

**PENGARUH KOMUNIKASI YANG EFEKTIF DALAM MENINGKATKAN  
KINERJA KARYAWAN MARKETING PADA PT SUMBER FAJAR INTI  
ABADI DI PONTIANAK**

**Andy Hirono**

Program Studi Manajemen STIE Widya Dharma Pontianak

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh komunikasi yang efektif dalam meningkatkan kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, kuesioner dan dokumenter. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah seluruh karyawan *marketing* PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak yang berjumlah 55 orang pada tahun 2016. Sampel yang diambil berjumlah 50 orang karyawan bagian *marketing* yang sudah bekerja lebih satu tahun. Analisis data yang digunakan adalah metode analisis kuantitatif. Hasil penelitian bahwa kejelasan ( $X_1$ ), ketepatan ( $X_2$ ), konteks ( $X_3$ ), alur ( $X_4$ ) dan budaya ( $X_5$ ) secara parsial berpengaruh signifikan dalam meningkatnya kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak. Berdasarkan hasil uji F secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap meningkatnya kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak.

**Kata kunci: Komunikasi efektif dan Kinerja**

**PENDAHULUAN**

PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang distributor. Mendistributorkan barang makanan dan minuman ke grosir, mini market, supermarket, dan pedagang kaki lima di jalanan ataupun kios-kios. Untuk menciptakan peningkatan produktifitas dan kinerja perusahaan, maka karyawan bagian marketinglah yang harus bertanggungjawab akan hal ini.

Sumber daya manusia merupakan faktor penting bagi setiap organisasi, sebab tanpa sumber daya manusia tujuan dan sasaran organisasi tidak akan tercapai sesuai yang direncanakan. Komunikasi yang baik di sebuah organisasi berusaha menjalin pengertian antara pihak perusahaan dengan para karyawan. Tanpa adanya komunikasi yang baik, maka dalam pekerjaan akan terjadi simpangsiur dan kacau balau, sehingga tujuan perusahaan tidak akan tercapai. Komunikasi merupakan salah satu fokus yang menarik untuk dibahas dalam industri komunikasi dan organisasi, hal ini disebabkan oleh banyaknya gejala kinerja karyawan yang negatif yang muncul pada organisasi terutama dalam hubungan *internalnya*, seperti misalnya miskomunikasi, suasana kerja yang hambar, bolos kerja, rasa tidak bergairah dalam bekerja dan ketidaksetiakawanan terhadap perusahaan. Hasil penelitian Agus Syaiful Amrhy (2014) dan Dimas Okta

Ardiansyah (2013) serta Agung Dwi Setiawan (2016) menunjukkan komunikasi yang efektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja. Mengacu dari penelitian terdahulu, hasil komunikasi terhadap kinerja karyawan serta berdasarkan pemaparan sebelumnya, maka permasalahan ini dianggap menarik untuk diangkat dan dikaji lebih dalam lagi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh komunikasi yang efektif dalam meningkatkan kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak.

### KAJIAN TEORITIS

Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) berusaha untuk mendayagunakan manusia sebagai tenaga secara manusiawi, agar potensi fisik dan psikis yang dimilikinya berfungsi maksimal bagi pencapaian tujuan organisasi Manajemen sumber daya manusia menjadi hal penting dalam organisasi.

Menurut Gomes (2003: 1-2):

“Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu sumber daya yang terdapat dalam organisasi, meliputi semua orang yang melakukan aktivitas. Secara umum, sumber daya yang terdapat dalam suatu organisasi bisa dikelompokkan atas dua macam, yakni: Sumber daya manusia (*human resource*), dan Sumber Daya Non-manusia (*non-human resources*). Yang termasuk dalam kelompok sumber daya *non-manusia* ini antara lain modal, mesin, teknologi, bahan-bahan (*material*) dan lain-lainnya”.

Dari definisi diatas Manajemen Sumber Daya Manusia adalah pemanfaatan sejumlah individu yang harus melibatkan diri mereka untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya manusia adalah elemen terpenting yang harus diperhatikan oleh suatu organisasi atau perusahaan karena sumber daya manusia adalah pelaku yang akan menjalankan segala perencanaan yang dirancang oleh suatu organisasi atau perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Menurut Robbin dan Coulter (2010: 77): “Komunikasi adalah perpindahan dan pemahaman makna”. Dari pengertian-pengertian komunikasi menurut beberapa ahli tersebut, penulis menyimpulkan bahwa komunikasi adalah upaya yang sistematis dalam penyampaian informasi yang meliputi pemisahan dan pemilihan lambang secara kognitif dengan tujuan pembentukan pendapat dan sikap yang sama dengan yang dimaksud sumber.

Menurut Umam (2012: 229):

“Komunikasi yang efektif dapat diartikan sebagai penerimaan pesan oleh komunikan atau *receiver* sesuai dengan pesan yang dikirim oleh *sender* atau komunikator, kemudian *receiver* atau komunikan memberikan respons yang positif sesuai dengan yang diharapkan. Jadi, komunikasi efektif itu terjadi apabila terdapat aliran informasi dua arah antara komunikator dan komunikan dan informasi tersebut sama-sama direspons sesuai dengan harapan kedua pelaku komunikasi tersebut (komunikator dan komunikan)”.

Menurut Umam (2010: 229-230) ada lima aspek yang harus dipahami dalam membangun komunikasi yang efektif:

1. Kejelasan (*clarity*)  
Bahasa maupun informasi yang disampaikan harus jelas.
2. Ketepatan (*accuracy*)  
Bahasa dan informasi yang disampaikan harus betul-betul akurat alias tepat. Bahasa yang digunakan harus sesuai dan informasi yang disampaikan pun harus benar. Benar artinya sesuai dengan apa yang ingin disampaikan. Bisa saja informasi yang ingin kita sampaikan belum tentu kebenarannya, tetapi apa yang kita sampaikan benar-benar seperti yang kita ketahui. Inilah yang dimaksud akurasi.
3. Konteks (*contex*)  
Bahasa dan informasi yang disampaikan harus sesuai dengan keadaan dan lingkungan komunikasi itu terjadi. Bisa saja kita menggunakan bahasa dan informasi yang jelas dan tepat tetapi karena konteksnya tidak tepat, reaksi yang kita peroleh tidak sesuai dengan yang kita harapkan.
4. Alur (*flow*)  
Keruntutan alur bahasa dan informasi sangat berarti dalam menjalin komunikasi yang efektif.
5. Budaya (*culture*)  
Aspek ini tidak saja menyangkut bahasa dan informasi, tetapi juga tata krama atau etika.

Maksud kejelasan dari pengertian di atas bahwa dalam komunikasi harus memperhatikan kejelasan bahasa yang digunakan, bahasa harus mudah difahami, sesuai dengan budaya, sesuai dengan situasi keadaan lingkungan di mana komunikasi sedang berlangsung. Dari pemahaman ini kita bawa dalam dunia kerja, agar hasil kerja efektif maka perlu juga dalam proses pembelajaran dalam berbahasa jangan hanya terpaku pada satu bahasa tertentu saja. Di samping berkesan monoton, kaku, dan akhirnya menimbulkan kebosanan dari komunikan (dalam hal ini adalah para bawahan yakni karyawan), akibatnya tujuan yang dibicarakan tidak tercapai atau kurang maksimal hanya karena bahasa yang digunakan tidak dimengerti oleh salah satu pihak. Bahasa menunjukkan bangsa” artinya bahasa dapat menjadi ciri atau identitas suatu bangsa.

Berbicara identitas berarti berbicara harga diri atau kebanggaan. Dengan memahami bahasa orang lain berarti berusaha menghargai orang lain. Tetapi memahami bahasa di sini tidak harus memahami semua bahasa yang dipakai oleh mitra bicara kita. Istimewa sekali walaupun memang demikian yang lebih penting adalah memahami gaya orang lain berbahasa (bukan gaya bahasa). Bahasa anak muda dengan sesamanya, bahasa orang terminal, bahasa kantor, bahasa pedagang, bahasa politisi, tentu semuanya ada perbedaan.

Ketepatan komunikasi menunjukkan kepada kemampuan orang untuk mereproduksi atau menciptakan suatu pesan dengan tepat. Dalam komunikasi, istilah ketepatan di gunakan untuk menguraikan tingkat persesuaian di antara pesan yang di ciptakan oleh pengirim dan reproduksi penerima mengenai pesan tersebut. Atau dengan kata lain tingkat penyesuaian arti pesan yang di maksudkan oleh si pengirim dengan arti yang diinterpretasi oleh si penerima. Konteks di sini berarti keadaan atau lingkungan pada saat berkomunikasi. Sehingga bahasa yang digunakan harus sesuai dengan situasi yang sedang terjadi. Sebagai contoh mengirim bunga kepada orang yang berulang tahun atau kepada orang yang kita kasihi, akan berbeda maknanya bila disampaikan kepada orang yang sedang berduka. Bahkan jenis bunga yang disampaikan pun akan membawa pesan atau kesan tersendiri. Bahasa dan informasi yang akan disajikan harus disusun dengan alur atau sistematika yang jelas, sehingga pihak yang menerima informasi cepat tanggap. Susunan alur bahasa dan informasi sangat berarti dalam menjalin komunikasi yang efektif karena tidak menimbulkan kebingungan.

Kultur atau budaya, habit atau kebiasaan orang atau masyarakat juga perlu diperhatikan dalam berkomunikasi. Orang Jawa atau Sunda pada umumnya dikenal dengan kelembutannya dalam bertutur kata. Kegemulaian bertutur ini akan sangat baik bila diimbangi dengan cara serupa. Tentu tidak berarti mutlak. Maksudnya, bukan berarti orang non Jawa atau non Sunda mutlak harus seperti bertuturnya orang Jawa atau Sunda, meskipun kalau memang bisa itu lebih baik. Begitu juga orang Batak yang bertutur dengan nada tinggi. Perimbangan di sini dimaksudkan bukan untuk harus mutlak menyerupai kultur yang ada tetapi terjadinya pengertian dan penyesuaian gaya komunikasi yang terjadi.

Kinerja karyawan merupakan hal yang sangat penting untuk itu berbagai usaha dilakukan untuk meningkatkannya. kinerja setiap orang tidak sama hasilnya, hal ini

disebabkan adanya perbedaan kemampuan dan kemauan untuk melaksanakan pekerjaan. Menurut Mangkunegara (2006: 15): “Kinerja individu adalah hasil kerja karyawan baik dari segi kualitas kuantitas berdasarkan standar kerja yang telah ditentukan.

Sedangkan menurut Cherington dalam Umam (2010: 188):

“Kinerja menunjang pencapaian target kerja yang berkaitan dengan kualitas, kuantitas dan waktu. Pencapaian kinerja tersebut dipengaruhi oleh kecakapan dan waktu. Kinerja yang optimal akan terwujud bilamana organisasi dapat memilih karyawan yang memiliki motivasi dan kecakapan yang sesuai dengan pekerjaannya serta memiliki kondisi yang memungkinkan mereka agar bekerja secara maksimal”.

Menurut Ruliana (2014: 144): “Unsur-unsur penting kinerja pekerjaan yakni:

1. Tugas fungsional berkaitan dengan seberapa baik seorang karyawan menyelesaikan seluk beluk pekerjaan, termasuk terutama penyelesaian aspek-aspek teknis pekerjaan tersebut.
2. Tugas perilaku berkaitan dengan seberapa baik karyawan menangani kegiatan antar personal dengan anggota lain organisasi, termasuk mengatasi konflik, mengelola waktu, memberdayakan orang lain, bekerja dalam sebuah kelompok dan bekerja secara mandiri.

Komunikasi dapat memengaruhi kinerja yang dihasilkan seorang karyawan karena komunikasi yang baik dari seorang karyawan membuatnya mampu berinteraksi dan berkomunikasi baik secara horizontal yaitu dengan rekan sekerja maupun secara vertikal yaitu dengan atasannya. Ini dapat dijadikan sebagai alat bagi karyawan tersebut untuk meningkatkan kualitas pekerjaan yang dimiliki karyawan tersebut. Segala sesuatu yang dikomunikasikan dengan baik akan menghasilkan kondisi yang baik.

Adapun yang menjadi landasan empiris dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Penelitian Agus Syaiful Amrhy (2014) yang berjudul: Pengaruh Komunikasi yang Efektif, Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Semarang). Tujuan penelitian ini: (1) untuk mengetahui pengaruh antara komunikasi yang efektif terhadap kinerja karyawan PT Bank BTPN area Semarang. (2) Untuk mengetahui pengaruh antara motivasi kerja terhadap kinerja karyawan PT Bank BTPN area Semarang. (3) Untuk mengetahui pengaruh antara disiplin kerja terhadap kinerja karyawan

PT Bank BTPN area Semarang. (4) untuk mengetahui pengaruh antara komunikasi yang efektif, Motivasi kerja dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan PT Bank BTPN area Semarang. Berdasarkan hasil uji memperlihatkan bahwa variabel Komunikasi yang efektif ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja (Y). Berdasarkan hasil uji variabel Motivasi ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kinerja (Y) dengan nilai koefisien. Berdasarkan hasil uji memperlihatkan bahwa variabel Disiplin kerja ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja (Y) dengan nilai koefisien. Berdasarkan Hasil uji F memperlihatkan bahwa semua variabel independent yakni Komunikasi yang efektif ( $X_1$ ), Motivasi kerja ( $X_2$ ) dan Disiplin Kerja ( $X_3$ ) secara bersama – sama mempengaruhi Kinerja ( Y ) secara positif dan signifikan.

Penelitian Dimas Okta Ardiansyah (2013) yang berjudul : Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Dimediasi Oleh Kepuasan Kerja (*Studi Pada Bagian Produksi Pabrik Kertas PT. Setia Kawan Makmur Sejahtera Tulungagung*). Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan. (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh komunikasi terhadap kinerja karyawan. (3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan. (4) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan kerja karyawan memidiasi komunikasi dan kinerja karyawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi terhadap kepuasan kerja, komunikasi terhadap kinerja, kepuasan kerja terhadap kinerja, dan Peran mediasi kepuasan kerja terhadap komunikasi dan kinerja karyawan mempunyai pengaruh positif dan signifikan.

Penelitian Agung Dwi Setiawan (2016) yang berjudul: Pengaruh Komunikasi terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Karya Subur Teknik Utama di Kota Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi internal dan eksternal terhadap kinerja karyawan PT. Karya Subur Teknik Utama, dan untuk menganalisis diantara bentuk dimensi komunikasi yang lebih dominan berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT. Karya Subur Teknik Utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang diterapkan berupa

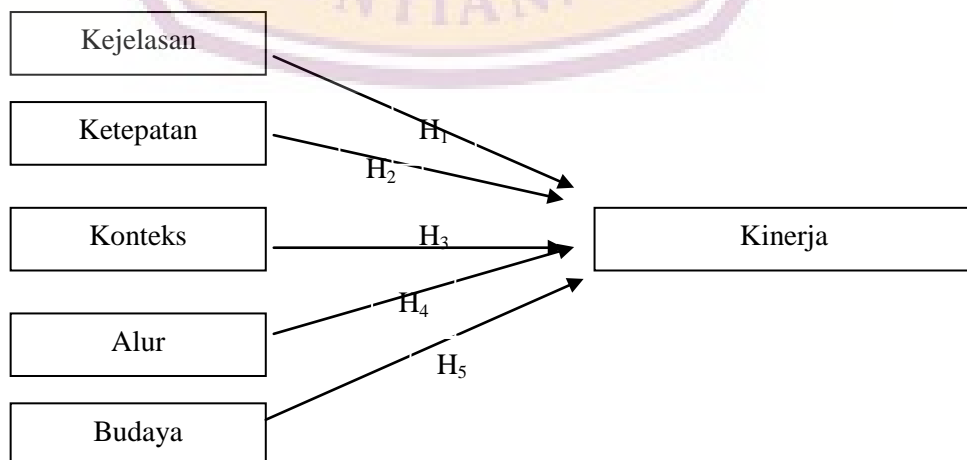
komunikasi internal dan eksternal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan PT. Karya Subur Teknik Utama.

Hipotesis adalah dugaan atau kesimpulan sementara terhadap suatu permasalahan yang diajukan masih harus diuji dan dibuktikan kebenarannya. Menurut Sugiyono (2013:63): “Perumusan hipotesis penelitian merupakan langkah ketiga dalam penelitian, setelah peneliti mengemukakan landasan teori dan kerangka berpikir”.

- H<sub>1</sub>: Ada pengaruh yang signifikan antara kejelasan dalam meningkatkan kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak.
- H<sub>2</sub>: Ada pengaruh yang signifikan antara ketepatan dalam meningkatkan kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak.
- H<sub>3</sub>: Ada pengaruh yang signifikan antara konteks dalam meningkatkan kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak.
- H<sub>4</sub>: Ada pengaruh yang signifikan antara alur dalam meningkatkan kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak.
- H<sub>5</sub>: Ada pengaruh yang signifikan antara budaya dalam meningkatkan kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak.
- H<sub>6</sub>: Ada pengaruh yang signifikan antara kejelasan, ketepatan, konteks, alur dan budaya secara simultan dalam meningkatkan kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak.

Adapun yang menjadi model konseptual dalam penelitian adalah:

**GAMBAR 1  
MODEL KONSEPTUAL**



Sumber; Data olahan, 2016

## METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penulisan adalah menggunakan metode deskriptif. Metode pengumpulan data dengan menggunakan wawancara, kuesioner, dan studi dokumenter. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan *marketing* PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak yang berjumlah 55 orang pada tahun 2016. Sampel yang diambil adalah sebanyak 50 orang responden yaitu karyawan *marketing* yang sudah bekerja lebih dari 1 tahun pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak. Teknik pengumpulan sampel adalah Teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis kuantitatif dengan skala likert dianalisis menggunakan regresi berganda untuk uji t dan uji F..

## PEMBAHASAN

Karakteristik umur dalam penelitian ini adalah sebagian besar responden yakni sebanyak 39 orang responden atau 78,00 persen adalah perempuan, sebanyak 22 orang responden atau 44,00 persen berada pada kelompok umur antara 20-25 tahun, sebagian besar responden yakni sebanyak 46 orang responden atau 92,00 persen tamatan tingkat pendidikan SLTA, sebanyak 34 orang responden atau 68,00 persen masa kerjanya tiga sampai dengan empat tahun dan sebagian besar responden sebanyak 30 orang responden atau 60,00 persen belum kawin.

Adapun hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini

**Tabel 1**  
**Uji Validitas**

Variabel	Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Komunikasi Efektif (X)	Kejelasan01	0,678	0,30	Valid
	Kejelasan02	0,479	0,30	Valid
	Kejelasan03	0,650	0,30	Valid
	Kejelasan04	0,492	0,30	Valid
	Ketepatan01	0,700	0,30	Valid
	Ketepatan02	0,450	0,30	Valid
	Ketepatan03	0,451	0,30	Valid
	Ketepatan04	0,487	0,30	Valid
	Konteks01	0,647	0,30	Valid
	Konteks02	0,580	0,30	Valid
	Konteks03	0,574	0,30	Valid
	Konteks04	0,625	0,30	Valid
	Alur01	0,680	0,30	Valid
	Alur02	0,608	0,30	Valid
	Alur03	0,470	0,30	Valid
	Alur04	0,623	0,30	Valid
	Budaya01	0,665	0,30	Valid
	Budaya02	0,664	0,30	Valid



Kinerja karyawan marketing (Y)	Budaya03	0,613	0,30	Valid
	Budaya04	0,664	0,30	Valid
	Kinerja01	0,709	0,30	Valid
	Kinerja02	0,306	0,30	Valid
	Kinerja03	0,507	0,30	Valid
	kinerja04	0,572	0,30	Valid
	Kinerja05	0,660	0,30	Valid
	Kinerja06	0,576	0,30	Valid
	Kinerja07	0,485	0,30	Valid
Kinerja08	0,592	0,30	Valid	

Sumber: Data Olahan, 2016

Tabel uji validitas memperlihatkan nilai  $r$  hitung setiap item variabel komunikasi efektif dan kinerja karyawan dinyatakan valid karena lebih besar dari 0,30 dan bisa dipergunakan sebagai alat ukur masing-masing variabel.

Untuk menguji reliabilitas pada pertanyaan dalam variabel komunikasi efektif dan kinerja karyawan *marketing* dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Alpha Cronbach	Standar Reliabilitas	Keterangan
Komunikasi efektif	0,923	0,60	Reliabel
Kinerja karyawan marketing	0,824	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan, 2016

Tabel 2 di atas menjelaskan bahwa nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) semua variabel lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa atau kuisioner yang digunakan variabel komunikasi efektif dan kinerja karyawan *marketing* semuanya dinyatakan dapat *reliable* atau dipercaya sebagai alat ukur variabel.

Untuk persamaan regresi variabel komunikasi efektif terhadap kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak, yang diambil dari hasil pengolahan data dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini:

**Tabel 3**  
**Hasil Estimasi Regresi Linier**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.263	.130		2.029	.049
Kejelasan	.198	.056	.207	3.567	.001
Ketepatan	.365	.070	.343	5.232	.000
Konteks	.157	.068	.148	2.312	.026
Alur	.243	.094	.221	2.586	.013
Budaya	.124	.043	.152	2.899	.006

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber : Data Olahan dengan SPSS 17 Tahun 2016 (lampiran)

Berdasarkan Tabel 3.37 di atas dapat diketahui persamaan regresinya sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 0,263 + 0,198X_1 + 0,365X_2 + 0,157X_3 + 0,243X_4 + 0,124X_5$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka dapat dijelaskan hubungannya sebagai berikut:

- 1) Konstanta regresi ( $a$ ) = 0,263, artinya jika variabel kejelasan ( $X_1$ ), ketepatan ( $X_2$ ), konteks ( $X_3$ ), alur ( $X_4$ ) dan budaya ( $X_5$ ) sama dengan 0 maka kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak akan sebesar 0,263.
- 2) Koefisien regresi variabel kejelasan ( $X_1$ ) = 0,198, artinya jika nilai kejelasan ( $X_1$ ) meningkat satu satuan sementara nilai-nilai yang lain tetap maka kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak akan meningkat sebesar 0,198 satuan.
- 3) Koefisien regresi variabel ketepatan ( $X_2$ ) = 0,365, artinya jika nilai ketepatan ( $X_2$ ) meningkat satu satuan sementara nilai-nilai yang lain tetap maka kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak akan meningkat sebesar 0,365 satuan.
- 4) Koefisien regresi variabel konteks ( $X_3$ ) = 0,157, artinya jika nilai konteks ( $X_3$ ) meningkat satu satuan sementara nilai-nilai yang lain tetap maka kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak akan meningkat sebesar 0,157 satuan.
- 5) Koefisien regresi variabel alur ( $X_4$ ) = 0,243, artinya jika nilai alur ( $X_4$ ) meningkat satu satuan sementara nilai-nilai yang lain tetap maka kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak akan meningkat sebesar 0,243 satuan.
- 6) Koefisien regresi variabel budaya ( $X_5$ ) = 0,124, artinya jika nilai budaya ( $X_5$ ) meningkat satu satuan sementara nilai-nilai yang lain tetap maka kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak akan meningkat sebesar 0,124 satuan.

Adapun untuk mencari pengaruh secara parsial pada variabel X dan variabel Y maka cara pengujiannya adalah dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dengan kriteria keputusan jika t hitung > t tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Sebaliknya, jika  $t$  hitung  $\leq t$  tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Nilai  $t$  hitung dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3:

**Tabel 3**  
**Nilai T Hitung Hasil Estimasi Regresi**

Variabel	t	Sig.	Keputusan
Kejelasan ( $X_1$ ) → Kinerja (Y)	3,567	0,001	Signifikan
Ketepatan ( $X_2$ ) → Kinerja (Y)	5,232	0,000	Signifikan
Konteks ( $X_3$ ) → Kinerja (Y)	2,312	0,026	Signifikan
Alur ( $X_4$ ) → Kinerja (Y)	2,586	0,013	Signifikan
Budaya ( $X_5$ ) → Kinerja (Y)	2,899	0,006	Signifikan

Sumber : Data Olahan dengan SPSS 17 Tahun 2016 (lampiran)

Hasil dari pengujian regresi menunjukkan kejelasan ( $X_1$ ) secara parsial (individu) mempengaruhi meningkatnya kinerja karyawan marketing pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak dapat dilihat pada nilai  $t$  hitung = 3,567 dan nilai  $t$  tabel dengan derajat kebebasan ( $dk$ ) =  $n-2=50-2 = 48$  dan  $\alpha = 0,05$  adalah sebesar  $\pm 2,01063$  dibulatkan 2,010 (pada tabel distribusit  $t$ ). Kesimpulannya:  $t$  hitung  $>$  tabel (3,567  $>$  2,010), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, kejelasan ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan dalam meningkatnya kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak. Hal ini juga terlihat dari tingkat signifikansi variabel kejelasan ( $X_1$ ) sebesar 0,001 yang lebih kecil dari pada 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ).

Hasil dari pengujian regresi menunjukkan ketepatan ( $X_2$ ) secara parsial (individu) mempengaruhi meningkatnya kinerja karyawan marketing pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak dapat dilihat pada nilai  $t$  hitung = 5,232 dan nilai  $t$  tabel dengan derajat kebebasan ( $dk$ ) =  $n-2=50-2 = 48$  dan  $\alpha = 0,05$  adalah sebesar  $\pm 2,01063$  dibulatkan 2,010 (pada tabel distribusit  $t$ ). Kesimpulannya:  $t$  hitung  $>$  tabel (5,232  $>$  2,010), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, ketepatan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan dalam meningkatnya kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak. Hal ini juga terlihat dari tingkat signifikansi variabel ketepatan ( $X_2$ ) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari pada 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).

Hasil dari pengujian regresi menunjukkan konteks ( $X_3$ ) secara parsial (individu) mempengaruhi meningkatnya kinerja karyawan marketing pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak dapat dilihat pada nilai  $t$  hitung = 3,312

dan nilai  $t$  tabel dengan derajat kebebasan ( $dk$ ) =  $n-2=50-2 = 48$  dan  $\alpha = 0,05$  adalah sebesar  $\pm 2,01063$  dibulatkan 2,010 (pada tabel distribusit  $t$ ). Kesimpulannya:  $t$  hitung  $>$  tabel ( $2,312 > 2,010$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, konteks ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh signifikan dalam meningkatnya kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak. Hal ini juga terlihat dari tingkat signifikansi variabel konteks ( $X_3$ ) sebesar 0,026 yang lebih kecil dari pada 0,05 ( $0,026 < 0,05$ ).

Hasil dari pengujian regresi menunjukkan alur ( $X_4$ ) secara parsial (individu) mempengaruhi meningkatnya kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak dapat dilihat pada nilai  $t$  hitung = 5,586 dan nilai  $t$  tabel dengan derajat kebebasan ( $dk$ ) =  $n-2=50-2 = 48$  dan  $\alpha = 0,05$  adalah sebesar  $\pm 2,01063$  dibulatkan 2,010 (pada tabel distribusit  $t$ ). Kesimpulannya:  $t$  hitung  $>$  tabel ( $2,586 > 2,010$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, alur ( $X_4$ ) secara parsial berpengaruh signifikan dalam meningkatnya kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak. Hal ini juga terlihat dari tingkat signifikansi variabel alur ( $X_4$ ) sebesar 0,013 yang lebih kecil dari pada 0,05 ( $0,013 < 0,05$ ).

Hasil dari pengujian regresi menunjukkan budaya ( $X_5$ ) secara parsial (individu) mempengaruhi meningkatnya kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak dapat dilihat pada nilai  $t$  hitung = 2,889 dan nilai  $t$  tabel dengan derajat kebebasan ( $dk$ ) =  $n-2=50-2 = 48$  dan  $\alpha = 0,05$  adalah sebesar  $\pm 2,01063$  dibulatkan 2,010 (pada tabel distribusit  $t$ ). Kesimpulannya:  $t$  hitung  $>$  tabel ( $2,899 > 2,010$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, budaya ( $X_5$ ) secara parsial berpengaruh signifikan dalam meningkatnya kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak. Hal ini juga terlihat dari tingkat signifikansi variabel budaya ( $X_5$ ) sebesar 0,006 yang lebih kecil dari pada 0,05 ( $0,006 < 0,05$ ).

Uji Model (Uji F) untuk melihat pengaruh variabel X terhadap variabel terikatnya/*dependent*. Bisa juga dikatakan bahwa uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Sedangkan untuk mencari nilai F tabel dapat dicari dengan menggunakan tingkat

signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05; derajat kebebasan (dk) pembilang = m; dan derajat kebebasan (dk) penyebut = n-k-1

Kriteria penerimaan atau penolakan  $H_0$  pada tingkat kepercayaan 95% (tingkat kesalahan 5%), yaitu sebagai berikut :  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima bila, jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ : Ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y sedangkan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak bila, jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ : Tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

Nilai  $F_{hitung}$  hasil estimasi regresi adalah sebagai berikut:

**Tabel 4**  
**Nilai F Hitung Hasil Estimasi**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.143	5	2.029	222.558	.000 <sup>a</sup>
	Residual	.401	44	.009		
	Total	10.544	49			

a. Predictors: (Constant), Budaya, Konteks, Kejelasan, Ketepatan, Alur

b. Dependent Variable: Kinerja

Sumber : Data Olahan dengan SPSS 17 Tahun 2016 (lampiran)

Diketahui  $F_{tabel}$  dengan dk pembilang = m = 5; dk penyebut = n-m-1 = 50-5-1= 44 dan  $\alpha = 0,05$  dan nilai yang diperoleh dari tabel F ini sebesar 2,43.

Kesimpulan:  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( 222,558 > 2,43), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  di terima. Bisa juga dilihat probabilitasnya yakni  $0,000 < 0,05$ , berarti komunikasi efektif yang terdiri dari kejelasan ( $X_1$ ), ketepatan ( $X_2$ ), konteks ( $X_3$ ), alur ( $X_4$ ) dan budaya ( $X_5$ ), secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap meningkatnya kinerja karyawan marketing pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak.

## PENUTUP

Dari hasil penelitian yang telah diperoleh, penulis menarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut: Kejelasan ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan dalam meningkatnya kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak. Hal ini terlihat dari tingkat signifikansi variabel kejelasan ( $X_1$ ) sebesar 0,001 yang lebih kecil dari pada 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ). Ketepatan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan dalam meningkatnya kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak. Hal ini terlihat dari

tingkat signifikansi variabel ketepatan ( $X_2$ ) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari pada 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Konteks ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh signifikan dalam meningkatnya kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak. Hal ini terlihat dari tingkat signifikansi variabel konteks ( $X_3$ ) sebesar 0,026 yang lebih kecil dari pada 0,05 ( $0,026 < 0,05$ ). Alur ( $X_4$ ) secara parsial berpengaruh signifikan dalam meningkatnya kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak. Hal ini terlihat dari tingkat signifikansi variabel alur ( $X_4$ ) sebesar 0,013 yang lebih kecil dari pada 0,05 ( $0,013 < 0,05$ ). Budaya ( $X_5$ ) secara parsial berpengaruh signifikan dalam meningkatnya kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak. Hal ini juga terlihat dari tingkat signifikansi variabel budaya ( $X_5$ ) sebesar 0,006 yang lebih kecil dari pada 0,05 ( $0,006 < 0,05$ ). Berdasarkan hasil uji model atau uji F dilihat dari probabilitasnya yakni  $0,000 < 0,05$ , berarti komunikasi efektif yang terdiri dari kejelasan ( $X_1$ ), ketepatan ( $X_2$ ), konteks ( $X_3$ ), alur ( $X_4$ ) dan budaya ( $X_5$ ), secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap meningkatnya kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak.

Perusahaan diharapkan mempertahankan bahkan meningkatkan lagi komunikasi yang sudah efektif seperti kejelasan, ketepatan, konteks, alur dan budaya yang telah dianggap baik dalam meningkatnya kinerja karyawan *marketing* pada PT Sumber Fajar Inti Abadi di Pontianak baik itu bawahan dengan atasan maupun antar rekan kerja karena masih ada responden yang mengatakan tidak tahu atau tidak pasti ataupun ragu-ragu pada variabel-variabel tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agung Dwi Setiawan. 2016. *Pengaruh Komunikasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Karya Subur Teknik Utama di Kota Makassar*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar,
- Agus Syaiful Amrhy. 2014. *Pengaruh Komunikasi yang Efektif, Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Semarang)*. Jurusan Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro.
- Dimas Okta Ardiansyah. 2013. *Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Dimediasi Oleh Kepuasan Kerja (Studi Pada Bagian Produksi Pabrik*

*Kertas PT. Setia Kawan Makmur Sejahtera Tulungagung*). Pasca Sarjana  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya.

Gomes, Faustino Cardoso. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Andi.

Mangkunegara, Anwar Prabu. 2006. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia (SDM)*.  
Bandung: PT Refika Aditama.

Robbins, Stephen. P dan Coulter Mary. 2010. *Manajemen*, edisi kesepuluh, jilid dua.  
Jakarta: Erlangga.

Ruliana, Poppy. 2014. *Komunikasi Organisasi, Teori dan Kasus*. Jakarta: Raja Grafindo  
Persada

Umam, Khaerul. 2010. *Perilaku Organisasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.

