelasi Pearson yaitu koefisien korelasi (R) biasa digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variable. Korelasi Pearson ini mensyaratkan data berdistribusi normal dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2 - \sum X^2)(n \sum Y^2 - \sum Y^2)}}$$

Dimana:

r : Pearson r correlation coefficient

N : Jumlah sampel

d. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi berguna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (komunikasi dan motivasi) terhadap variabel terkait (semangat kerja pegawai). Jika R² semakin mendekati satu maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait mempunyai pengaruh yang besar. Sebaliknya jika R² mendekati nol maka pengaruh variabel bebas terhadap

variabel terkait mempunyai pengaruh yang kecil. Pengujian determinasi dalam penelitian ini menggunakan aplikasi *Software SPSS 19.0 For Windows* .