

**HUBUNGAN ANTARA IKLIM ORGANISASI DAN
KOMUNIKASI INTERPERSONAL DENGAN
PRODUKTIVITAS KERJA PADA KARYAWAN BAGIAN PEMASARAN
CV. SUMBER BARU MOTOR YOGYAKARTA**

Naskah Publikasi



Disusun Oleh :

MOCHAMAD SUKMA WIBOWO

02410010

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS WANGSA MANGGALA
YOGYAKARTA**

2007

PENDAHULUAN

Persaingan antar produsen dalam mencari konsumen merupakan salah satu tugas dari karyawan bagian pemasaran. Karyawan bagian pemasaran merupakan ujung tombak suatu perusahaan yang berhubungan dengan para konsumennya. Jika persaingan antar produsen semakin tinggi dalam memasarkan produknya, maka tugas karyawan bagian pemasaran semakin berat.

Menurut Widiatmoko dalam Cahyono (1996), bagi suatu perusahaan masalah produktivitas adalah masalah yang selalu hangat dan tidak habis untuk dibahas dan juga merupakan program dalam manajemen sumber daya manusia. Sumber daya manusia merupakan faktor utama dalam mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan perlu ditopang dengan sumber daya

manusia yang memenuhi kualitas dan kuantitas serta kondisi yang sesuai.

Menurut Sinungan (2005), seharusnya usaha untuk mendorong peningkatan produktivitas kerja karyawan adalah dengan peningkatan dan ketrampilan, supaya karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. Karyawan yang melakukan pekerjaan dengan baik akan meningkatkan produktivitas kerja dan kemajuan perusahaan.

Karyawan bagian pemasaran diharapkan dapat melayani kebutuhan konsumen. Semakin banyak penjualan yang dilakukan karyawan bagian pemasaran dapat meningkatkan produktivitas kerja. Pada karyawan pemasaran CV. Sumber Baru Motor Yogyakarta produktivitas kerja dapat ditunjukkan

dengan penjualan sepeda motor sesuai target yang diberikan perusahaan.

Menurut hasil wawancara dengan salah satu manager CV. Sumber Baru Motor Yogyakarta pada bulan Agustus 2006, target penjualan yang ditetapkan perusahaan untuk setiap karyawan bagian pemasaran diketahui rata - rata penjualan yaitu 8 - 10 unit sepeda motor tiap bulan. Berdasarkan target penjualan sepeda motor, yang dapat dicapai oleh karyawan bagian pemasaran rata - rata 6 - 8 unit sepeda motor setiap bulan.

Pada umumnya produktivitas karyawan dinyatakan sebagai imbangan hasil rata - rata yang dicapai oleh karyawan, rata - rata dalam hubungan dengan jam kerja karyawan (As'ari, 2000).

Menurut Cahyono (1996) faktor yang mempengaruhi produktivitas kerja antara lain : motivasi dan kemampuan, modal, metode, produksi, lingkungan misal : iklim organisasi dan budaya organisasi, lingkungan negara, lingkungan internasional dan umpan balik.

Salah satu faktor yang diduga mempengaruhi produktivitas kerja adalah iklim organisasi. Iklim organisasi merupakan faktor lingkungan yang berpengaruh pada produktivitas kerja. Iklim organisasi yang baik akan membuat proses kerja karyawan menjadi lancar karena memiliki rasa nyaman. Lingkungan yang dikenal dalam perusahaan selain lingkungan fisik, terdapat pula lingkungan yang menunjukkan suasana psikologis dalam organisasi atau perusahaan

yang disebut iklim organisasi (Cahyono, 1996).

Menurut Kossen (1986), iklim organisasi mempengaruhi individu - individu yang bekerja di dalamnya. Iklim organisasi yang baik mempunyai peranan besar dalam meningkatkan produktivitas kerja karyawan. Iklim organisasi yang positif dan mendukung akan membuat karyawan merasa nyaman, senang dan bergairah dalam bekerja. Sebaliknya, iklim organisasi yang negatif dan kurang mendukung akan membuat karyawan merasa malas, lelah dan bosan terhadap pekerjaannya, sehingga produktivitas kerja karyawan dapat menurun.

Faktor lain yang diduga mempengaruhi produktivitas kerja adalah komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal merupakan salah satu faktor dalam

diri individu yang berpengaruh pada produktivitas kerja. Komunikasi adalah tingkah laku seseorang baik secara verbal maupun non verbal, yang ditanggapi oleh orang lain. Informasi yang diberikan kepada orang lain dengan maksud untuk mempengaruhi tingkah laku orang tersebut (Johnson dalam Supratiknya, 1995).

Menurut Supratiknya (1995), komunikasi interpersonal dapat membangun kepercayaan antara pengirim pesan dengan penerima pesan. Menunjukkan penerimaan, dukungan dan kerja sama maupun umpan balik secara tepat adalah aspek - aspek penting membangun kepercayaan dalam komunikasi interpersonal. Membangun kepercayaan yang baik antara karyawan dengan konsumen diharapkan dapat mempengaruhi

konsumen dalam pembelian produk. Pembelian produk akan meningkatkan produktivitas kerja karyawan.

Berkaitan dengan hal tersebut perumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah iklim organisasi dan komunikasi interpersonal berhubungan dengan produktivitas kerja karyawan bagian pemasaran CV. Sumber Baru Motor Yogyakarta ?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara iklim organisasi dan komunikasi interpersonal dengan produktivitas kerja karyawan bagian pemasaran CV. Sumber Baru Motor Yogyakarta.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Ada hubungan positif antara iklim organisasi dengan

produktivitas kerja pada karyawan bagian pemasaran. Iklim organisasi yang positif akan menyebabkan produktivitas kerja karyawan bagian pemasaran cenderung semakin tinggi. Iklim organisasi yang negatif akan menyebabkan produktivitas kerja karyawan bagian pemasaran cenderung rendah.

2. Ada hubungan positif antara komunikasi interpersonal dengan produktivitas kerja pada karyawan bagian pemasaran. Komunikasi interpersonal yang tinggi akan menyebabkan produktivitas kerja karyawan bagian pemasaran cenderung semakin tinggi. Komunikasi interpersonal yang rendah akan menyebabkan produktivitas kerja karyawan bagian pemasaran cenderung rendah.

METODE PENELITIAN

Produktivitas kerja diungkap dengan menggunakan data dokumentasi dari manager, yaitu berdasarkan data penjualan karyawan bagian pemasaran dalam kurun waktu 3 bulan terakhir. Iklim organisasi diukur dengan skala iklim organisasi berdasarkan konsep Campbell (dalam Steers, 1985). Komunikasi interpersonal diungkap dengan Skala Komunikasi Interpersonal berdasarkan De Vito (1997).

Subjek penelitian yang digunakan adalah karyawan bagian pemasaran CV. Sumber Baru Motor Yogyakarta sebanyak 30 orang. Ciri-cirinya adalah karyawan bagian pemasaran yang bekerja tetap di CV. Sumber Baru Motor Yogyakarta, pendidikan minimal SLTA dan usia 20 - 35 tahun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian hipotesis berdasarkan analisis korelasi *product moment* antara variabel iklim organisasi dan produktivitas kerja yaitu ditunjukkan dengan koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar 0,553 dengan signifikansi sebesar 0,001 ($p < 0,05$). Sedangkan hasil korelasi parsial antara variabel iklim organisasi dan produktivitas kerja dengan mengontrol variabel komunikasi interpersonal menunjukkan koefisien ($r_{yx_1-x_2}$) sebesar 0,477 dengan signifikansi sebesar 0,004 ($p < 0,05$). Karyawan yang memiliki iklim organisasi yang positif akan cenderung untuk memiliki produktivitas kerja yang tinggi. Demikian sebaliknya karyawan yang memiliki iklim organisasi yang negatif akan cenderung untuk

memiliki produktivitas kerja yang rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ada hubungan positif antara iklim organisasi dengan produktivitas kerja karyawan bagian pemasaran dapat diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Kossen (1986), bahwa iklim organisasi mempengaruhi individu - individu yang bekerja di dalamnya. Iklim organisasi yang baik mempunyai peranan besar dalam meningkatkan produktivitas kerja karyawan.

Hasil uji korelasi *product moment* antara variabel komunikasi interpersonal dan produktivitas kerja yaitu ditunjukkan dengan koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar 0,472 dengan signifikansi sebesar 0,004 ($p < 0,05$). Sedangkan hasil korelasi parsial antara variabel komunikasi interpersonal dan produktivitas kerja

dengan mengontrol variabel iklim organisasi diperoleh koefisien ($r_{yx_2-x_1}$) sebesar 0,367 dengan signifikansi sebesar 0,025 ($p < 0,05$). Karyawan yang memiliki komunikasi interpersonal yang tinggi akan cenderung untuk memiliki produktivitas kerja yang tinggi. Demikian sebaliknya karyawan yang memiliki komunikasi interpersonal yang rendah akan cenderung untuk memiliki produktivitas kerja yang rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ada hubungan positif antara komunikasi interpersonal dengan produktivitas kerja karyawan bagian pemasaran dapat diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang pernah dilakukan Kurniawati (2005) menemukan bahwa *sales girl* yang mempunyai komunikasi

interpersonal yang tinggi akan tinggi pula produktivitas kerjanya. Karyawan bagian pemasaran yang mempunyai komunikasi interpersonal yang tinggi mampu mempengaruhi pembeli dan menjual produk. Sebaliknya karyawan bagian pemasaran yang mempunyai komunikasi interpersonal yang rendah tidak mampu mempengaruhi pembeli dan tidak mampu menjual produk. Artinya, karyawan yang memiliki komunikasi interpersonal yang tinggi maka produktivitas kerja semakin tinggi demikian juga sebaliknya karyawan bagian pemasaran yang memiliki komunikasi interpersonal yang rendah maka semakin rendah pula produktivitas kerja.

Hasil analisis tambahan berdasarkan analisis regresi diperoleh koefisien korelasi sebesar

0,632 dengan signifikansi sebesar 0,001 ($p < 0,05$). Hal ini berarti ada hubungan antara variabel iklim organisasi dan komunikasi interpersonal secara bersama - sama dengan produktivitas kerja. Semakin positif iklim organisasi dan tinggi komunikasi interpersonal maka semakin tinggi produktivitas kerja karyawan bagian pemasaran. Sebaliknya semakin negatif iklim organisasi dan rendah komunikasi interpersonal maka semakin rendah produktivitas kerja karyawan bagian pemasaran

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Knox (dalam Nurhadiyanto, 2006), bahwa lingkungan kerja bagian pemasaran sangat berhubungan dengan interaksi dengan orang lain (konsumen), karena menjual merupakan kemampuan atau kecakapan untuk

mempengaruhi orang - orang agar mau membeli produk yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil analisis ditemukan sumbangan efektif variabel iklim organisasi terhadap produktivitas kerja sebesar 22,2 %, sedangkan sumbangan relatifnya sebesar 55,5 %. Sumbangan efektif variabel komunikasi interpersonal terhadap produktivitas kerja sebesar 17,8 %, sedangkan sumbangan relatifnya sebesar 44,4 %. Sumbangan yang diberikan iklim organisasi dan komunikasi interpersonal bersama - sama sebesar 40 % berarti masih terdapat variabel - variabel lain yang mempengaruhi produktivitas kerja sebesar 60 %.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diperoleh kesimpulan bahwa ada hubungan positif antara iklim organisasi dengan produktivitas kerja. Hal ini berarti bahwa semakin positif iklim organisasi, maka cenderung semakin tinggi produktivitas kerja pada karyawan bagian pemasaran. Selain itu terdapat hubungan positif antara komunikasi interpersonal dengan produktivitas kerja. Hal ini mengandung pengertian bahwa semakin tinggi komunikasi interpersonal, maka cenderung semakin tinggi produktivitas kerja pada karyawan bagian pemasaran. Adanya hubungan antara iklim organisasi dan komunikasi interpersonal dengan produktivitas kerja pada karyawan bagian

pemasaran. Hal ini mengandung pengertian bahwa semakin positif iklim organisasi dan semakin tinggi komunikasi interpersonal, maka cenderung semakin tinggi pula produktivitas kerja.

Berdasarkan hasil kategorisasi yang diperoleh dari penelitian, secara umum karyawan bagian pemasaran CV. Sumber Baru Motor memiliki produktivitas kerja yang rendah, iklim organisasi yang cenderung tinggi, komunikasi interpersonal yang tinggi.

B. Saran

1 Bagi perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh informasi produktivitas kerja yang cenderung rendah. Berdasarkan hal tersebut diperlukan peningkatan produktivitas kerja. Perusahaan menentukan langkah

yang tepat supaya dapat menciptakan iklim organisasi positif., dengan cara memberikan struktur tugas yang jelas, meningkatkan gaji dan meningkatkan sarana kerja. Selain itu perusahaan perlu meningkatkan komunikasi interpersonal karyawan dengan cara mempertimbangkan aspek komunikasi interpersonal ketika melakukan calon seleksi karyawan dan memberikan pelatihan kepada karyawan bagian pemasaran yang sudah bekerja tetap supaya komunikasi interpersonal dapat meningkat.

2 Bagi penelitian selanjutnya

Masih banyak faktor - faktor lain yang dapat mempengaruhi produktivitas kerja, sehingga masih banyak variabel - variabel lain yang dapat diteliti yang berkaitan dengan produktivitas kerja karyawan bagian pemasaran, antara lain : sikap,

kepribadian, motivasi, pengalaman dan pendidikan

Supaya mendapatkan bukti lebih kuat tentang hubungan antara iklim organisasi dan komunikasi interpersonal dengan produktivitas kerja pada karyawan bagian pemasaran, disarankan untuk memperbanyak subjek penelitian karyawan bagian pemasaran CV. Sumber Baru Motor Yogyakarta. Selain itu untuk memperluas subjek penelitian dengan meneliti di perusahaan lain supaya tidak terbatas pada CV. Sumber Baru Motor Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- As'ari, H. 2000. Peran Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Bawahan. *Jurnal Psikologi Dan Ilmu Ekonomi* Vol 2, No 2, 58 - 63. Yogyakarta : Fakultas Ekonomi. Universitas Wangsa Manggala
- Cahyono, 1996. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Badan Penerbit IPWI
- Kossen, S. 1986. *Aspek Manusiawi Dalam Organisasi*. Jakarta : Erlangga
- Kurniawati, M. 2005. Produktivitas Kerja Sales Girl Ditinjau Dari Kepercayaan Diri Dan Komunikasi Interpersonal. *Skripsi (tidak diterbitkan)* Yogyakarta : Fakultas Psikologi. Universitas Wangsa Manggala
- Nurhadiyanto. 2006. Prestasi Kerja Ditinjau Dari Kepribadian Extravert Dan Kepuasan Kerja Karyawan Bagian Penjualan AJB BUMIPUTERA 1912 Kantor Operasional Gondomanan Yogyakarta. *Skripsi (tidak diterbitkan)* Yogyakarta : Fakultas Psikologi. Universitas Wangsa Manggala
- Supratiknya, A. 1995. *Komunikasi Antarpribadi*. Yogyakarta : Kanisius