

**PENGARUH KOMUNIKASI PERSUASIF TERHADAP
KINERJA KARYAWAN ASURANSI JIWA BERSAMA (AJB)
BUMIPUTERA 1912 CABANG PASURUAN KOTA**

SKRIPSI

Oleh

SITI AROFAH

NIM 05610113



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2009**

**PENGARUH KOMUNIKASI PERSUASIF TERHADAP
KINERJA KARYAWAN ASURANSI JIWA BERSAMA (AJB)
BUMIPUTERA 1912 CABANG PASURUAN KOTA**

S K R I P S I

Diajukan kepada :

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh

SITI AROFAH

NIM 05610113



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2009**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KOMUNIKASI PERSUASIF TERHADAP
KINERJA KARYAWAN ASURANSI JIWA BERSAMA (AJB)
BUMIPUTERA 1912 CABANG PASURUAN KOTA**

SKRIPSI

Oleh
SITI AROFAH
NIM 05610113

Telah Disetujui, 03 Oktober 2009

Dosen Pembimbing,

Siswanto, SE, M. Si

NIP 150377255

Mengetahui:

Dekan,

Drs. HA. MUHTADI RIDWAN, MA

NIP 150231828

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KOMUNIKASI PERSUASIF TERHADAP
KINERJA KARYAWAN ASURANSI JIWA BERSAMA (AJB)
BUMIPUTERA 1912 CABANG PASURUAN KOTA**

SKRIPSI

Oleh

SITI AROFAH
NIM 05610113

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Pengujian
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada tanggal 03 Oktober 2009

Susunan Dewan Penguji	Tanda Tangan
1. Ketua <u>H. Ahmad Djalaludin, Lc., MA</u> NIP 150368783	()
2. Sekretaris /Pembimbing <u>Siswanto, SE, M. Si</u> NIP 150377255	()
3. Penguji Utama <u>Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si</u> NIP 150327244	()

Disahkan Oleh :
Dekan,

Drs. HA. MUHTADI RIDWAN, MA
NIP 150231828

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya sederhana ini
dengan sepenuh hati teruntuk:

Orang Tuaku tercinta,

H. Asnan AR (Alm) & HJ. Sufiyah

dalam naungan syurga firdausnya

MOTTO

Jika anda Persuasif, anda akan memperoleh kerjasama dengan orang- orang dalam mencapai tujuan anda.

(Goodal H. Lloyd dan Christopher L. Waagen)¹

¹ Goodal H. Lloyd dan Christopher L. Waagen, Presentasi Persuasif, Erlangga, Jakarta, 1995, hal 10.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang selalu melindungi, mencurahkan rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “PENGARUH KOMUNIKASI PERSUASIF TERHADAP KINERJA KARYAWAN AKB BUMIPUTERA 1912 CABANG PASURUAN KOTA” dapat terselesaikan.

Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan umat Islam, Nabi besar Muhammad SAW, yang terang menerang yakni Addinul Islam.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Suprayogo, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Drs. HA. Muhtadi Ridwan, MA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Siswanto, SE, M. Si selaku Dosen Pembimbing yang dengan kesabaran membimbing dan memberi arahan serta masukan yang amat berguna hingga terselesaikan skripsi ini.
4. Ibu Irmayanti Hasan, selaku Dosen Wali yang telah membimbing selama masa perkuliahan

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi yang telah mengajarkan ilmunya dan memberikan nasehat-nasehat kepada penulis selama belajar di universitas ini. Beserta seluruh staf Fakultas Ekonomi yang telah membantu kelancaran administrasi.
6. Bapak. Didik Prasetya, S.Sos beserta seluruh staf karyawan AJB Bumiputera 1912 Cabang Pasuruan Kota yang telah memberi ijin penelitian dan membantu dalam mencari data penelitian yang dibutuhkan dan memberi izin survai ke lapangan, dan telah meluangkan waktu sejenak untuk mengisi kuesioner yang telah diberikan.
7. Abah dan Ibu, atas dukungan, kasih sayang, perhatian, pendidikan serta motivasi baik dalam bentuk materiil maupun moril yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kakak- kakakku, Hj. Ifa, H. Sukri, Ulfa, Hanafi, Aziz, Pipit terima kasih atas dukungan dan kasih sayang serta doa- doanya.
9. Sahabat-sahabatku di kost 80 yang selalu mengisi hari-hari penulis dalam canda tawa dan duka yang membantu proses terselesaikannya skripsi ini.
10. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2005 yang telah banyak membantu serta memberikan dukungan dan sumbangsih pemikiran dalam memperlancar penulisan skripsi ini.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatusatu, yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis hanya dapat berdo'a atas segala jasa yang telah diberikan, semoga amal ibadah kita diterima oleh Allah SWT, amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritikan dari pembaca dan berbagai pihak yang sifatnya konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini, atas perhatian dan masukan kami ucapkan terimakasih.

Malang, 28 Agustus 2009

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7

D. Manfaat Penelitian	8
E. Batasan Masalah.....	9
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Kajian Teori.....	12
1. Komunikasi	12
a. Pengertian Komunikasi.....	12
b. Proses Komunikasi	15
2. Komunikasi Persuasif.....	19
3. Kinerja Karyawan	24
4. Pengaruh Komunikasi Persuasif Terhadap Kinerja Karyawan	26
C. Kajian Teori Islam.....	27
D. Kerangka Berfikir	37
E. Hipotesis.....	38
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian.....	39
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	39

C. Populasi dan Sampel.....	40
D. Data dan Sumber Data.....	41
E. Metode Pengumpulan Data.....	42
F. Skala Pengukuran	43
G. Definisi Operasional Variabel.....	43
H. Teknik Analisi Data	46

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN HASIL

PENELITIAN

A. Paparan Data Hasil Penelitian.....	54
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	54
2. Lokasi perusahaan	55
3. Bentuk Badan Hukum.....	56
4. Personalia	56
5. Visi dan Misi Perusahaan	59
6. Struktur Organisasi.....	60
7. Pemasaran	64
B. Anailsis Dan Pembahasan	67
1. Gambaran Umum Responden	67

C. Pengujian Instrumen	68
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	68
D. Gambaran Deskripsi Item	70
1. Variabel Integrasi (X1).....	70
2. Variabel Pay-off Idea (X2).....	73
3. Variabel Iching Device (X3)	75
4. Variabel Kinerja (Y)	76
E. Hasil Analisis Data.....	80
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	83
F. Pengujian Hipotesis	85
1. Uji F (Simultan)	85
2. Uji t (Parsial)	87

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	92
B. Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIR

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1: Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian sekarang.....	10
Tabel 3.1: Konsep, variabel, indikator dan item	42
Tabel 4.1: Jumlah Karyawan Menurut Jabatan	54
Tabel 4.2: Jumlah Karyawan Menurut Pendidikan	54
Tabel 4.3: Distribusi Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan, Masa Kerja.....	64
Tabel 4.4: Uji Validitas dan Reliabilitas	66
Tabel 4.5: Deskripsi Data Integrasi (X1)	68
Tabel 4.6: Deskripsi Data Pay-off Idea (X2)	70
Tabel 4.7: Deskripsi Data Iching Device(X3)	72
Tabel 4.8: Deskripsi Data Kinerja (Y).....	74
Table 4.9: Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas.....	78
Table 4.10: Uji asumsi Heteroskedastisitas	79

Tabel 4.11: Rekapitulasi Analisis Regresi Linier Berganda	82
Tabel 4.12: Hasil Uji Secara Simultan	83
Tabel 4.13: Hasil Uji Secara Parsial	85

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1: Distribusi Frekuensi Uji Simultan.....	83
Grafik 4.2: Distribusi Frekuensi Uji Parsial.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Model Proses Komunikasi	17
Gambar 2.2: Kerangka Berfikir	34
Gambar 2.3: Hipotesis	35
Gambar 4.1: Bagan Struktur Organisasi	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Draft Kuesioner

Lampiran 2: Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3: Analisis Regresi Linier Berganda

ABSTRAK

Arofah, Siti. 2009. SKRIPSI. Judul : Pengaruh *Komunikasi Persuasif* Terhadap
Kinerja Karyawan AJB Bumiputera 1912 CABANG
PASURUAN KOTA.

Pembimbing : Siswanto, SE, M. Si

Kata Kunci : Komunikasi Persuasif, Kinerja.

Globalisasi dan modernisasi dewasa ini mendorong para pelaku bisnis menjadi lebih kreatif dan proaktif terdapat persaingan bisnis yang ada. Perusahaan sebagai organisasi bisnis, agar tetap bertahan dan mampu bersaing dengan kompetitor perlu melakukan upaya untuk mengelola sumber daya yang dimiliki terutama sumber daya manusia yang sampai saat ini masih menjadi penentu keberhasilan perusahaan. Strategi komunikasi persuasif antara atasan dan bawahan merupakan salah satu jalan keluarnya. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan komunikasi persuasif yang terdiri dari *variabel komunikasi Integrasi*, *variabel komunikasi Pay-of Idea*, *variabel komunikasi Iching Device* berpengaruh terhadap kinerja karyawan yang meliputi efektifitas dan efisiensi, dan untuk mengetahui variabel komunikasi persuasif yang paling dominan mempengaruhi kinerja karyawan.

Jenis penelitian ini adalah *eksplanatori research* (penelitian penjelas). Teknik pengambilan sampel dengan *random sampling* (pengambilan sampel secara acak) pada karyawan AJB Bumiputera 1912 Cabang Pasuruan Kota sebanyak 73 orang. Peneliti menggunakan kuesioner, wawancara, dan dokumentasi sebagai alat pengumpul data. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah teknik regresi berganda serta regresi simultan dan regresi parsial.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel komunikasi persuasif mempunyai pengaruh yang cukup kuat, hal ini ditunjukkan Fhitung sebesar 19,072, dan tingkat signifikansi sebesar 0,000, dapat dilihat pada uji F, variabel komunikasi Persuasif mempunyai pengaruh yang cukup besar juga terhadap kinerja sebesar 43,0%. Hasil perhitungan uji t, nilai t hitung variabel Integrasi sebesar 2,364 dan nilai t hitung variabel Pay-of Idea sebesar 2,748 sedangkan nilai t hitung Iching Device sebesar 3,126, dan t tabel sebesar 1,996. Dari sini dapat dilihat bahwa t hitung > dari t tabel yang berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Peneliti menyimpulkan bahwa variabel Iching Device berpengaruh dominan terhadap kinerja karyawan.

ABSTRACT

Arofah, Sti. 2009. THESIS Title: The Effect of Persuasive Communication on Employees Work Performance at AJB Bumiputra 1912 Branch of Pasuruan.

Advisor: Siswanto, SE, M. Si

Keywords: Persuasive Communication, Performance

Globalization and modernization nowadays motivate businessmen to be more creative and productive in their business competition. In order to be able to survive and compete with competitors, a company as a business organization needs to make efforts to manage resources especially human resources which determine the company's success. A persuasive communication strategy between the authority and the employees is one solution. The objective on this research is to know application of the persuasive communication containing the variable of Integration communication, variable of Pay-of Idea communication, and variable of Iching Device communication that affect the employees' work performance consisting of effectiveness and efficiency, and to know the variable of the persuasive communication that as a most dominant effect on the employees' work performance.

The study is an explanatory research. The technique used to take the sample is random sampling from the employees at AJB Bumiputra 1912 Branch of Pasuruan as many as 73 people. The researcher uses questionnaire, interview, and documentation as the techniques to collect the data. Meanwhile, the techniques used for data analysis are double regression, simultaneous regression, and partial regression.

The result shows that simultaneously the variable of the persuasive communication has powerful effect which is explained by Fcount 19.072, and significant level 0.000, can be known in t test, the variable of the persuasive communication also has major effect to the performance 43.0%. The calculation results of t test are t count of integration variable 2.364, t count of Pay-of Idea variable 2.748, t count of Iching Device 3.126, and t table 1.996. From this, it can be known that t count > t table which means H_a is accepted and H_0 is refused. The researcher concludes that Iching Device variable has a dominant effect on the employees' work performance.

المستخلص

عرافة، ستي. ٢٠٠٩ البحث الجامعي. الموضوع : "تأثير المواصلات المقنعة على إنتاجية العمّال AJB يومي فترا ١٩١٢ فرع مدينة باسوروان".

المشرف : سيسوانطو، س أي، الماجستير

الكلمات الرئيسية:الاتصالات المقنعة ، الإنتاجية الكلمات الرئيسية

العولمة والحضارة الحديثة تحرّض سالك الشغلية ليكون مبدعيا و نشيطيا على التنافس الشغلية الحاضر. المؤسسة بكونها جمعية شغلية لإستقرار شغلها و لتنافس المنافس لازمة لان تسعى في ادارة القوة الموجودة عندهم خصوصا القوة الإنسانية التي مازالت الآن شرطا في تقدم المؤسسة. السياسة المواصلات المقنعة بين الرؤساء والأعضاء كانت من احد مخرجها. والقصد من هذا البحث هو لمعرفة تطبيق المواصلات المقنعة التي تحتوي على المتغير المواصلات الإندماجية، المتغير دفع الفكرة، المتغير المواصلات الرافية هل كانت تأثر على إنتاجية العمّال المحتوى على التأثيرية والكفائية ، لمعرفة المتغير المواصلات المقنعة المسيطرة في تأثير إنتاجية العمّال.

نوع هذا البحث هو *eksplanatori research* (البحث التوضيحي). طريقة اخذ العين بطريقة عشوائية على عمّال AJB يومي فترا ١٩١٢ فرع مدينة باسوروان مجمع ٧٣ نفرا. الباحثة تستعمل الإستبانات،المقابلة، والتوثيق في جمع البيانات. اما طريقة تحليل البيانات تستعمل طريقة النكوص المضعف و النكوص المتواقت و النكوص الجزئي.

يتأسس على حاصل البحث انه يدلّ على ان المتغير المواصلات المقنعة على المتواقت لها تأثير قويّ دلّ عليه حاصل F حسابي قدر ١٩,٠٧٢ مع رتبة صحية قدر ٠,٠٠٠ نجدها في اختبار F ،

المتغير المواصلة المقنعة لها تأثير كبير كذلك على الإنتاجية مقدار ٠.٤٣%. أما حاصل من حساب اختبار t ، قيمة t حسابي للمتغير الإندماجي قدر ٢,٣٦٤ و قيمة t حسابي من المتغير دفع الفكرة قدر ٢,٧٤٨ أما قيمة t حسابي من الرأفية قدر ٣,١٢٦ مع t جدولي قدر ١,٩٩٦. من هنا نرى أنّ t حسابي $<$ من t جدولي فمعناه أنّ H_a مقبول و H_0 مردود. استخلصت الباحثة بأنّ المتغير الرأفية يأتّر مسيطرة على إنتاجية العمال.

BAB I

LATAR BELAKANG

A. LATAR BELAKANG

Perusahaan sebagai organisasi bisnis, agar tetap bertahan dan mampu bersaing dengan kompetitor perlu melakukan upaya untuk mengelola sumber daya yang dimiliki terutama sumber daya manusia yang sampai saat ini masih menjadi penentu keberhasilan perusahaan.

Faktor manusia sangat berperan dalam pencapaian tujuan organisasi. Sumber daya terpenting dalam organisasi adalah sumber daya manusia. Melihat manusia sebagai komponen paling esensial dalam setiap langkah organisasi, maka sepatutnya apabila manajemen perusahaan memberikan pembinaan dan dorongan untuk meningkatkan kemampuan kerja karyawan. Penemuan baru dalam bidang teknologi yang cenderung mengambil alih peran sumber daya manusia dengan mesin yang serba otomatis yang bisa menyingkirkan tenaga manusia sebagai operator atau pengendali.

Upaya pencapaian tujuan organisasi yang telah ditetapkan akan sangat bergantung pada berperannya pimpinan. Pimpinan mempunyai peranan penting karena besarnya tanggung jawab dalam memimpin dan menjamin kelancaran tugas para karyawan. Pimpinan dan karyawan sebagai

sumber daya manusia dalam organisasi² ?gat menentukan keberhasilan suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan.

Tenaga kerja merupakan asset bagi sebuah perusahaan. Organisasi sebagai bentuk persekutuan dua orang atau lebih yang bekaerja sama perlu meningkatkan kinerja karyawan dalam upaya mencapai tujuannya. Peningkatan kinerja karyawan akan berdampak pada pencapaian efektivitas dan evisiensi organisasi.

Produktivitas kerja karyawan AJB Bumiputera 1912 cabang Pasuruan Kota semakin meningkat. Hal ini ditandai dengan kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugas pekerjaan tepat pada waktunya, tingkat absensi karyawan per bulan yang dulunya mempunyai absensi rata- rata 3-4 kali perbulan per karyawan menjadi 1-2 kali perbulan per karyawan, dan ketepatan waktu karyawan dalam masuk kerja.

AJB Bumiputera 1912 kantor Cabang Pasuruan Kota perlu lebih meningkatkan produktivitas kerja karyawannya, apalagi sebagai salah satu asuransi, kompensasi bagi karyawan biasanya berdasarkan kepangkatan dan senioritas dalam bentuk bonus, insentif dan penghargaan kepada karyawan yang berprestasi. Pengalaman kerja karyawan yang rata- rata 20 tahunan lebih menjadi modal awal peningkatan kinerja perusahaan.

AJB Bumiputera 1912 adalah perusahaan asuransi jiwa nasional milik bangsa Indonesia yang pertama dan tertua. Didirikan di Magelang pada tanggal 12 februari 1912 atas prakarsa seorang guru sederhana bernama M. Ng. Dwidjosewojo- sekretaris persatuan guru hindia belanda (PGHB) gagasan pendirian perusahaan asuransi ini karena didorong oleh keperihatinan yang mendalam terhadap nasib para guru bumi putera. Dalam pendirian tersebut M. Ng. Dwidjosewojo dibantu bersama dua orang guru lainnya yaitu MKH Soebroto dan M. Adimijdojo. Alasan didirikan AJB Bumiputera 1912 Pasuruan ini atau anak cabang karena untuk mempermudah layanan di berbagai kecamatan.

Letak perusahaan berarti dimana perusahaan melakukan aktivitasnya sehari- hari sedangkan letak perusahaan ini menentukan masa depan perusahaan. Adapun letak AJB Bumiputera 1912 adalah di jl. Panglima Sudirman no. 31 Pasuruan.

AJB Bumiputera 1912 kantor Cabang Pasuruan Kota dipimpin oleh seorang kepala cabang yang membawahi Administratur dan beberapa Supervisor dan Agen. Perusahaan ini dalam perkembangannya banyak mengalami perubahan, salah satunya adalah penerapan gaya kepemimpinan. AJB Bumiputera 1912 sebagai asuransi jiwa pertama dan tertua yang sebelumnya menerapkan gaya kepemimpinan yang menghendaki pimpinan

lebih dominan dalam mempengaruhi atau menentukan perilaku karyawan. Seiring dengan perkembangan zaman, gaya kepemimpinan yang telah mengalami perubahan yaitu pimpinan lebih menghargai dan terbuka terhadap masukan yang diberikan karyawan sehingga kerja sama yang berlangsung secara timbal balik.

Tidak seperti perusahaan berbentuk perseroan terbatas (PT) yang kepemilikannya hanya oleh pemodal tertentu, sejak awal pendiriannya Bumiputera sudah menganut sistem kepemilikan dan penguasaan yang unik, yakni bentuk badan usaha mutual atau usaha bersama.

Upaya pimpinan dalam meningkatkan kinerja karyawan ini tidak terlepas dari adanya komunikasi. Komunikasi merupakan faktor penting kehidupan suatu organisasi baik organisasi yang dilakukan oleh pimpinan terhadap karyawan maupun komunikasi yang dilakukan oleh karyawan itu sendiri. Peran pimpinan dalam mengerakkan sumber daya yang ada sangat menentukan terhadap sukses tidaknya organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Setelah melakukan wawancara dengan pimpinan dan dikuatkan peneliti dengan mengadakan PKL (Praktek Kerja Lapangan) selama 40 hari di AJB Bumiputera 1912 Cabang Pasuruan Kota, peneliti menyimpulkan bahwa pimpinan AJB Bumiputera 1912 Cabang Pasuruan Kota dalam

berkomunikasi dengan karyawan menggunakan komunikasi persuasif. Tujuan memilih teknik ini adalah memperoleh efek yang langsung atau tahan lama sesuai dengan yang diinginkan komunikator. Komunikasi persuasif disini lebih mengarah pada kegiatan psikologis, suatu teknik komunikasi yang memiliki aspek-aspek manusiawi.

Beberapa teknik dalam komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Effendy (1992: 22) yaitu: *Pertama, Teknik Integrasi* adalah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. *Kedua, Pay-Off Idea* adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming- ngiming hal yang menguntungkan atau yang menjanjikan harapan. *Ketiga, Iching Device* yaitu menata pesan komunikasi dengan himbauan emosional sedemikian rupa sehingga komunikan menjadi lebih tertarik.

Adanya komunikasi persuasif yang diterapkan di AJB Bumiputera 1912 Pasuruan ini mempererat hubungan pimpinan dan karyawan yang secara tidak langsung akan mampu meningkatkan kinerja karyawan.

Dari latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian **"Pengaruh Komunikasi Persuasif Terhadap Kinerja Karyawan Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Cabang Pasuruan Kota"** karena didalam suatu perusahaan, komunikasi itu sangat penting. Seperti

yang dijelaskan oleh Lindgren (dalam Effendy, 2001: 17) yang menyatakan bahwa "*Effective Leadership Means Effective Communication*". Seorang pimpinan harus mampu melaksanakan komunikasi secara efektif jika ingin melaksanakan kepemimpinan yang efektif. Seorang pimpinan berkomunikasi efektif bila ia mampu membuat para karyawan melakukan kegiatan tertentu dengan kesadaran, kegairahan, dan kegembiraan. Suasana seperti itu diharapkan dapat meningkatkan kinerja yang tinggi. Alasan peneliti memilih obyek di AJB Bumiputera 1912 Cabang Pasuruan Kota, yang pertama adalah karena AJB Bumiputera 1912 merupakan asuransi pertama dan tertua yang ada di Indonesia. Alasan kedua yaitu dari penelitian awal memang terdapat komunikasi persuasif di lingkungan AJB Bumiputera 1912 Cabang Pasuruan Kota oleh pimpinan terhadap bawahan.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang ini, serta untuk mengetahui secara lebih lanjut tentang komunikasi dan juga kinerja karyawan, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *teknik Integrasi* berpengaruh secara parsial terhadap kinerja karyawan AJB BUMIPUTERA 1912 cabang Pasuruan kota?
2. Apakah *teknik Pay off Idea* berpengaruh secara parsial terhadap kinerja

karyawan AJB BUMIPUTERA 1912 cabang Pasuruan kota?

3. Apakah *teknik Iching Device* berpengaruh secara parsial terhadap kinerja karyawan AJB BUMIPUTERA 1912 cabang Pasuruan kota?
4. Apakah *teknik Integrasi*, teknik Pay off Idea dan teknik Iching Device berpengaruh secara simultan terhadap kinerja karyawan AJB BUMIPUTERA 1912 cabang Pasuruan kota?
5. Diantara ketiga teknik tersebut (*teknik Integrasi*, *teknik Pay off Idea* dan *teknik Iching Device*) mana yang berpengaruh paling dominan terhadap kinerja karyawan AJB BUMIPUTERA 1912 cabang Pasuruan kota?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Ingin mengetahui apakah *teknik Integrasi* berpengaruh secara parsial terhadap kinerja karyawan AJB BUMIPUTERA 1912 cabang Pasuruan kota
2. Ingin mengetahui apakah *teknik Pay off Idea* berpengaruh secara parsial terhadap kinerja karyawan AJB BUMIPUTERA 1912 cabang Pasuruan kota
3. Ingin mengetahui apakah *teknik Iching Device* berpengaruh secara parsial terhadap kinerja karyawan AJB BUMIPUTERA 1912 cabang

Pasuruan kota

4. Ingin mengetahui apakah *teknik Integrasi, teknik Pay off Idea dan teknik Iching Device* berpengaruh secara simultan terhadap kinerja karyawan AJB BUMIPUTERA 1912 cabang Pasuruan kota
5. Ingin mengetahui pengaruh yang paling dominan antara ketiga teknik tersebut (*teknik Integrasi, teknik Pay off Idea dan teknik Iching Device*) terhadap kinerja karyawan AJB BUMIPUTERA 1912 cabang Pasuruan kota

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi AJB BUMIPUTERA 1912 Cabang Pasuruan Kota

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi AJB BUMIPUTERA 1912 Pasuruan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan komunikasi sehubungan dengan peningkatan produktivitas kerja karyawan

2. Bagi fakultas ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk bahan informasi yang berguna untuk memperkaya literatur yang ada. Terutama yang berhubungan dengan ilmu ekonomi mengenai sub pokok bahasan komunikasi bagi MSDM.

3. Bagi penulis

Merupakan suatu sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama kuliah, khususnya pada masalah yang terkait dengan bidang SDM

E. BATASAN MASALAH

Untuk memperjelas pokok maka penelitian ini hanya dibatasi pada Komunikasi Persuasif terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada AKB BUMIPUTERA 1912 Cabang Pasuruan Kota.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Tabel 2..1
Penelitian Terdahulu

no	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1	Puspasari (2001)	Analisa hubungan komunikasi antara atasan dan bawahan terhadap disiplin kerja karyawan PT. Tlagamas Mitra Alasindo Pasuruan	Komunikasi (X) Disiplin kerja karyawan (Y)	Dari hasil analisa yang dilakukan menunjukkan $r_s = 0.953$, artinya hubungan antara komunikasi atasan dan bawahan terhadap disiplin kerja karyawan adalah sangat erat, dimana jika dipresentasikan hub. Antara komunikasi atasan dan bawahan terhadap disiplin kerja sebesar 95.3%. sedangkan untuk pengujian hipotesa dengan uji t diperoleh $t_{hitung} = 26.875553$ lebih besar daripada $t_{tabel} = (alpha = 5\%, db = N = 73) = 0.306$. hasil ini dapat diinterprestasikan hipotesa diterima yang menunjukkan bahwa komunikasi antara atasan dan bawahan mempunyai hubungan yang signifikan dengan disiplin kerja karyawan.
2	Iif kholifah (2005)	Pengaruh komunikasi antara atasan dan bawahan terhadap kepuasan kerja	Komunikasi (X) Kepuasan Kerja	menyimpulkan bahwa Komunikasi internal mempunyai pengaruh yang lebih dominan

		karyawan pada perusahaan Kompokor Kupu Mas Merjosari Malang	Karyawan (Y)	sebesar 39.1% daripada komunikasi eksternal yang berpengaruh sebesar 25.8% terhadap kepuasan kerja karyawan kompokor kupu mas Malang.
3	Siti Arofah (2009)	Pengaruh Komunikasi Persuasif terhadap kinerja karyawan AJB Bumiputera 1912 Cabang Pasuruan Kota	Komunikasi (X) Kinerja karyawan (Y)	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel komunikasi persuasif mempunyai pengaruh yang cukup kuat, hal ini ditunjukkan Fhitung sebesar 19, 072, dan tingkat signifikansi sebesar 0,000, dapat dilihat pada uji F, variabel komunikasi Persuasif mempunyai pengaruh yang cukup besar juga terhadap kinerja sebesar 43,0%. Hasil perhitungan uji t, nilai t hitung variabel Integrasi sebesar 2,364 dan nilai t hitung variabel Pay-of Idea sebesar 2,748 sedangkan nilai t hitung Iching Device sebesar 3,126, dan t tabel sebesar 1,996.

Sumber: Data Diolah 2009

Dengan melihat tabel diatas, maka dapat terlihat perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang. Adapun perbedaan penelitian antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu dalam hal obyek yang diteliti, variabel independennya dan hasil dari masing- masing peneliti.

B. Kajian Teori

1. Komunikasi

Manusia dalam menjalankan kehidupan sehari-hari tidak terlepas dari pengaruh manusia lain sebagai wujud makhluk sosial. Bentuk interaksi antar manusia adalah dengan berorganisasi. Organisasi merupakan sekumpulan orang-orang yang mempunyai misi dan tujuan yang sama untuk memajukan kesejahteraan hidupnya. Kelangsungan hidup organisasi tergantung pada sumber daya yang dimiliki terutama SDM, sebab manusia merupakan faktor pelaku dalam organisasi.

Salah satu upaya untuk menciptakan kerjasama antar individu adalah dengan jalan komunikasi. Komunikasi yang baik antar individu akan mengakibatkan kemajuan organisasi karena dengan tercapainya suatu komunikasi yang baik akan terjadi saling pengertian antar komunikator dengan komunikan sehingga jalannya fungsi-fungsi manajemen menjadi efektif dan efisien.

1) Pengertian Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa latin "*communicatio*" dan bersumber dari *communis* yang berarti sama atau kesamaan makna. Menurut Effendy (2000: 5), "komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau

untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media". Winardi (1990: 213) mengartikan komunikasi sebagai:

Sebagai proses dimana pihak tertentu menyampaikan kepada pihak lain, pandangannya, keinginannya, pendiriannya dengan harapan bahwa pihak yang dihubungi itu dapat mengerti dan melaksanakan tindakan- tindakan sesuai dengannya.

Pendapat Winardi tersebut diperjelas lagi oleh Hovland (dalam Siahaan, 1990: 03) yang menjelaskan bahwa, "komunikasi adalah proses bilamana seorang individu (komunikator) mengoper stimulans (biasanya lambang kata- kata) untuk merubah tingkah laku individu lainnya (komunikan)". Pelaksanaan komunikasi harus timbul saling pengertian antara pimpinan dan karyawan sehingga terjadi hubungan yang harmonis. Komunikasi merupakan proses pemindahan pengrtian yang membutuhkan ketrampilan- ketrampilan tertentu. Handoko (1998: 272) mengartikan komunikasi sebagai berikut:

Proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain. Perpindahan pengertian tersebut merupakan lebih dari sekedar kata-kata yang digunakan dalam percakapan, tetapi juga ekspresi wajah, intonasi, dsb. Dan pemindahan

yang efektif memerlukan tidak hanya transmisi data, tetapi bahwa seseorang mengirimkan data dan menerimanya sangat tergantung pada keterampilan tertentu.

Hampir setiap orang setuju bahwa komunikasi diantara mereka dan antara mereka dengan lingkungan merupakan sumber kehidupan dan kedinamisan organisasi. Komunikasi merupakan hal penting dalam tingkatan manajemen, terutama dalam kepemimpinan. Hal ini seperti dikemukakan oleh Lindgren (dalam Effendy, 2001: 117) yang menyatakan bahwa, "*effective Leadership means effective communication*". Seorang pimpinan harus mampu melaksanakan komunikasi secara efektif jika ingin melaksanakan kepemimpinan yang efektif. Seorang pimpinan berkomunikasi efektif bila ia mampu membuat para karyawan melakukan kegiatan tertentu dengan kesadaran, kegairahan, dan kegembiraan. Suasana seperti itu diharapkan dapat meningkatkan kinerja yang tinggi.

Dari Definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah sebuah proses dimana pihak tertentu menyampaikan kepada pihak lain pandangannya, keinginannya, pendiriannya dengan harapan bahwa pihak yang dihubungi itu dapat mengerti dan melaksanakan tindakan- tindakan sesuai dengannya

2) Proses Komunikasi

Komunikasi dalam setiap gerak langkah organisasi mempunyai peranan dominan, terutama berlaku dalam masalah efektivitas organisasi. Proses dan pola organisasi merupakan sarana yang diperlukan untuk mengkoordinasi dan mengarahkan karyawan ketujuan dan sarana organisasi. Ruslan (1999: 69) menyatakan bahwa, “ proses komunikasi dapat diartikan sebagai transfer informasi atau pesan dari pengirim sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan. Proses komunikasi tersebut bertujuan untuk mencapai saling pengertian antara kedua belah pihak”. Efendy (2001: 11) lebih lanjut menjelaskan bahwa, “proses komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain”. Melalui proses komunikasi akan ada reaksi atau umpan balik dari komunikan yang berupa tanggapan baik yang bersifat positif maupun negatif.

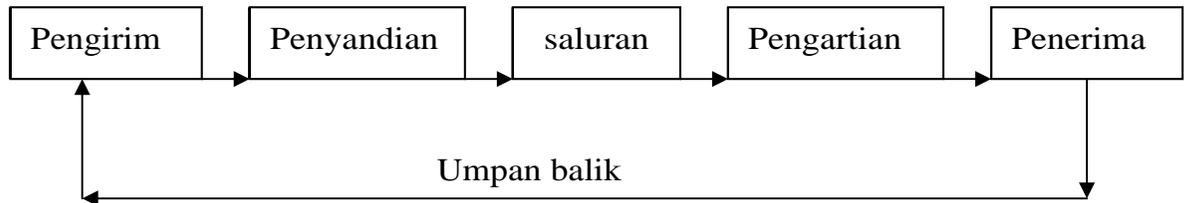
Tanggapan positif menunjukkan komunikan dapat mengerti pesan yang disampaikan komunikator. Ada persetujuan, keterbukaan dan pemahaman yang sama. Tanggapan negatif menunjukkan bahwa pesan telah tersampaikan, tetapi tidak ada persetujuan atau dukungan dari komunikan. Berdasarkan pendapat- pendapat diatas, proses

komunikasi merupakan proses pentransferan informasi atau pesan dari seseorang kepada orang lain.

Proses komunikasi yang terjadi dalam organisasi memang sangat dibutuhkan dan dalam pelaksanaannya banyak sekali faktor yang diperhitungkan, diantara adalah teknik apa yang harus dipakai. Menurut Efendy (1993: 81) komunikasi dibedakan menjadi tiga macam, yaitu :

- a) *Komunikasi informatif*, adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberikan sesuatu, dimana komunikator tidak mengharapkan apa-apa dari komunikasi, hanya agar komunikan tahu saja.
- b) *Komunikasi koersif*, adalah proses penyampaian pesan seseorang kepada orang lain dengan ancaman atau sanksi untuk merubah sikap, opini, dan tingkah laku.
- c) *Komunikasi persuasif*, adalah proses penyampaian pesan seseorang kepada orang lain agar berubah sikapnya, opininya dan tingkah lakunya dengan kesadaran sendiri.

Gambar2.1. Model proses komunikasi



Gambar 2.1. model Proses Komunikasi
Sumber: Stoner, dkk (1996: 21)

Model proses komunikasi tersebut menggambarkan adanya suatu pesan dari seorang pengirim yang terlebih dahulu dikodekan dan diteruskan oleh suatu saluran, kemudian, diterima oleh *receiver* (penerima) dan diberi umpan balik.

John (2003: 83) mengemukakan ada empat unsur pokok dalam proses komunikasi, yaitu:

- a) Pengirim Pesan, merupakan pihak yang memiliki ide untuk dikomunikasikan kepada pihak lain (penerima).
- b) Saluran komunikasi, informasi ditransmisikan melalui saluran komunikasi yang menghubungkan antara pengirim dan penerima pesan
- c) Penerima Pesan, adalah pihak yang menerima symbol- symbol komunikasi, menerjemahkan dan memahaminya. Kegiatan menerjemahkan ini disebut *decoding*.
- d) Umpan Balik, merupakan unsure yang penting dalam komunikasi.

Komunikasi dikatakan efektif jika pengertian terhadap symbol-simbol atau pesan komunikasi antara pengirim dan penerima adalah sama. Pengecekan apakah pengertian penerima sama dengan pengertian pengirim pesan digunakan umpan balik.

Ruslan (1999: 71) mengemukakan ada empat unsur pokok dalam proses komunikasi, yaitu:

- a) *Source*, yaitu individu yang berinisiatif sebagai sumber atau untuk menyampaikan pesan- pesannya.
- b) *Message*, suatu gagasan dan ide berupa pesan, informasi, pengetahuan, ajakan, bujukan yang akan disampaikan komunikator kepada perorangan atau kelompok tertentu
- c) *Channel*, berupa media, sarana atau saluran yang digunakan oleh komunikator dalam mekanisme penyampaian pesan kepada khalayaknya
- d) *Effect*, suatu dampak yang terjadi dalam proses penyampaian pesan- pesan tersebut, yang dapat berakibat positif maupun negative menyangkut tanggapan, persepsi dan opini dari hasil komunikasi tersebut.

Semua unsur atau komponen dalam proses komunikasi sama pentingnya walaupun unsure pesan cukup dominant dalam

interaksi yang dilakukan. Dalam proses komunikasi minimal terdapat tiga unsur yaitu sumber, pesan dan penerima.

2. Komunikasi Persuasif

Organisasi sebagai kerangka kerja (*frame of work*) dari suatu manajemen yang menunjukkan adanya pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab yang jelas antara pimpinan dan bawahan dalam suatu system manajemen modern. Ada yang diklasifikasikan sebagai pemimpin dan ada pula yang bertindak sebagai bawahan dimana antara keduanya saling berhubungan dalam rangka mencapai tujuan bersama. Interaksi yang harmonis antara para karyawan suatu organisasi baik dalam hubungannya secara timbale balik maupun secara horizontal antara para karyawan secara timbale balik pula disebabkan oleh komunikasi.

Komunikasi dapat berjalan baik bila pimpinan mampu mempengaruhi bawahan agar melakukan kegiatan yang diinginkan dengan kesadaran sendiri. Pemimpin harus bersifat persuasif dalam berkomunikasi.

Widjaja (1997: 67) mengungkapkan “dengan demikian dapat dikatakan bahwa menggunakan teknik komunikasi persuasif ini tidak lain dari suatu usaha untuk meyakinkan orang lain agar berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan cara membujuk tanpa memaksanya atau tanpa kekerasan. Simon (dalam Effendy, 2001: 58)

mengatakan bahwa, "*Persuasion* adalah komunikasi manusia yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain dengan mengubah nilai atau sikap mereka".

Kemampuan pimpinan berempati kepada karyawan dalam konteks organisasi merupakan salah satu faktor penting. Adanya kemampuan untuk berempati kepada karyawan, pimpinan bias mengetahui perasaan karyawan dengan lebih mendalam dan akan lebih mudah untuk dihibau melakukan sesuatu yang pimpinan inginkan.

Beberapa metode dalam komunikasi persuasive yang dikemukakan oleh Effendy (2000: 22) adalah

a. Asosiasi

Adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak. Metode ini dilaksanakan oleh pimpinan dalam menyampaikan pesan dengan menghubungkan sesuatu atau hal yang menarik perhatian sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih mengena pada komunikan. Pimpinan dalam kegiatan itu diharapkan mengikuti objek atau peristiwa yang menarik perhatian khalayak secara terus menerus.

b. Integrasi

Adalah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara

komunikatif dengan komunikasi, metode ini mengandung pengertian adanya kemampuan komunikator untuk menyatukan diri kepada pihak komunikasi. Demikian pula halnya dengan seorang pimpinan harus mempunyai kemampuan menyatukan diri dengan karyawannya, dalam hal ini merasa senasib dengan karyawannya sehingga dapat memberikan tanggapan yang berupa tindakan atau perilaku. Dampak yang didapat adalah pimpinan akan mudah dalam menyampaikan kehendaknya kepada karyawan.

c. Pay-Off Idea

Merupakan kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-iming hal yang menguntungkan atau hal yang menjanjikan harapan. Dalam rangka mencapai tujuannya, metode ini berdaya upaya menumbuhkan kegairahan emosional. Metode ini menyajikan pesan yang mengandung sugesti (anjuran) yang bila ditaati hasilnya memuaskan. Pimpinan menerapkan metode ini dengan melaksanakan aktifitas penyampaian pesan yang sifatnya memberikan penghargaan atau janji bagi karyawan yang berprestasi.

d. Iching Device

Yaitu menata pesan komunikasi dengan himbauan emosional sedemikian rupa sehingga komunikasi menjadi lebih tertarik. Metode ini pada

dasarnya bertujuan menggugah hati nurani karyawan, artinya upaya untuk mengubah pesan berupa perintah, anjuran maupun teguran dari pimpinan agar karyawan merasa tertarik dan akhirnya bertindak sesuai dengan pesan komunikator (pimpinan). Komunikator dalam hal ini diharapkan memahami dan menguasai pesan yang akan disampaikan dengan cara sedemikian rupa sehingga karyawan sedikit demi sedikit mengerti pesan yang dimaksud dan melaksanakannya. Hal ini dimaksudkan agar komunikator menggunakan factor- factor dalam memperkuat kegiatan komunikasi persuasive yang dilakukan sehingga karyawan dapat mengikutinya.

e. Red Herring

Seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan. Komunikator dalam metode ini diharapkan memahami dan menguasai pesan yang akan disampaikan dengan cara sedemikian rupa sehingga dapat mengelakkan argumentasi yang lemah dan kemudian mengalihkannya kepada pesan yang diinginkan komunikator.

Effendy (2000: 24), menyebutkan bahwa “demikian beberapa teknik persuasif untuk dipilih dan dipergunakan dalam situasi komunikasi tertentu”, penulisannya menggunakan tiga metode persuasive dalam penelitian ini, yaitu metode *Integrasi, Pay- Off Idea, dan Iching Device*. Penulis memfokuskan pada tiga metode diatas karena dari pengertian ketiga metode tersebut nampak bahwa ketiganya jauh dari sifat memaksa atau kekerasan dalam member perintah, tetapi lebih mengarah himbauan atau bujukan. Pimpinan juga menyampaikan pesan komunikasi sedemikian rupa sehingga enak didengar dan dibaca untuk mempengaruhi bawahannya agar berubah sikap, opini dan tingkah lakunya. Penulis tidak menggunakan teknik Asosiasi dan Red Herring karena:

- a. Teknik asosiasi dalam penyajian pesan komunikasi dilaksanakan dengan menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak. Jadi dalam hal ini untuk penyajian komunikasi harus ada objek yang menarik terjadi.
- b. Teknik Red Herring dipergunakan dalam perdebatan untuk meraih kemenangan. Teknik ini sangat penting untuk mempertahankan diri atau untuk menyerang secara diplomatis. Dalam kondisi ini dimungkinkan pihak yang kalah merasa sakit hati atau kecewa sehingga dapat menimbulkan efek negative tertentu.

3. Kinerja Karyawan

Setiap perusahaan pada umumnya selalu ingin memperoleh keunggulan bersaing. Keunggulan tersebut dapat diperoleh melalui upaya peningkatan kinerja perusahaan. Semakin tinggi kinerja yang dicapai maka semakin tinggi pula harapan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Batasan tentang kinerja dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, seperti Hasibuan (1999: 126), yaitu "kinerja adalah perbandingan antara output dengan input. Kinerja dipandang sebagai penggunaan intensif terhadap sumber-sumber konversi seperti tenaga kerja dan mesin yang diukur secara tepat dan benar-benar menunjukkan suatu penampilan yang efisiensi. Kussrianto (1991: 2) mengatakan bahwa "kinerja secara spesifik adalah perbandingan antara hasil yang dicapai dengan peran serta tenaga kerja per satuan waktu". Kinerja yang dimiliki oleh suatu perusahaan berasal dari hasil kerja yang dilakukan oleh setiap karyawan dan mencakup efektivitas dan efisiensi.

Dari berbagai pendapat diatas, penulis menggunakan efektifitas dan efisiensi sebagai indikator dari kinerja.

Selanjutnya dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Efektivitas

Sedarmayanti (2000: 59) mendefinisikan efektivitas sebagai berikut

“Efektivitas merupakan sesuatu yang memberikan gambaran target dapat tercapai”. Efektivitas ini berkaitan dengan pencapaian untuk kerja yang maksimal, dalam arti pencapaian target yang telah ditetapkan sebelumnya. Pelaksanaan kerja suatu karyawan dapat dinyatakan efektif, bila hasil guna yang tercapai sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya oleh perusahaan.

b) Efisiensi

Sedarmayanti (2000: 59) menyatakan bahwa “apabila masukan yang sebenarnya digunakan semakin besar penghematannya, maka tingkat efisiensi semakin tinggi, tetapi semakin kecil masukan yang dapat dihemat maka semakin rendah tingkat efisiensinya”. Organisasi atau perusahaan dalam melakukan kegiatannya pasti akan memperhitungkan nilai keuntungan yang akan dicapai. Terlebih lagi perusahaan yang memiliki output produksi yang tinggi, ia akan menggunakan sumber-sumber secara efisien untuk meningkatkan hasil sehingga produktivitas akan meningkat.

Pekerja lazim dijadikan faktor pengukur produktivitas. Atas dasar inilah kita dapat berbicara mengenai kinerja karyawan. Berdasarkan teori-teori mengenai produktivitas yang telah dikemukakan dapat dijelaskan bahwa kinerja karyawan itu sendiri adalah efektivitas pencapaian hasil

sesuai dengan target yang telah ditetapkan dan efisiensi penggunaan personil sebagai tenaga kerja.

4. Pengaruh Komunikasi Persuasif Terhadap Kinerja Karyawan

Setiap perusahaan pada umumnya selalu ingin meningkatkan kinerja karyawan untuk menunjukkan bahwa perusahaan tersebut berkembang. Komunikasi dalam suatu organisasi sangat penting karena salah pemberian dalam pemberian dan penerimaan dalam suatu argumentasi yang diberikan ataupun kekurangan informasi dapat menyebabkan pertentangan dalam organisasi.

Hal-hal yang dapat mempengaruhi kinerja (Anogoro dan Widiyanti, 1993: 68) adalah sebagai berikut:

- a) Pengertian tujuan perusahaan, oleh karyawan
- b) Pemberian upah atau gaji
- c) Disiplin kerja dalam hubungannya dengan jam kerja yang ditetapkan dan pengerjaan target yang telah ditentukan
- d) Komunikasi. Hal ini dikaitkan dengan erat tidaknya hubungan antara karyawan

Upaya perusahaan dalam mencapai kinerja dan tujuannya tidak terlepas dari adanya komunikasi. Seorang pemimpin dalam berkomunikasi harus memperhatikan aspek- aspek manusia yang dapat menggiatkan

karyawan untuk bekerja sama- sama dan bekerja secara produktif. Adanya proses komunikasi persuasif berarti adanya pemuasan kebutuhan bawahan dan hal ini berdampak pada bawahan dalam melaksanakan tugasnya. Mereka akan melaksanakan tugas sesuai dengan batas-batas yang telah ditentukan oleh organisasi.

5. Kajian Teori Islam

1. Komunikasi Dalam Islam

Dalam Islam komunikasi harus dilandasi dengan cinta dan kasih sayang. Tidak ada alasan bagi anda untuk keluar dari etika-etika yang telah digaris bawahi oleh risalah Islam. Hal tersebut telah dicontohkan langsung oleh Allah yang Maha Penyayang dalam Al Qur'an. Karenanya kita akan mendapati bahwa setiap surah dalam Al Qur'an selalu diawali dengan Bismillahi Rahmaani Rahiim (Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang). Komunikasi dalam Islam sangat erat kaitannya dengan misi Islam sebagai rahmatan lil'alamin. Misi itulah yang mendorong Rasulullah untuk menyampaikan da'wah dengan penuh kasih sayang.

Seperti yang terdapat dalam surat Ali Imran ayat 159 yang menjelaskan tentang etika komunikasi yaitu lemah Lembut sebagai berikut:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ^ص وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوا مِنِّ

حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ
 فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah Lembut terhadap mereka. sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu [246]. Kemudian apabila kamu Telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya (QS. Ali- Imran: 159)

Islam membagi komunikasi dalam beberapa macam yang terdapat dalam ayat Al- Qur'an diantaranya adalah

1. Surat At- Thoha ayat 44, menjelaskan tentang ucapan yang lemah lembut

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ ﴿٤٤﴾

Artinya: Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut".

Asbabu nuzul Surat At- Thoha yaitu, Fir'aun telah berlebihan menyiksa bani Israil sehingga Allah mengutus Musa dan Harun untuk membawa ayat- ayat Nya dan berkata lemah lembut kepada Fir'aun guna agar dia takut dan menerima peringatan dari Allah.

2. Surat Al- Isra' ayat 23, menjelaskan tentang cara berkomunikasi dengan orang tua.

﴿ وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۚ إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ
الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا

قَوْلًا كَرِيمًا ﴿٢٣﴾

Dan Tuhanmu Telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, Maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia[850].

Banyak hadist yang menganjurkan agar anak berbakti kepada orang tua dan mengutuk orang yang durhaka kepada ke dua orang tua. Sebuah hadist menegaskan " seandainya orang tua memukulmu padahal kamu tidak mengujarkan kalimat yang buruk, jangan memandang ortu seolah kamu merendhkannya, jangan angkat tanganmu tinggi- tinggi, jangan berjalan didepannya, bantulah mereka sebelum mereka meminta bantuan.

3. Surat Al- Isra' ayat 28, menjelaskan tentang ucapan yang pantas

﴿ وَإِمَّا تَعْرِضْنَ عَنْهُمْ أَبْتَغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا

﴿٢٨﴾

Artinya: Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, Maka Katakanlah kepada mereka Ucapan yang pantas[851].

4. Surat Al- Isra' ayat 40, menjelaskan tentang perkataan yang sesuai

أَفَأَصْفَكُمْ رَبُّكُمْ بِالْبَيْنِ وَاتَّخَذَ مِنَ الْمَلَائِكَةِ إِنثًا إِنَّكُمْ لَتَقُولُونَ قَوْلًا

عَظِيمًا ﴿٤٠﴾

Artinya: Maka apakah patut Tuhan memilhkan bagimu anak-anak laki-laki sedang dia sendiri mengambil anak-anak perempuan di antara para malaikat? Sesungguhnya kamu benar-benar mengucapkan kata-kata yang besar (dosanya).

5. Surat An- Nisa ayat 63

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ

فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴿٦٣﴾

Artinya: Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan Katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.

Salah satu Hadist yang menjelaskan tentang komunikasi:

من كان قال: رسول الله صلى الله عليه وسلم عن ابي هريرة رضي الله عنه من يؤن با الله واليوم الآخر فليقل خيرا او ليصمت (رواه بخاري و مسلم)

Dari Abu Hurairah r.a bahwasannya Rasul berkata: barangsiapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir maka hendaklah dia berkata baik atau hendaklah diam (H.R. bukhori dan Muslim: 1989 :178)

Seperti yang telah di jelaskan didalam kajian teori, Effendy (2000: 22)

mengemukakan bahwa metode dalam komunikasi persuasif ada 5 yaitu:

- 1) *Asosiasi*. Adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang

menarik perhatian khalayak. Contoh metode *Asosiasi* dalam Islam adalah peristiwa Isra' Mi'raj

- 2) *Integrasi*. Adalah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan, metode ini mengandung pengertian adanya kemampuan komunikator untuk menyatukan diri kepada pihak komunikan. Contoh metode *Integrasi* dalam Islam adalah Nabi Muhammad memimpin sholat berjama'ah dengan para sahabatnya, contoh lain yaitu Nabi memimpin perang langsung.
- 3) *Pay- Off Idea*. Merupakan kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming- nging hal yang menguntungkan atau hal yang menjanjikan harapan. Contoh metode *Pay- Off Idea* dalam Islam adalah janji Allah tentang balasan pahala bagi orang yang mau beribadah kepada-Nya.
- 4) *Iching Device*. Yaitu menata pesan komunikasi dengan himbuan emosional sedemikian rupa sehingga komunikan menjadi lebih tertarik. Contoh metode *Iching Device* dalam Islam adalah Nabi Muhammad menasehati orang yang suka mabuk dan judi, dengan cara menyentuh hatinya yaitu mengumpamakan yang di zinai orang tersebut adalah ibunya sendiri.
- 5) *Red Herring*. Seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan

dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan. Contoh metode *Red Herring* dalam Islam adalah kisah Nabi Ibrahim, yaitu beliau mengajak kaum nasrani untuk menyembah kepada Allah dengan cara siasat yang bisa menyentuh hati para kaum nasrani.

Ada beberapa hal yang menjadi dasar bagi pentingnya berkomunikasi

- 1) Mengungkapkan kegembiraan dan perasaan kasih lainnya. Rasulullah telah memerintahkan kepada orang-orang yang bersaudara karena Islam (berukhuwah Islamiyah) untuk menyampaikan rasa cintanya. Maka sepatutnya rasa cinta ini selalu diungkapkan oleh suami istri dan anak-anaknya.
- 2) Menjadi sarana peningkatan harmonisasi keluarga. Keharmonisan keluarga membutuhkan komunikasi, sehingga keluarga menjadi tempat untuk saling berbagi kebahagiaan dan memecahkan masalah dan menyempurnakan kekuarangan yang ada. Sebab suami istri berfungsi sebagai pakaian bagi pasangannya. Allah berfirman dalam Surat Al- Baqarah ayat 187

أُحِلَّ لَكُمْ لَيْلَةَ الصَّيَامِ الرَّفَثُ إِلَىٰ نِسَائِكُمْ ۚ هُنَّ لِبَاسٌ لَّكُمْ وَأَنْتُمْ
 لِبَاسٌ لَهُنَّ ۗ عَلِمَ اللَّهُ أَنَّكُمْ كُنْتُمْ تَخْتَانُونَ أَنْفُسَكُمْ فَتَابَ
 عَلَيْكُمْ وَعَفَا عَنْكُمْ ۗ فَالْآنَ بَشِّرُوهُنَّ ۗ وَابْتَغُوا مَا كَتَبَ اللَّهُ لَكُمْ ۗ
 وَكُلُوا وَاشْرَبُوا حَتَّىٰ يَتَبَيَّنَ لَكُمُ الْخَيْطُ الْأَبْيَضُ مِنَ الْخَيْطِ الْأَسْوَدِ
 مِنَ الْفَجْرِ ۗ ثُمَّ أَتَمُوا الصَّيَامَ إِلَىٰ اللَّيْلِ ۗ وَلَا تُبَشِّرُوهُنَّ ۗ وَأَنْتُمْ
 عَاكِفُونَ فِي الْمَسْجِدِ ۗ تِلْكَ حُدُودُ اللَّهِ ۗ فَلَا تَقْرَبُوهَا ۗ كَذَلِكَ
 يُبَيِّنُ اللَّهُ آيَاتِهِ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَّقُونَ ﴿١٨٧﴾

Artinya: Dihalalkan bagi kamu pada malam hari bulan puasa bercampur dengan isteri-isteri kamu; mereka adalah pakaian bagimu, dan kamupun adalah pakaian bagi mereka. Allah mengetahui bahwasanya kamu tidak dapat menahan nafsumu, karena itu Allah mengampuni kamu dan memberi ma'af kepadamu. Maka sekarang campurilah mereka dan ikutilah apa yang telah ditetapkan Allah untukmu, dan Makan minumlah hingga terang bagimu benang putih dari benang hitam, Yaitu fajar. kemudian sempurnakanlah puasa itu sampai (datang) malam, (tetapi) janganlah kamu campuri mereka itu, sedang kamu beri'tikaf[115] dalam mesjid. Itulah larangan Allah, Maka janganlah kamu mendekatinya. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepada manusia, supaya mereka bertakwa (QS 2: 187)

- 3) Sebagai sarana bermusyawarah. Setiap keluarga membutuhkan musyawarah dalam menyelesaikan berbagai urusan. Sebab hasil musyawarah akan lebih sempurna dibandingkan hasil pemikiran seseorang dan dapat dipertanggungjawabkan oleh seluruh anggota

keluarga sehingga rasa kebersamaan akan menjadi milik bagi seluruh anggota keluarga.

- 4) Sebagai sarana pemenuhan hak setiap anggota keluarga. Setiap anggota keluarga mempunyai hak yang harus terpenuhi. Untuk memenuhi hak tersebut memerlukan komunikasi. Dengan berkomunikasi maka mereka akan mendapatkan hak-haknya sesuai dengan kebutuhannya.
- 5) Sebagai sarana pendidikan anak. Pendidikan anak memerlukan kasih sayang dan perhatian orang tua sebagaimana pendidikan anak juga memerlukan pujian, nasehat, teguran, peringatan, dialog dan bercerita. Kesemuanya itu memerlukan komunikasi yang baik dan efektif.
- 6) Sebagai sarana da'wah. Keluarga merupakan medan da'wah pertama sebelum berda'wah ditengah masyarakat. Kesuksesan da'wah dalam keluarga menjadi langkah pertama menuju kesuksesan da'wah di masyarakat. Bahkan keberhasilan da'wah di keluarga menjadi tolak ukur kesuksesan da'wah di masyarakat. Sedangkan kesuksesan da'wah itu bergantung pada kesuksesan komunikasi dalam keluarga dan masyarakat. Allah berfirman dalam Surat An- Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah[845] dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Hikmah: ialah Perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dengan yang bathil (QS An- Nahl: 125).

2. Kinerja Dalam Islam

1) Surat An- Naba' ayat 10, dan ayat 11 menjelaskan tentang kinerja

وَجَعَلْنَا اللَّيْلَ لِبَاسًا ﴿١٠﴾ وَجَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَاشًا ﴿١١﴾

Artinya: Dan Kami jadikan malam sebagai pakaian [1546], 11. Dan Kami jadikan siang untuk mencari penghidupan, [1546] Malam itu disebut sebagai pakaian karena malam itu gelap menutupi jagat sebagai pakaian menutupi tubuh manusia.

2) Surat Az- Zumar ayat 39, dianjurkan untuk bekerja sesuai dengan kemampuan

قُلْ يٰقَوْمِ أَعْمَلُوا عَلٰى مَا كُنْتُمْ اِىْنٰى عَمَلٌ فَسَوْفَ تَعْلَمُوْنَ ﴿٣٩﴾

Artinya: Katakanlah: "Hai kaumku, Bekerjalah sesuai dengan keadaanmu, Sesungguhnya aku akan bekerja (pula), Maka kelak kamu akan mengetahui

3) Surat An- Nahl ayat 97, Ditekankan dalam ayat ini bahwa laki-laki dan perempuan dalam Islam mendapat pahala yang sama dan bahwa amal saleh harus disertai iman.

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً
وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُم بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ﴿٩٧﴾

Artinya: Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam Keadaan beriman, Maka Sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik[839] dan Sesungguhnya akan Kami beri Balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.

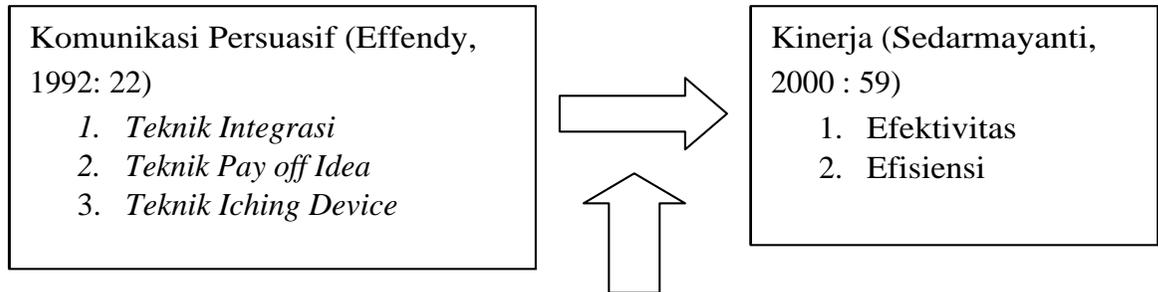
Salah satu hadits mengenai kinerja:

ان الله يحب من العا مل اذا عمل ان يحسن (رواه بيهقي)

Sesungguhnya Allah menyukai seseorang dari kamu yang apabila bekerja, dia menekuni pekerjaannya itu (H.R. Baihaqi)

3. Kerangka Berfikir

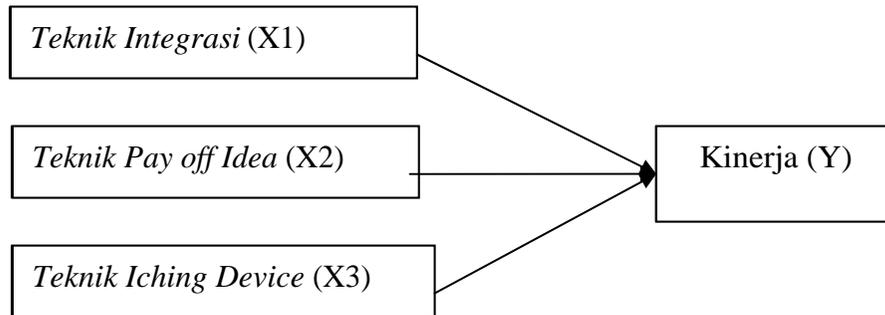
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir



Penelitian Terdahulu

1. Puspasari. "Analisa Hubungan Komunikasi Antara Atasan dan Bawahan terhadap Disiplin Kerja Karyawan". Dari hasil analisa yang dilakukan menunjukkan $r_s = 0.953$ artinya hubungan antara komunikasi atasan dan bawahan terhadap disiplin kerja karyawan adalah sangat erat, dimana jika dipresentasikan hubungan antara komunikasi atasan dan bawahan terhadap disiplin kerja sebesar 95.3%. sedangkan untuk pengujian hipotesa dengan uji t diperoleh $t \text{ hitung} = 26.875553$ lebih besar daripada $t \text{ tabel} = (\alpha = 5\%, db = N = 73) = 0.306$.
2. Iif Kholifah. "Pengaruh komunikasi antara atasan dan bawahan terhadap kepuasan kerja karyawan pada perusahaan kompor kupu mas Merjosari Malang". menyimpulkan bahwa Komunikasi internal mempunyai pengaruh yang lebih dominan sebesar 39.1% daripada komunikasi eksternal yang berpengaruh sebesar 25.8% terhadap kepuasan kerja karyawan kompor kupu mas Malang.

4. Hipotesis



Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, hipotesis yang dapat diambil adalah:

1. H_0 = tidak ada pengaruh *teknik Integrasi (X1)* secara parsial terhadap kinerja karyawan (Y)
 H_a = ada pengaruh *teknik Integrasi (X1)* secara parsial terhadap kinerja karyawan (Y)
2. H_0 = tidak ada pengaruh *teknik Pay off Idea (X2)* secara parsial terhadap kinerja karyawan (Y)
 H_a = ada pengaruh *teknik Pay off Idea (X2)* secara parsial terhadap kinerja karyawan (Y)
3. H_0 = tidak ada pengaruh *teknik Iching Device (X3)* secara parsial terhadap kinerja karyawan (Y)
 H_a = ada pengaruh *teknik Iching Device (X3)* secara parsial terhadap kinerja karyawan (Y)
4. H_0 = tidak ada pengaruh *teknik Integrasi, teknik Pay off Idea dan teknik Iching Device* secara parsial terhadap kinerja karyawan (Y)
 H_a = ada pengaruh *teknik Integrasi, teknik Pay off Idea dan teknik Iching Device* secara parsial terhadap kinerja karyawan (Y)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada AJB Bumiputera 1912 cabang Pasuruan Kota yang berdomisili di Jl. Panglima Sudirman no. 31 Pasuruan. Adapun pemilihan terhadap lokasi penelitian tersebut didasarkan atas pertimbangan dalam memperoleh hasil penelitian terhadap data- data yang diperlukan yaitu mengenai pengaruh komunikasi persuasif terhadap produktivitas kerja karyawan ajb bumiputera 1912 cabang pasuruan kota.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan tujuan Berhubungan dengan judul yang dikemukakan, maka jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian *explanatory* (penelitian penjelasan) Menurut Singarimbun (2006:5). Penelitian *explanatory* adalah untuk menjelaskan hubungan kausal antara variable-variabel melalui pengujian hipotesa. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *explanatory* karena peneliti ingin menjelaskan hubungan kausal yang terjadi antara variabel-variabel.

Dalam pelaksanaanya penelitian *explanatory* menggunakan metode penelitian survai, dimana informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Menurut Singarimbun (2006: 3) penelitian survai

adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuosioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. menurut Sugiyono (2007: 55). Sehingga dapat disimpulkan bahwa populasi adalah semua obyek atau subyek yang diteliti dalam penelitian. Sedangkan sample adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Dan populasinya adalah seluruh karyawan AJB Bumiputera cabang pasuruan yang berjumlah 90 orang, terus untuk sample peneliti hanya mengambil beberapa karyawan saja. Disini peneliti hanya mengambil sampel yang berjumlah 73 orang.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Standar eror atau persen kelonggaran ketidak teletian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir atau diinginkan, yaitu sebesar 5% (0,05). (Hasan, Iqbal 2002: 61)

Maka sampelnya adalah :

$$n = \frac{90}{1+90 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{90}{1,225}$$

$$n = 73,5 = 73 \text{ orang}$$

D. Data dan Sumber Data

Ada beberapa jenis data yang bisa disajikan sumber data dalam suatu penelitian. Dalam mengadakan penelitian ini maka data- data yang diperlukan antara lain:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian atau lapangan. Dalam hal ini peneliti langsung meminta informasi kepada kepala cabang AJB BUMIPUTERA1912 Pasuruan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bisa diperoleh dari pihak lain, bukan diusahakan langsung oleh pengumpulannya. Sedangkan

menurut Bungin (2006:122) data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari arsip dan dokumen AJB BUMIPUTERA 1912 Cabang Pasuruan Kota.

E. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Metode Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan lain sebagainya. Dokumen-dokumen yang diperlukan dalam penelitian ini adalah berupa catatan dan transkrip.
2. Metode Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya secara langsung. Dalam wawancara ini terjadi interaksi komunikasi antara pihak peneliti selaku penanya dan responden selaku pihak yang diharapkan memberikan jawaban.
3. Kuesioner disebut juga sebagai angket atau self administrated questioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pernyataan kepada responden untuk diisi.

F. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, alat ukur tersebut digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. (Sugiyono, 2008: 92)

Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2006:135) skala likert adalah digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata, dan untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban itu diberikan skor antara lain:

Jawaban Selalu	Skor : 5
Jawaban Sering	Skor : 4
Jawaban Kadang - kadang	Skor : 3
Jawaban Jarang	Skor : 2
Jawaban Tidak Pernah	Skor : 1

G. Definisi Operasional Variabel

a. Variabel terikat (Y): Kinerja Karyawan

Kinerja karyawan adalah suatu hasil kerja yang dicapai oleh

anggota dalam melaksanakan suatu pekerjaan selama periode tertentu yang diukur dengan menggunakan standar yang telah ditetapkan.

b. Variabel Komunikasi Persuasif (X)

a) Integrasi (X1)

Yang dimaksud dengan integrasi adalah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Metode ini mengandung pengertian adanya kemampuan komunikator untuk menyatukan diri kepada pihak komunikan.

b. *Pay-Off Idea* (X2)

Adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming- iming hal yang menguntungkan atau yang menjanjikan harapan. Dalam rangka mencapai tujuannya, metode ini berdaya upaya menumbuhkan kegairahan emosional.

c. *Iching Device* (X3)

Yaitu menata pesan komunikasi dengan himbuan emosional sedemikian rupa sehingga komunikan menjadi lebih tertarik. Metode ini pada dasarnya bertujuan menggugah hati nurani karyawan, artinya upaya untuk mengubah pesan berupa perintah, anjuran maupun teguran dari pimpinan agar karyawan merasa tertarik dan akhirnya bertindak sesuai dengan pesan komunikator.

Tabel 3.1
Konsep, variabel, indikator dan item

Konsep	Variabel	Indikator	Item
Komunikasi Persuasif (X)	<i>Integrasi (X1)</i>	1.mendengar keluhan karyawan 2.memperhatikan keluhan karyawan 3.melibatkan karyawan dalam mengambil keputusan	1.Pimpinan mendengar keluhan karyawan 2.Pimpinan memperhatikan keberadaan karyawan dalam bekerja 3.Karyawan memberikan masukan dalam pengambilan keputusan yang menyangkut bidang kerja diperusahaan
	<i>Pay-Off Idea (X2)</i>	1.reward (kenaikan pangkat) non financial 2.reward (prestasi) 3.celebration (pujian)	1.Pimpinan menjanjikan kenaikan pangkat bagi karyawan yang berprestasi 2.Pimpinan memberikan penghargaan kepada karyawan yang berprestasi 3.Karyawan pernah mendapat pujian dari pimpinan ketika mampu menyelesaikan pekerjaan dengan baik
	<i>Iching Device (X3)</i>	1.penyampaian ide baru 2.Masukan 3.Kesempatan kepada karyawan	1.Karyawan menyampaikan kepada pimpinan setiap kali mempunyai ide baru yang menyangkut bidang kerja 2.Pimpinan memberikan masukan yang dapat mendukung karier karyawan 3.Pimpinan memberi kesempatan kepada karyawan untuk mengembangkan keahlian
Kinerja (Y)	Efektivitas (Y1)	1.sesuai jadwal 2.disiplin 3.ketepatan waktu	1.Karyawan mematuhi jadwal kerja yang sudah ditetapkan perusahaan 2.Karyawan pernah tidak masuk kerja pada hari kerja 3.Karyawan mengerjakan pekerjaan tepat waktu berdasarkan uraian kerja yang diberikan perusahaan
	Efisiensi (Y2)	1.ketertiban 2.penyelesaian beban pekerjaan 3.tingkat volume pekerjaan	1.Karyawan pernah meninggalkan pekerjaan pada saat jam kerja (selain alasan sakit) sehingga mengakibatkan pekerjaan terbengkalai 2.Karyawan dapat menyelesaikan beban pekerjaan dengan baik yang

			menjadi tanggung jawab 3.karyawan mampu menangani pekerjaan lebih banyak dari beban pekerjaan
--	--	--	--

Sumber: Data Diolah 2009

H. Teknik Analisis Data

a. Uji Instrument

Menurut Suharsimi (1996 dalam Hasan 2002:76) instrumen penelitian adalah alat fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.

Untuk menunjukkan sejauh mana instrumen penelitian dapat dipercaya dan dilakukan dengan dua pengamatan yaitu:

1. Uji Validitas

Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan serta dapat mengungkapkan data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud. Valid tidaknya suatu item dapat diketahui dengan cara membandingkan indeks produk moment (r hitung) dengan nilai kritisnya yang mana r hitung dapat decanal dengan rumus (Arikonto, 2002:146).

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\left\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\right\} \left\{N \sum y^2 - (\sum y)^2\right\}}}$$

Dimana:

r_{xy} : Pengaruh Variabel x dan y

$\sum x$: Jumlah Skor jawaban setiap item

$\sum y$: Jumlah skor total

n : Jumlah responden

Sebuah data dapat dikatakan valid apabila validitas tersebut mencapai ≥ 0.30 (Sugiono Dan Wibowo, 2001:233)

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Untuk mengetahui suatu alat ukur reliable atau tidak dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan Alpha Cronbach dengan rumus sebagai berikut (Sugiono, 2005. 233):

$$r_i = \frac{[k]}{[k]} \frac{[1 - \sum \zeta_i^2]}{\zeta_i}$$

Keterangan :

r_i : Reliabilitas instrument

k : Mean kuadran antara subyek

$\sum_i \zeta_i^2$: Kuadran kesalahan

ζ_i^2 : Varians total

Menurut Malhotra (1989:34), suatu instrumen dapat dikatakan reliabel jika memiliki koefisien keandalan (reliabel) sebesar ≥ 0.60 atau lebih.

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis ordinary least square (OLS). (<http://jonikriswanto.blogspot.com>)

Macam-macam uji asumsi klasik:

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian ekonometrika yang digunakan untuk menguji suatu model apakah terjadi hubungan yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel bebas, sehingga sulit untuk memisahkan pengaruh antara variabel-variabel itu secara individu terhadap variabel terikat. Pengujian ini untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dalam persamaan regresi tersebut tidak saling berkorelasi (Sumarsono, 2004:224).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian ekonometrika yang digunakan untuk menguji suatu model apakah antara variabel bebas dan variabel terikat saling mempengaruhi. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian kita berasal dari populasi yang sebarannya normal. Uji ini perlu dilakukan karena semua perhitungan statistik parametrik memiliki asumsi normalitas sebaran. Formula/rumus yang digunakan untuk melakukan suatu uji (t-test misalnya) dibuat dengan mengasumsikan bahwa data yang akan dianalisis berasal dari populasi yang sebarannya normal. Bisa ditebak bahwa data yang normal memiliki kekhasan seperti mean, median dan modusnya memiliki nilai yang sama. Selain itu juga data normal memiliki bentuk kurva yang sama, bell curve.

c. Analisis Regresi Berganda

Untuk menentukan ketepatan prediksi apakah ada hubungan kuat antara variabel terikat (Y) semangat kerja dengan variabel bebas (X)

kepuasan kerja, maka dalam penelitian ini menggunakan rumus regresi berganda, karena lebih dari satu variabel. Sebagaimana menurut Sugiyono, dkk (2001:205) menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.

Rumusnya dapat dilihat sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y : kinerja karyawan

a : intercept atau konstanta, yaitu nilai Y pada saat X=0

b_1 : koefisien regresi dari variabel X_1

b_2 : koefisien regresi dari variabel X_2

b_3 : koefisien regresi dari variabel X_3

X_1 : *Integrasi*

X_2 : *Pay-off Idea*

X_3 : *Iching Device*

d. Uji Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui prosentase pengaruh variabel independen terhadap perubahan variabel dependen. Artinya pengaruh variabel independen terhadap perubahan variabel dependen, (Sugiyono, 2005:258)

$$R^2 = \frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y + b_4 \sum X_4 Y}{\sum Y^2}$$

Keterangan:

R^2 : Koefisien Determinan

$b \sum XY$: Koefisien Regresi antara variable

c. Regresi Linier Berganda

Untuk melihat pengaruh antara dua variabel bebas dan satu variabel terikat yang ada, dan menggunakan formula:

$$Y = b + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Diminta :

Y : Variabel terikat (Kinerja Karyawan)

b : Konstanta

b₁ : Koefisien Regresi X₁

b₂ : Koefisien Regresi X₂

b₃ : Koefisien Regresi X₃

X₁ : Variabel Bebas (Integrasi)

X₂ : Variabel Bebas (Pay-of Idea)

X₃ : Variabel Bebas (Iching Device)

1. Uji Parsial (uji t)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel, baik variabel bebas terhadap variabel terikat tersebut yang signifikan secara statistik. Menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. (Sugiono,2005:223)

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

keterangan :

r : Koefisien regresi

n : Jumlah responden

Adapun langkah-langkah analisis uji parsial adalah sebagai berikut:

Apabila : $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, ini berarti tidak ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y. $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, ini berarti ada pengaruh yang bermakna oleh variabel x dan y.

2. Uji Simultan (uji f)

Pengujian hipotesis kedua dilakukan dengan memanfaatkan uji statistik F (uji serentak), dengan rumus (Sudjana, 1992:385):

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

F = rasio

R^2 = hasil perhitungan R dipangkatkan dua

k = jumlah variabel bebas

n = banyaknya sampel

Berdasarkan hipotesis yang telah diajukan di muka, maka untuk pengujian hipotesis (1), diuji sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$, artinya secara bersama-sama tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel X_1, X_2, X_3 terhadap variabel Y.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. PAPARAN DATA HASIL PENELITIAN

1. Sejarah Singkat AJB Bumiputera 1912

AJB Bumiputera 1912 adalah perusahaan asuransi jiwa nasional milik bangsa Indonesia yang pertama dan tertua. Didirikan di Magelang pada tanggal 12 februari 1912 atas prakarsa seorang guru sederhana bernama M. Ng. Dwidjosewojo- sekretaris persatuan guru hindia belanda (PGHB). Gagasan pendirian perusahaan asuransi ini karena didorong oleh keperihatinan yang mendalam terhadap nasib para guru bumi putera. Dalam pendirian tersebut M. Ng. Dwidjosewojo dibantu bersama dua orang guru lainnya yaitu MKH Soebroto dan M. Adimijdojo.

Tidak seperti perusahaan berbentuk perseroan terbatas (PT) yang kepemilikannya hanya oleh pemodal tertentu, sejak awal pendiriannya Bumiputera sudah menganut sistem kepemilikan dan penguasaan yang unik, yakni bentuk badan usaha "**Mutual**" atau "**Usaha Bersama**".

Semua pemegang polis adalah pemilik perusahaan yang mempercayakan wakil- wakil mereka di Badan Perwakilan Anggota (BPA) untuk mengawasi jalannya perusahaan. Perjalanan Bumiputera kini mencapai 9 dasawarsa. sepanjang itu tentu ssaja tidak terlepas daaari

pasang surut. Memasuki milenium ketiga, Bumiputera mempunyai lebih dari 600 kantor yang tersebar diseluruh pelosok Indonesia salah satunya Asuransi Jiwa Bumiputera di Pasuruan Kota.

Hal ini dapat dilihat diraihnya beberapa penghargaan yang telah diperolehnya. beberapa diantaranya:

- a. Bumiputera menerima The Best Brand 2004, 22 Juli 2004 di Hotel Sangrila, penghargaan ini adalah yang keempat kali. Sebelumnya pada 2000, 2002 dan 2003 Bumiputera juga pernah meraih penghargaan sebagai merek terpopuler dan merek terbaik untuk kategori asuransi jiwa.
- b. Bumiputera menerima ICSA (Indonessiaa Customer Satisfaction Awards) 2003, di hotel mulia 18 september 2003. ditahun sebelumnya Bumiputera juga menerima penghargaan yang sama.
- c. Bumiputera menerima SCSI (Solo Customer Satisfaction Index) Awards pada tahun 2003 dan 2004 di hotel Lor Inn, Surakarta.

2. Lokasi Perusahaan

Letak perusahaan berarti dimana perusahaan melakukan aktivitasnya sehari- hari sedangkan letak perusahaan ini menentukan masa depan perusahaan. Adapun letak AJB Bumiputera 1912 adalah di jl. Panglima Sudirman no. 31 Pasuruan.

3. Bentuk Badan Hukum

Dalam suatu perusahaan perlu adanya suatu legalitas hukum untuk menjamin keberadaannya di negara Indonesia. AJB Bumiputera 1912 merupakan mutualisme bukan PT, CV atau Persero. Pemilik perusahaan adalah pemegang polis dan keuntungan diberikan kepada pemegang polis. Badan tertinggi adalah Badan Perwakilan Anggota yang terdiri dari pemegang polis yang mempunyai pengaruh di suatu daerah. Badan Perwakilan Anggota yang mengawasi komisaris dan dewan direksi dalam menjalankan perusahaan.

4. Personalia Perusahaan

Dalam menjalankan operasional perusahaan, peran karyawan tidak dapat dianggap sebelah mata. Keberadaan mereka sangat membantu perusahaan untuk membantu roda kegiatannya. Berikut ini dijelaskan tentang aspek personalia perusahaan yang menyangkut jumlah karyawan, jam kerja, sistem penggajian dan pelatihan serta pengembangan karyawan.

a. Jumlah Karyawan

AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Pasuruan Kota secara keseluruhan memiliki karyawan sebanyak 90 orang dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4.1

Jumlah Karyawan Menurut Jabatannya

No	Jabatan / Posisi	Jumlah
1.	Kepala Cabang AJB	1
2.	Wakil Kepala Cabang / KUAk	1
3.	Kasir	1
4.	Pegawai Administrasi	1
5.	Supervisor	10
6.	Agen Debit	23
7.	Agen Produksi	50
8.	Bagian Kebersihan	1
9.	Penjaga Malam	2
	Total	90

Sumber data : AJB Bumiputera 1912, Pasuruan, tahun 2009.

b. Kualitas Karyawan

Kualitas Karyawan dapat dilihat dari tingkat pendidikan sebagai berikut:

Tabel 4.2

Jumlah Karyawan Menurut Kualitas Pendidikan

No	Jabatan	Jumlah Orang
1.	Sarjana	21
2.	SLTA dan yang sederajat	69
	Total	90

Sumber data : AJB Bumiputera 1912, Pasuruan, tahun 2009.

c. Jam Kerja

Jam kerja yang berlaku di AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Pasuruan Kota sebagai berikut:

1. Hari Senin sampai dengan Kamis

Masuk : pukul 07.30 WIB

Istirahat : pukul 12.00 – 13.00 WIB

Pulang : pukul 16.30 WIB

2. Hari Jum'at

Masuk : pukul 07.30 WIB

Istirahat : pukul 11.30 – 13.00 WIB

Pulang : pukul 16.30 WIB

d. Sistem Penggajian

Sistem Penggajian merupakan suatu faktor yang perlu diperhatikan, karena apabila sistem tersebut tidak ada masalah maka karyawan akan puas dan ini sangat berpengaruh terhadap semangat dan gairah kerja karyawan. Adapun sistem penggajian yang ditetapkan oleh AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Pasuruan Kota, yaitu sistem gaji bulanan, sistem gaji ini diberikan setiap bulan yaitu pada setiap akhir bulan untuk karyawan dinas dalam sedangkan pada awal bulan untuk karyawan dinas luar.

e. Pelatihan dan Pengembangan Karyawan

Sebagai aspek yang paling berharga, investasi terhadap sumber daya manusia dirasa cukup penting untuk mengantisipasi persaingan di masa yang akan datang. Untuk itu perusahaan berusaha untuk meningkatkan kemampuan karyawannya dengan cara mengikuti pelatihan baik yang diselenggarakan oleh pihak AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Pasuruan Kota maupun pihak luar.

Selain itu apabila karyawan mampu, maka perusahaan juga memberikan bantuan kepada karyawan untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Adapun pelatihan yang pernah diikuti antara lain adalah:

1. Pelatihan untuk Agen baru dengan cara bedah produk dan cara memasarkan produk
2. Pendidikan Bumiputera online dan mengikuti teritorial
3. Pelatihan tentang teknik penjualan (role play) serta mengikuti ceramah atau instruktur pendidikan.

5. Visi dan Misi Perusahaan

a) Visi perusahaan AJB Bumi Putera Pasuruan

AJB Bumi Putera 1912 menjadi perusahaan asuransi jiwa nasional yang kuat, modern dan menguntungkan didukung oleh Sumber Daya

Manusia yang profesional yang menjunjung tinggi nilai- nilai idealisme serta mutualisme.

b) Misi perusahaan AJB Bumi Putera Pasuruan

1. Menyediakan pelayanan dan produk jasa asuransi jiwa yang berkualitas sebagai wujud partisipasi dalam pembangunan nasional melalui peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia.
2. Menyelenggarakan berbagai pendidikan dan pelatihan untuk menjamin pertumbuhan kompetensi karyawan, peningkatan produktivitas dan kesejahteraan dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan perusahaan kepada pemegang polis.
3. Mendorong terciptanya iklim kerja yang motivatif dan inovatif untuk mendukung proses bisnis internal perusahaan yang efektif dan efisien.

6. Struktur Organisasi

Seperti disebutkan bahwa AJB Bumiputera 1912 merupakan perusahaan yang pemiliknya adalah pemegang polis, namun demikian perusahaan yang baik dan teratur akan selalu mempunyai susunan organisasi atau struktur organisasi. Hal ini untuk memudahkan dalam membedakan antara pimpinan dan bawahan, sehingga perusahaan akan berjalan dengan baik.

Struktur Organisasi memang perlu disusun untuk setiap perusahaan, seperti yang dikemukakan oleh The Liang Gie (1983: 95) sebagai berikut:

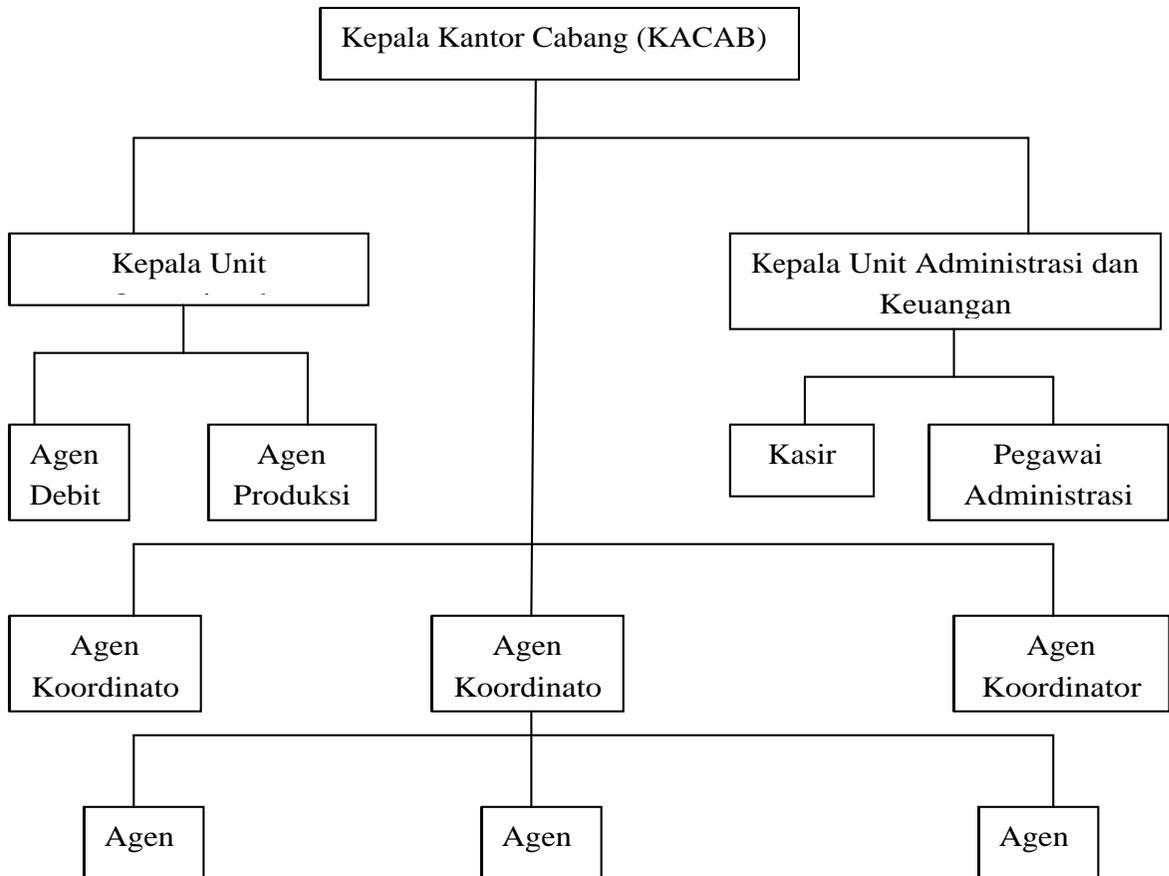
”Struktur Organisasi adalah suatu kerangka yang menunjukkan hubungan diantara pejabat maupun bidang- bidang kerja satu sama lain, sehingga sejak kedudukannya, wewenang dan tanggung jawab masing- masing dalam suatu kebulatan yang secara teratur. kerangka itu dapat terwujud dalam berbagai pola lazimnya disebut bentuk tata ragam organisasi”.

Dengan uraian diatas sudah jelas bahwa dengan adanya struktur organisasi, maka kegiatan yang dilaksanakan lebih terarah dan tertib. Pola AJB Bumiputera 1912 ini struktur organisasi yang dipakai berbentuk garis. Pimpinan perusahaan mempunyai kekuasaan penuh atas aktivitas perusahaan sehingga seluruh kekuasaan dan tanggung jawab mengalir dsari pucuk pimpinan terus kebawah berdasarkan garis lurus dan pimpinan menentukan tujuan perusahaan serta kebijaksanaan yang dibuat pimpinan.

Untuk lebih jelasnya struktur organisasi AJB Bumiputera 1912 berikut ini penulis akan menunjukkan pada gambar 3 berikut ini beserta keterangan- keterangannya.

Gambar 4.1

Bagan Struktur Organisasi



a. Kepala Kantor Cabang (KACAB), bertanggung jawab kepada Kepala Kantor Wilayah

KACAB membawahi 3 bagian yaitu:

1. Kepala Unit Operasional
2. Kepala Unit Administrasi dan Keuangan
3. Agen Koordinator

KACAB mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

1. Meneliti dan mengesahkan kebenaran pengisian SP, menandatangani SP
 2. Menandatangani SP
- b. Kepala unit operasional, bertanggung jawab kepada Kepala Kantor Cabang

Kepala unit ini membawahi beberapa agen antara lain:

1. Agen Debit
2. Agen Produksi

Tugas- tugasnya meliputi:

1. melakukan kontrol atau pengawasan pada bawahan
2. membina dan memberikan pengarahan apabila terdapat problem solving

- c. Kepala unit administrasi dan keuangan, bertanggung jawab kepada Kepala Kantor Cabang

Kepala unit ini membawa tugas memimpin beberapa bagian antara lain:

1. Bagian Kasir
2. Pegawai Administrasi

Tugas- tugasnya meliputi:

1. Meneliti dan verifikasi SP dan kelengkapannya

2. Mengentry data SP yang telah diverifikasi
 3. Mengirim data SP ke kantor cabang
- d. Agen koordinator, bertanggung jawab kepada Kepala Kantor Cabang

Agen koordinator ini membawahi beberapa agen antara lain:

1. Agen
2. Agen

Tugas- tugasnya meliputi:

1. Melakukan pengamatan kesehatan fisik calon tertanggung
2. Menaksir nilai ekonomis sesuai dengan tingkat profesionalisme calon tertanggung
3. Meneliti hubungan kepentingan asuransi
4. Kelayakan keuangan calon pemegang polis
5. Memandu pemegang polis dalam mengisi SP

7. Pemasaran

Untuk menawarkan jasa yang ditawarkan, tentunya perusahaan memerlukan tempat sebagai daerah pemasaran. AJB Bumiputera 1912 mengandalkan pemasaran dengan sistem *relationship selling* (menarik perhatian), *display selling* (membangun keyakinan), *motivate selling* (memantapkan keinginan) dan *action selling* (menjalin kerjasama).

a. Produk

AJB Bumiputera 1912 merupakan asuransi yang sampai saat ini masih dipercaya oleh masyarakat di kota Pasuruan. Adapun rincian beberapa macam produk meliputi "ciri produk, fakta, manfaat, segmen pasar, sales presension. Produk yang ditawarkan AJB Bumiputera 1912 terdiri dari:

1. Asuransi Eka Waktu Ideal
2. Asuransi Mitra Beasiswa Bersama
3. Asuransi Mitra Pelangi
4. Asuransi Mitra Permata
5. Asuransi Mitra Mealti
6. Asuransi Mitra Cerdas
7. Asuransi Mitra Sehat
8. Asuransi Mitra Oetama
9. Asuransi Mitra Poesaka
10. Asuransi Mitra Prima
11. Asuransi Mitra Abadi
12. Asuransi Mitra Guru
13. Asuransi Mitra Dana

b. Harga

AJB Bumiputera 1912 menetapkan harga melalui tarif premi asuransi per produk, usia pemegang polis dan jangka waktu persetujuan.

c. Promosi

AJB Bumiputera 1912 menggunakan media promosi dalam usaha memperkenalkan produknya ke masyarakat luas. Adapun bentuk promosi yang dilakukan selama ini adalah:

1. Pemasangan papan nama di depan AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Pasuaruan Kota
2. Surat (*Mail Order Service*)
3. Informasi dari mulut ke mulut
4. Pemberian brosur- brosur kepada nasabah lama untuk dapat disebarkan ke orang lain.
5. *Group Selling*
6. pintu ke pintu

d. Saluran Distribusi

AJB Bumiputera 1912 sudah mempunyai lebih dari 300 kantor di seluruh daerah dan sudah terintegrasi dengan menggunakan jaringan online per 2007.

B. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Responden

Pada bab ini di jelaskan tentang deskripsi umum responden yang bekerja pada AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Pasuruan Kota untuk memudahkan penulis dalam menggambarkan keadaan responden secara umum. Keadaan umum responden dalam penelitian ini dilihat dari latar belakang responden berdasarkan jenis kelamin,usia, tingkat pendidikan dan lama bekerja. Pengelompokan masing- masing jawaban didasarkan pada kuesioner yang disebarakan kepada responden.

Dari 73 eksemplar kuesioner yang disebarakan kepada responden, semua dapat diterima dengan baik dan tidak ada yang hilang serta terjawab oleh responden. Data yang terkumpul dari hasil jawaban kuesioner yang disebarakan kepada responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Distribusi jenis kelamin, usia, pendidikan, masa kerja.

Umur	Responden	Presentase (%)
Perempuan	42	57, 53%
Laki- laki	31	42, 47%
Total	73	100%
Umur	Responden	Presentase (%)
21- 30 tahun	37	50, 69%
31 - 40 tahun	24	32, 88%
41 - 50 tahun	12	16, 43%
Total	73	100 %
Pendidikan	Responden	Presentase (%)
Sarjana	21	28, 77%
SLTA dan sederajat	52	71, 23%

Total	73	100 %
Masa Kerja	Responden	Presentase (%)
1 - 8 tahun	37	50,70%
9 - 16 tahun	26	35,61 %
17-25 tahun	10	13,69 %
Total	73	100%

Sumber Data: Data diolah, 2009

Dari tabel 4.3, terlihat bahwa jumlah responden perempuan dari sampel lebih dominan dibandingkan laki- laki, hal ini dapat menggambarkan informasi bahwa dalam bidang jasa yang dijual lebih dulu hadala figurinya. Hal ini masih menjadi aturan yang tidak tertulis di dalam budaya masyarakat Indonesia, didukung dengan umur diatas 30 tahun sebanyak 49,31 persen. Berdasarkan pendidikan, nampak juga bahwa 52 responden atau sekitar 71,23 persen lulusan SLTA dan sederajat. Sedangkan masa kerjanya lebih didominasi oleh 1- 8 tahun dan 9 - 16 tahun 86,31 persen dibandingkan dengan 17 - 25 tahun yang hanya 13,69 %. Hasil ini menunjukkan bahwa segmen terbesar didominasi oleh kelompok 1- 8 tahun dan 9 - 16 tahun.

C. PENGUJIAN INSTRUMEN

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Ada dua syarat penting yang berlaku pada sebuah kuesioner yaitu valid dan reliabel. Statu kuesioner dikatakan valid jika item-item pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sedangkan kuesioner tersebut reliabel apabila jawaban responden

terhadap variable-variabel tersebut konsisten dari waktu ke waktu atau jawaban yang di berikan responden yang satu dengan yang lain akan sama. Jika item-item kuesioner tersebut bisa di jadikan prediktor variable yang di teliti.

Item-item tersebut jika mempunyai nilai r hitung $>$ r tabel yaitu apabila validitas tersebut mencapai ≥ 0.30 (Sugiono Dan Wibowo, 2001:233) maka item-item tersebut dikatakan valid. Sedangkan apabila mempunyai variabel-variabel tersebut mempunyai cronbach's alpa diatas 60% (0.60) maka variabel tersebut di katakan reliabel. Dalam penelitian ini kevalitan dan kerealibelan item dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.4
Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	No Item	r hitung	r tabel	Alpha	Keputusan
Teknik Integrasi (X1)	X1.1	0,759	0,235	0,7034	Valid dan reliabel
	X1.2	0,842	0,235		Valid dan reliabel
	X1.3	0,782	0,235		Valid dan reliabel
Teknik Pay-off Idea (X2)	X2.1	0,744	0,235	0,6215	Valid dan reliabel
	X2.2	0,794	0,235		Valid dan reliabel
	X2.3	0,730	0,235		Valid dan reliabel
Teknik Iching Device (X3)	X3.1	0,680	0,235	0,6396	Valid dan reliabel
	X3.2	0,884	0,235		Valid dan reliabel
	X3.3	0,711	0,235		Valid dan reliabel

Kinerja (Y)	Y1	0,558	0,235	0,6312	Valid dan reliabel
	Y2	0,605	0,235		Valid dan reliabel
	Y3	0,567	0,235		Valid dan reliabel
	Y4	0,619	0,235		Valid dan reliabel
	Y5	0,545	0,235		Valid dan reliabel
	Y6	0,441	0,235		Valid dan reliabel

Sumber Data: Data diolah, 2009

Dari tabel 4.6 diatas tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap item kuesioner yang diberikan kepada responden sudah valid dan reliabel. Hal ini terbukti nilai r hitung > r tabel mencapai diatas 0.235 dan cronbach's alpha diatas 60% (0.60).

D. Gambaran deskripsi item

Gambaran distribusi ini akan menyajikan gambaran mengenai item atas hasil jawaban kuesioner yang telah disebarkan kepada karyawan AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Pasuruan Kota sebagai berikut:

1. Teknik Integrasi (X1)

Adapun hasil jawaban responden peneliti dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Deskripsi data Integrasi (X1)

Item	Keterangan	Jumlah	
		Orang	Persentase%
1	Apakah menurut anda pimpinan mendengarkan keluhan anda?		
	a. Selalu	14	16,4
	b. Sering	13	19,2
	c. Kadang	29	17,8
	d. Jarang	12	39,7
	e. Tidak pernah	5	6,8
	Jumlah	73	100
2	Apakah pimpinan anda memperhatikan keberadaan anda dalam bekerja?		
	a. Selalu	18	24,7
	b. Sering	13	17,8
	c. Kadang- kadang	13	35,6
	d. Jarang	26	20,5
	e. Tidak Pernah	15	6,8
	Jumlah	73	100
3	Apakah anda memberikan masukan dalam pengambilan keputusan yang menyangkut bidang kerja anda diperusahaan?		
	a. Selalu	20	27,4
	b. Sering	11	15,1
	c. Kadang- kadang	24	32,9
	d. Jarang	12	16,4
	e. Tidak Pernah	6	8,2
	Jumlah	73	100

Sumber Data: Data diolah, 2009

Dari tabel 4.7 dapat diketahui bahwa selama ini pimpinan anda kurang mendengarkan keluhan anda (X1.1) diketahui bahwa responden yang menyatakan kadang- kadang sebanyak 39,7% , yang menyatakan tidak pernah berjumlah 5 responden (6,8%), yang menyatakan jarang sebanyak

16,4%, dan yang menyatakan sering berjumlah 13 responden (17,8%), dan responden yang menyatakan selalu berjumlah 14 responden (19,2%).

Pada item integrasi ini pimpinan anda kurang memperhatikan keberadaan anda dalam bekerja (X1.2) diketahui bahwa responden yang menyatakan kadang- kadang sebanyak 35,6%, yang menyatakan tidak pernah berjumlah 1 responden (1,4%), yang menyatakan sering sebanyak 17,8%, dan yang menyatakan jarang berjumlah 15 responden (20,5%), dan responden yang menyatakan selalu berjumlah 18 responden (24,7%).

Dalam item ini anda kurang aktif memberikan masukan dalam pengambilan keputusan yang menyangkut bidang kerja anda diperusahaan (X1.3) diketahui bahwa responden yang menyatakan kadang- kadang sebanyak 32,9%, yang menyatakan tidak pernah berjumlah 6 responden (8,2%), yang menyatakan sering sebanyak 15,1%, dan yang menyatakan jarang berjumlah 12 responden (16,4%), dan responden yang menyatakan selalu berjumlah 20 responden (27,4%).

2. Teknik Pay-off Idea (X2)

Tabel 4.6
Deskripsi data Pay-off Idea (X2)

Item	Keterangan	Jumlah	
		Orang	Persentase%
1	Apakah pimpinan menjanjikan kenaikan pangkat bagi karyawan yang berprestasi?		
	a. Selalu	16	21,9
	b. Sering	20	27,4
	c. Kadang	29	39,7
	d. Jarang	5	6,8
	e. Tidak pernah	3	4,1
	Jumlah	73	100
2	Apakah pimpinan memberikan penghargaan kepada karyawan yang berprestasi?		
	a. Selalu	12	16,4
	b. Sering	30	41,1
	c. Kadang- kadang	21	28,8
	d. Jarang	8	11,0
	e. Tidak Pernah	2	2,7
	Jumlah	73	100
3	Apakah anda pernah mendapat pujian dari pimpinan ketika anda mampu menyelesaikan pekerjaan dengan baik?		
	a. Selalu	15	20,5
	b. Sering	21	28,8
	c. Kadang- kadang	22	30,1
	d. Jarang	13	17,8
	e. Tidak Pernah	2	2,7
	Jumlah	73	100

Sumber Data: Data diolah, 2009

Dari tabel 4.8 dapat diketahui bahwa selama ini pimpinan anda kurang menjanjikan kenaikan pangkat bagi karyawan yang berprestasi (X2.1) diketahui bahwa responden yang menyatakan kadang- kadang

sebanyak 39,7%, yang menyatakan jarang berjumlah 5 responden (6,8%), yang menyatakan tidak pernah sebanyak 4,1%, dan yang menyatakan sering berjumlah 20 responden (27,4%), dan responden yang menyatakan selalu berjumlah 16 responden (21,9%).

Pada item Pay-off Idea ini pimpinan anda sering memberikan penghargaan kepada karyawan yang berprestasi (X2.2) diketahui bahwa responden yang menyatakan sering sebanyak 41,1%, yang menyatakan kadang- kadang 21 responden (28,8%), yang menyatakan tidak pernah sebanyak 2,7%, dan yang menyatakan jarang berjumlah 8 responden (11,0%), dan responden yang menyatakan selalu berjumlah (16,4%).

Dalam item ini anda kurang mendapat pujian dari pimpinan ketika anda mampu menyelesaikan pekerjaan dengan baik (X1.3) diketahui bahwa responden yang menyatakan kadang- kadang sebanyak 30,1%, yang menyatakan jarang berjumlah 13 responden (17,4%), yang menyatakan tidak pernah sebanyak 2,7%, dan yang menyatakan sering berjumlah 21 responden (28,8%), dan responden yang menyatakan selalu berjumlah 15 responden (20,5%).

3. Teknik Iching Device (X3)

Tabel 4.7
Deskripsi data Iching Device (X3)

Item	Keterangan	Jumlah	
		Orang	Persentase%
1	Apakah anda menyampaikan kepada pimpinan setiap kali mempunyai ide baru yang menyangkut bidang kerja anda?		
	a. Selalu	7	9,6
	b. Sering	20	27,4
	c. Kadang	33	45,2
	d. Jarang	13	17,8
	e. Tidak pernah	-	-
	Jumlah	73	100
2	Apakah pimpinan memberikan masukan yang dapat mendukung karier anda?		
	a. Selalu	20	27,4
	b. Sering	20	27,4
	c. Kadang- kadang	21	28,8
	d. Jarang	10	13,7
	e. Tidak Pernah	2	2,7
	Jumlah	73	100
3	Apakah pimpinan memberi kesempatan kepada anda untuk mengembangkan keahlian?		
	a. Selalu	17	23,3
	b. Sering	16	21,9
	c. Kadang- kadang	31	42,5
	d. Jarang	8	11,0
	e. Tidak Pernah	1	1,4
	Jumlah	73	100

Sumber Data: Data diolah, 2009

Dari tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa anda aktif dalam menyampaikan ide baru yang menyangkut bidang kerja kepada pimpinan (X3.1) diketahui bahwa responden yang menyatakan tidak pernah tidak ada, yang menyatakan kadang- kadang sebanyak 45,2%, yang menyatakan jarang berjumlah 13 responden (17,8%), dan yang menyatakan sering berjumlah 20

responden (27,4%), dan responden yang menyatakan selalu berjumlah 7 responden (9,6%).

Pada item Iching Device ini pimpinan anda memperhatikan kinerja anda dengan memberikan masukan yang dapat mendukung karir anda (X3.2) diketahui bahwa responden yang menyatakan sering sebanyak 27,4%, yang menyatakan kadang- kadang 21 responden (28,8%), yang menyatakan tidak pernah sebanyak 2,7%, dan yang menyatakan jarang berjumlah 10 responden (13,7%), dan responden yang menyatakan selalu berjumlah 20 responden (27,4%).

Dalam item ini pimpinan ingin meningkatkan kinerja anda dengan cara memberi kesempatan kepada anda untuk mengembangkan keahlian (X3.3) diketahui bahwa responden yang menyatakan kadang- kadang sebanyak 42,5%, yang menyatakan jarang berjumlah 8 responden (11,0%), yang menyatakan tidak pernah sebanyak 1,4%, dan yang menyatakan sering berjumlah 16 responden (21,9%), dan yang menyatakan selalu berjumlah 23,3%.

4. Variabel Kinerja (Y)

Dalam variabel ini memiliki dua indikator yang digunakan sebagai kuesioner untuk mengetahui tanggapan responden mengetahui kinerja

karyawan dalam perusahaan. Adapun hasil jawaban responden peneliti dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Deskripsi data Kinerja (Y)

Item	Keterangan	Jumlah	
		Orang	Persentase%
1	Apakah anda mematuhi jadwal kerja yang sudah ditetapkan perusahaan?		
	a. Selalu	16	21,9
	b. Sering	14	19,2
	c. Kadang	33	45,2
	d. Jarang	5	6,8
	e. Tidak pernah	5	6,8
	Jumlah	73	100
2	Apakah anda pernah tidakmasuk kerja pada hari kerja?		
	a. Selalu	11	15,1
	b. Sering	17	23,3
	c. Kadang- kadang	33	45,2
	d. Jarang	10	13,7
	e. Tidak Pernah	2	2,7
	Jumlah	73	100
3	Apakah anda mengerjakan pekerjaan tepat waktu berdasarkan uraian kerja yang diberikan perusahaan?		
	a. Selalu	18	24,7
	b. Sering	18	24,7
	c. Kadang- kadang	26	35,6
	d. Jarang	9	12,3
	e. Tidak Pernah	2	2,7
	Jumlah	73	100
4	Apakah anda pernah meninggalkan pekerjaan pada saat jam kerja (selain alasan sakit) sehingga mengakibatkan pekerjaan anda terbengkalai?		
	a. Selalu	15	20,5
	b. Sering	21	28,8
	c. Kadang	24	32,9
	d. Jarang	9	12,3
	e. Tidak pernah	4	2,7
	Jumlah	73	100
5	Apakah anda dapat menyelesaikan beban pekerjaan dengan baik yang menjadi tanggung jawab anda?		
	a. Selalu	13	17,8

	b. Sering	16	21,9
	c. Kadang- kadang	30	41,1
	d. Jarang	11	15,1
	e. Tidak Pernah	3	4,1
	Jumlah	73	100
6	Apakah anda mampu menangani pekerjaan lebih banyak dari beban pekerjaan anda?		
	a. Selalu	9	12,3
	b. Sering	17	23,3
	c. Kadang- kadang	38	52,1
	d. Jarang	7	9,6
	e. Tidak Pernah	2	2,7
	Jumlah	73	100

Sumber Data: Data diolah, 2009

Untuk item anda kurang mematuhi jadwal kerja yang sudah ditetapkan perusahaan (Y1) diketahui bahwa responden yang menyatakan tidak pernah sebanyak 6,8%, yang menyatakan jarang berjumlah 5 responden (6,8%), yang menyatakan kadang- kadang sebanyak 45,2%, dan yang menyatakan sering sebanyak 14 responden (19,2%), yang menyatakan selalu sebanyak 21,9%.

Dalam kedisiplinan waktu, anda pernah tidak masuk kerja pada hari kerja (Y2) diketahui bahwa responden yang menyatakan tidak pernah sebanyak 2,7%, yang menyatakan jarang berjumlah 10 responden (13,7%), yang menyatakan kadang- kadang berjumlah 33 responden (45,2%), dan responden yang menyatakan sering berjumlah 17 responden (23,3%), dan yang menyatakan selalu sebanyak 15,1%.

Item ini belum sesuai ketepatan waktu kerja yang anda capai diperusahaan (Y3) diketahui bahwa responden yang menyatakan tidak pernah sebanyak 2,7%, yang menyatakan jarang berjumlah 9 responden (12,3%), yang menyatakan kadang- kadang berjumlah 26 responden (35,6%), dan responden yang menyatakan sering berjumlah 18 responden (24,7%), yang menyatakan selalu sebanyak 24,7%.

Pada item ini tanggung jawab anda apakah sudah sesuai (Y4) diketahui bahwa responden yang tidak pernah berjumlah 4 responden (5,5%), yang menyatakan jarang berjumlah 9 responden (12,3%), yang menyatakan kadang- kadang berjumlah 24 responden (32,9%), dan responden yang menyatakan sering berjumlah 21 responden (28,8%), dan yang menyatakan selalu sebanyak 20,5%.

Dalam tanggung jawab, anda pernah meninggalkan pekerjaan pada saat jam kerja (selain alasan sakit) sehingga mengakibatkan pekerjaan anda terbengkalai (Y5) diketahui bahwa responden yang tidak pernah berjumlah 3 responden (4,1%), yang menyatakan jarang berjumlah 11 responden (15,1%), yang menyatakan kadang- kadang berjumlah 30 responden (41,1%), dan responden yang menyatakan sering berjumlah 16 responden (21,9%), dan yang menyatakan selalu sebanyak 17,8%.

Untuk item kemampuan dalam menangani pekerjaan lebih banyak dari beban pekerjaan anda (Y6) diketahui bahwa responden yang tidak pernah berjumlah 2 responden (2,7%), yang menyatakan jarang berjumlah 7 responden (9,6%), yang menyatakan kadang- kadang berjumlah 38 responden (52,1%), dan responden yang menyatakan sering berjumlah 17 responden (23,3%), dan yang menyatakan selalu sebanyak 12,3%.

E. HASIL ANALISIS DATA

1. Uji Asumsi Klasik

Macam-macam uji asumsi klasik:

a) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian ekonometrika yang digunakan untuk menguji suatu model apakah terjadi hubungan yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel bebas, sehingga sulit untuk memisahkan pengaruh antara variabel-variabel itu secara individu terhadap variabel terikat. Pengujian ini untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dalam persamaan regresi tersebut tidak saling berkorelasi (Sumarsono, 2004:224).

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dideteksi dari besarnya nilai VIF (Variance Inflation Factor). Bila nilai VIF lebih kecil dari 5 maka tidak terjadi non multikolinearitas. Dari

hasil analisis diperoleh nilai VIF masing-masing variabel bebas seperti yang tercantum pada table berikut:

Table 4.9
Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas

Variabel bebas	VIF	KET
Integrasi (X1)	1.653	Non multikolinearitas
Pay-off Idea (X2)	1.300	Non multikolinearitas
Iching Device (X3)	1.378	Non multikolinearitas

Dari table 4.9 dapat diketahui variabel bebas dalam penelitian ini memiliki Variance Inflation Factor lebih kecil dari 5, sehingga dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas antara variabel bebas dalam penelitian ini.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian ekonometrika yang digunakan untuk menguji suatu model apakah antara variabel bebas dan variabel terikat saling mempengaruhi. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain.

Untuk mengetahui dilakukan uji Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolute residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Apabila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0.05 maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan

sebaliknya berarti non heteroskedastisitas atau homoskedastisitas (Santoso, 2002:208)

Table 4.10
Uji asumsi Heteroskedastisitas

Variabel bebas	Sign	KET
Integrasi (X1)	0.838	Homoskedastisitas
Pay-off Idea (X2)	0.102	Homoskedastisitas
Iching Device (X3)	0.688	Homoskedastisitas

Dari table 4.10 dapat diketahui bahwa signifikansi hasil korelasi lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model regresi yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

c) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian kita berasal dari populasi yang sebarannya normal. Uji ini perlu dilakukan karena semua perhitungan statistik parametrik memiliki asumsi normalitas sebaran. Formula/rumus yang digunakan untuk melakukan suatu uji (t-test misalnya) dibuat dengan mengasumsikan bahwa data yang akan dianalisis berasal dari populasi yang sebarannya normal. Bisa ditebak bahwa data yang normal memiliki kekhasan seperti mean, median dan modusnya

memiliki nilai yang sama. Selain itu juga data normal memiliki bentuk kurva yang sama, bell curve.

Untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji kolmogorov-Smirnov, jika signifikansi dari hasil uji kolmogorov-Smirnov > 0.05 maka terdistribusi normal dan sebaliknya terdistribusi tidak normal.

Dari hasil pengujian normalitas dengan menggunakan uji kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0.988 > 0.05$ maka asumsi normalitas tersebut terpenuhi.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian melalui regresi linier berganda dilakukan untuk menganalisis pengaruh komunikasi persuasif yang terdiri dari Integrasi, Pay-off Idea dan Iching Device terhadap kinerja karyawan AJB Bumiputera 1912 Cabang Pasuruan Kota. Sebagaimana hipotesis dalam penelitian ini:

1. H_0 = Tidak ada pengaruh Integrasi (X_1) terhadap kinerja karyawan (Y) secara parsial.
 H_a = Ada pengaruh Integrasi (X_1) terhadap kinerja karyawan (Y) secara parsial
2. H_0 = Tidak ada pengaruh Pay-off Idea (X_2) terhadap kinerja karyawan (Y) secara parsial

Ha= Ada pengaruh Pay-off Idea (X2) terhadap kinerja karyawan (Y) secara parsial

3. Ho= Tidak ada pengaruh Iching Device (X3) terhadap kinerja karyawan (Y) secara parsial

Ha= Ada pengaruh Iching Device (X3) terhadap kinerja karyawan (Y) secara parsial

4. Ho= Tidak ada pengaruh Integrasi (X1), Pay-off Idea (X2) terhadap kinerja karyawan (Y) secara simultan

Ha= Ada pengaruh Iching Device (X3) terhadap kinerja karyawan (Y) secara simultan

Untuk menguji hipotesis diatas diperlukan analisis linier berganda dengan menggunakan SPSS 12.0 *for windows*

Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam menghitung regresi linier berganda adalah 95% atau dengan tingkat kesalahan 5% (0,05) pada analisis regresi linier berganda dilakukan uji f untuk simultan dan uji t untuk parsial. Secara ringkas hasil analisis regresi linier berganda terdapat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Rekapitulasi Analisis Regresi Linier Berganda
Pengaruh Komunikasi Persuasif Terhadap Kinerja Karyawan
AJB Bumiputera 1912 Cabang Pasuruan Kota

Variabel	B (Koefisien Regresi)	BETA	t hitung	t tabel	Sig t	Keterangan
Constanta	1,273	-	4,270	1,996	0,000	
X1	0,164	0,263	2,364	1,996	0,021	Signifikan
X2	0,208	0,280	2,748	1,996	0,008	Signifikan
X3	0,244	0,319	3,126	1,996	0,003	Signifikan
N = 73 R = 0,673 R Square = 0,457 Adjusted R Square = 0,430 Fhitung = 19,072 Ttabel = 1,996 Sig Fhitung = 0,000						

Sumber Data: Data diolah, 2009

F. PENGUJIAN HIPOTESIS

1. Uji F (Simultan)

Untuk menguji ada tidaknya peran variable *independen* secara bersama-sama terhadap variable dependen dapat diketahui dengan menggunakan uji F.

Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai Fhitung dengan nilai Ftabel dapat dilihat dari tabel 4.12

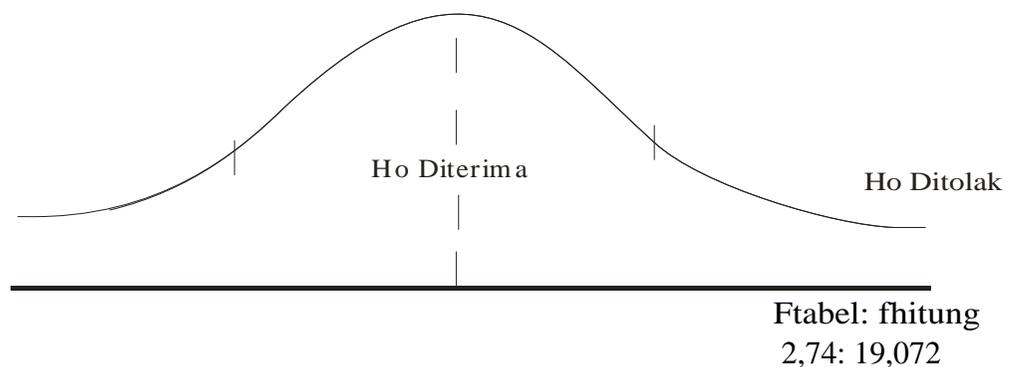
Tabel 4.12
 Hasil Uji secara Simultan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11,184	3	3,728	19,072	,000 ^a
	Residual	13,487	69	,195		
	Total	24,671	72			

Sumber : Data Diolah 2009.

Dari tabel 4.12, dapat diketahui bahwa nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel ($19,072 > 2,74$) dengan tingkat signifikansi Fhitung $< 0,05$ yaitu ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak. Oleh karena nilai signifikansi ($0,000$) lebih kecil dari $0,05$, maka dapat dikatakan bahwa variabel komunikasi persuasif yang terdiri dari Integrasi (X1), Pay-of Idea (X2), Iching Device (X3), secara bersama-sama mempunyai hubungan dan pengaruh terhadap kinerja karyawan AJB Bumiputera 1912 Cabang Pasuruan Kota (Y).

Grafik 4.1



Dari hasil analisis ini dapat di intepretasikan bahwa “*Persuasion*” adalah komunikasi manusia yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain dengan mengubah nilai atau sikap mereka. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa menggunakan teknik komunikasi persuasif ini tidak lain dari suatu usaha untuk meyakinkan orang lain agar berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan cara membujuk tanpa memaksanya atau tanpa kekerasan (Widjaja 1997: 67). Di dalam Islam juga dijelaskan tentang komunikasi persuasif, yang terdapat dalam surat An-Nisa Ayat 63 yang berbunyi:

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ
فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴿٦٣﴾

Artinya: Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan Katakanlah kepada mereka Perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.

2. Uji t (Parsial)

Untuk menunjukkan apakah variabel bebas secara individu mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat maka digunakan uji t sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Parsial

hipotesis	Variabel	t hitung	t tabel	signifikan
Terdapat pengaruh antara variabel integrasi terhadap kinerja	Integrasi (X1)	2,364	1,996	0,021
Terdapat pengaruh antara variabel pay-of idea terhadap kinerja	Pay-of Idea (X2)	2,748	1,996	0,008
Terdapat pengaruh antara variabel Iching Device terhadap kinerja	Iching Device (X3)	3,126	1,996	0,003

Sumber: Data Diolah 2009

Berdasarkan data diatas untuk hipotesis selanjutnya dilakukan uji t yaitu pengujian hipotesis secara parsial antara variabel X1 (Integrasi) dengan Y (Kinerja). Teknik Integrasi (X1) memiliki nilai t hitung (2,364), nilai ini lebih besar dari t tabel (1,996). Dengan demikian pengujian ini menunjukkan H_a diterima dan H_o ditolak. Berdasarkan hasil pengujian tersebut teknik Integrasi (X1) berpengaruh terhadap kinerja (Y).

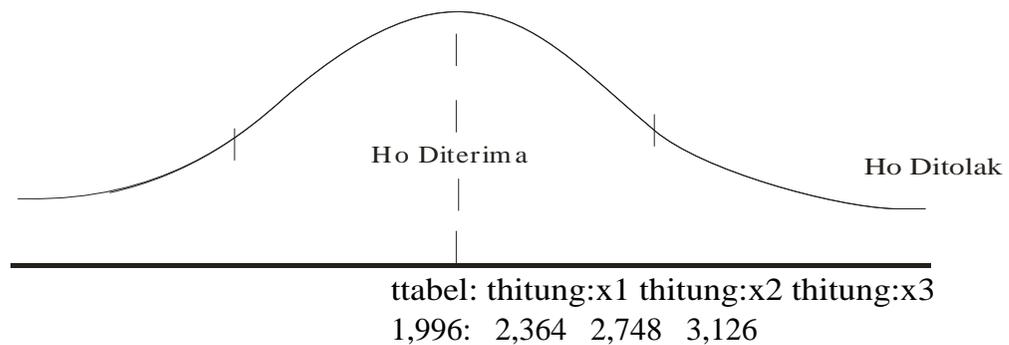
Variabel Pay-of Idea (X2) memiliki nilai t hitung (2,748), nilai ini lebih besar dari t tabel (1,996). Dengan demikian pengujian ini menunjukkan H_a diterima dan H_o ditolak. Berdasarkan hasil pengujian tersebut teknik Pay-of Idea (X2) berpengaruh terhadap kinerja (Y).

Variabel Iching Device (X3) memiliki nilai t hitung (3,126), nilai ini lebih besar dari t tabel (1,996). Dengan demikian pengujian ini menunjukkan

Ha diterima dan Ho ditolak. Berdasarkan hasil pengujian tersebut teknik Iching Device (X3) berpengaruh terhadap kinerja (Y).

Untuk melihat dominasi pengaruh variabel komunikasi persuasif (X) yang terdiri dari sub teknik Integrasi (X1), Pay-of Idea (X2) dan Iching Device (X3) terhadap variabel kinerja (Y). Nilai beta untuk X3 (0,244) lebih besar dari nilai beta untuk X1 (0,164) dan nilai beta X2 (0,208). Hal ini berarti bahwa teknik Iching Device (X3) berpengaruh paling dominan terhadap kinerja (Y).

Grafik 4.2



Dari hasil penelitian diperoleh bahwa t hitung X1(Integrasi), oleh karena t hitung > dari t tabel maka Ha diterima dan Ho ditolak. Pada level signifikan 0,05 sehingga variabel X berpengaruh terhadap Y

t hitung X2(Pay-of Idea), oleh karena t hitung > dari t tabel maka Ha diterima dan Ho ditolak. Pada level signifikan 0,05 sehingga variabel X berpengaruh terhadap Y

t hitung X_3 (Iching Device), oleh karena t hitung > dari t tabel maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Pada level signifikan 0,05 sehingga variabel X berpengaruh terhadap Y.

Pengaruh Komunikasi Persuasif terhadap Kinerja Karyawan AJB Bumiputera 1912 Cabang Pasuruan Kota

Untuk menjawab rumusan masalah adalah:

Berdasarkan hasil analisa regresi linear pada Tabel 4.11, maka dihasilkan persamaan regresi liner berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 1,273 + 0,164 X_1 + 0,208 X_2 + 0,244 X_3 + e$$

- a. Untuk setiap kontribusi dari teknik Integrasi (X_1), dan teknik Pay-off Idea (X_2) akan mempengaruhi kinerja (Y) sebesar 0,164, dengan asumsi bahwa teknik Iching Device (X_3) konstanta. Dan setiap penambahan 1 poin Integrasi dan Pay-off Idea maka akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,164.
- b. Untuk setiap kontribusi dari teknik integrasi (X_1), dan teknik Pay-off Idea (X_2) akan mempengaruhi kinerja (Y) sebesar 0,208 dengan asumsi bahwa teknik Iching Device (X_3) konstanta. Dan setiap penambahan 1 poin Integrasi dan Pay-off Idea maka akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,208.

- c. Untuk setiap kontribusi dari teknik integrasi (X1), dan teknik Pay-off Idea (X2) akan mempengaruhi kinerja (Y) sebesar 0,244 dengan asumsi bahwa teknik Iching Device (X3) konstanta. Dan setiap penambahan 1 poin Integrasi dan Pay-off Idea maka akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,244.

Berdasarkan tabel 4.11 dan keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi persuasif teknik Iching Device yang dominan mempengaruhi kinerja karyawan yakni dengan kontribusi sebesar 0,244.

Pernyataan diatas dikuatkan dengan mengadakan penelitian yang secara langsung turun lapangan yaitu dengan melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) selama 40 hari di AJB Bumiputera 1912 Cabang Pasuruan Kota. Dan peneliti merasakan dan melihat langsung bahwa pimpinan melakukan komunikasi persuasif dengan variabel Iching Device yang lebih dominan.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dari pengaruh komunikasi persuasif terhadap kinerja karyawan AJB Bumiputera 1912 Cabang Pasuruan Kota maka peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik komunikasi persuasif yang terdiri dari Integrasi (X1), Pay-of Idea (X2), Iching Device (X3) secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kinerja karyawan (Y).

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dengan analisis regresi parsial menunjukkan bahwa teknik integrasi (X1) dan teknik pay-of Idea (X2) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kinerja (Y). Sedangkan teknik iching device (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja(Y).

Hal ini diperkuat dengan diadakannya Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan selama 40 hari di AJB Bumiputera 1912 Cabang Pasuruan Kota. Pimpinan menggunakan variabel komunikasi iching device (X3) untuk berkomunikasi dengan bawahan, yaitu pimpinan merasa senasib dengan bawahan.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka peneliti perlu memberikan saran-saran, antara lain:

1. Peneliti selanjutnya:

Dapat dimanfaatkan sebagai rujukan dalam melakukan penelitian berikutnya terutama mengenai komunikasi persuasif terhadap kinerja dengan mengembangkan variabel yang lebih luas, dan bisa menambahkan variabel-variabel ajaran Islam.

2. Perusahaan AJB Bumiputera 1912 Cabang Pasuruan Kota:

a. Sehubungan dengan komunikasi persuasif di AJB Bumiputera 1912

Cabang Pasuruan Kota yang jalankan selama ini, maka penelitian yang berhubungan dengan karyawan khususnya mengenai pengaruh komunikasi persuasif terhadap kinerja karyawan sekiranya dapat dijadikan acuan dalam mengambil kebijakan perusahaan.

b. Item variabel komunikasi persuasif yang selama ini dinilai positif

oleh karyawan seperti: perhatian pimpinan kepada karyawan, kepedulian pimpinan kepada nasib karyawan, kedisiplinan waktu dalam bekerja, tanggung jawab dalam menyelesaikan pekerjaan harus selalu ditingkatkan untuk lebih mempengaruhi kinerja karyawan.

c. Profesionalisme pimpinan dalam berkomunikasi secara persuasif

kepada karyawan harus lebih ditingkatkan agar kinerja karyawan tidak merosot.

DAFTAR QUESTIONER

I. Identitas Peneliti

Nama : Siti Arofah
NIM : 05610113
Jurusan / Program Studi : Manajemen / SDM
Fakultas : Ekonomi
Alamat : JL. Sulawesi Utara 34 Pasuruan

II. Pengantar

Instrumen penelitian yang berupa kuisisioner, telah disetujui oleh dosen pembimbing dalam rangka menyelesaikan strata 1 (S1) pada jurusan manajemen, program studi SDM, fakultas ekonomi, Universitas Islam Negeri Malang, penulis melaksanakan penelitian sebagai bentuk tugas dan kewajiban yang harus dilakukan. Penelitian bertujuan untuk membuktikan seberapa besar pengaruh komunikasi persuasif terhadap kinerja karyawan di AJB BUMIPUTERA 1912 Cabang Pasuruan Kota.

Dalam rangka tujuan tersebut, saya dengan hormat kesediaan bapak/ ibu/ saudara untuk membantu dengan mengisi daftar pertanyaan yang penulis ajukan sesuai dengan keadaan sebenarnya dan kerahasiaan dari jawaban yang diberikan akan penulis jaga sepenuhnya. Perlu diketahui pula bahwa penelitian ini hanya semata- mata sebagai bahan penyusunan skripsi.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih atas kesediaan bapak/ ibu/ saudara yang telah meluangkan waktu untuk mengisi daftar kuisisioner.

III. Petunjuk Pengisian

a. Identitas Responden

1. Nomor responden :.....
2. Jenis kelamin : laki- laki / perempuan*)
3. Umur :.....
4. Pendidikan terakhir:.....
5. lama bekerja :.....

*) Coret salah satu yang tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya

b. Daftar Pertanyaan

Anda dapat memberikan jawaban pada pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda (√) pada kotak jawaban yang telah disediakan dengan ketentuan :

Skor 1	Tidak Pernah
Skor 2	Jarang
Skor 3	Kadang- kadang
Skor 4	Sering
Skor 5	Selalu

		Skor				
		1	2	3	4	5
	KOMUNIKASI PERSUASIF					
	Teknik Integrasi					
1	Apakah menurut anda pimpinan mendengar keluhan anda?					
2	Apakah pimpinan anda memperhatikan keberadaan anda dalam bekerja?					
3	Apakah anda memberikan masukan dalam pengambilan keputusan yang menyangkut bidang kerja anda diperusahaan?					
	Teknik <i>Pay-Off Idea</i>					
1.	Apakah pimpinan menjanjikan kenaikan pangkat bagi					

	karyawan yang berprestasi?					
2.	Apakah pimpinan memberikan penghargaan kepada karyawan yang berprestasi?					
3.	Apakah anda pernah mendapat pujian dari pimpinan ketika anda mampu menyelesaikan pekerjaan dengan baik?					
	<i>Teknik Icing Device</i>					
1.	Apakah anda menyampaikan kepada pimpinan setiap kali mempunyai ide baru yang menyangkut bidang kerja anda?					
2.	Apakah pimpinan memberikan masukan yang dapat mendukung karier anda?					
3.	Apakah pimpinan memberi kesempatan kepada anda untuk mengembangkan keahlian?					
	KINERJA					
	Efektivitas					
1.	Apakah anda mematuhi jadwal kerja yang sudah ditetapkan perusahaan?					
2.	Apakah anda pernah tidakmasuk kerja pada hari kerja?					
3.	Apakah anda mengerjakan pekerjaan tepat waktu berdasarkan uraian kerja yang diberikan perusahaan?					
	Efisiensi					
4.	Apakah anda pernah meninggalkan pekerjaan pada saat jam kerja (selain alasan sakit) sehingga mengakibatkan pekerjaan anda terbengkalai?					
5.	Apakah anda dapat menyelesaikan beban pekerjaan dengan baik yang menjadi tanggung jawab anda?					
6.	Apakah anda mampu menangani pekerjaan lebih banyak dari beban pekerjaan anda pekerjaan?					

Terima kasih atas partisipasi dan waktu yang anda luangkan.

Peneliti

Siti Arofah

Lampiran II

Hasil Uji Reliabilitas Integrasi

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X1.1	3,2603	1,1550	73,0
2.	X1.2	3,4384	1,1179	73,0
3.	X1.3	3,3699	1,2748	73,0

		N of		
Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	Variables
SCALE	10,0685	7,9258	2,8153	3

Item-total Statistics				
	Scale	Scale	Corrected	
	Mean	Variance	Item-	Alpha
	if Item	if Item	Total	if Item
	Deleted	Deleted	Correlation	Deleted
X1.1	6,8082	4,3238	,4721	,6702
X1.2	6,6301	3,8752	,6364	,4727
X1.3	6,6986	3,9357	,4675	,6870

Reliability Coefficients	
N of Cases =	73,0
N of Items =	3
Alpha =	,7034

Hasil Uji Reliabilitas Pay Off Idea

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X2.1	3,5616	1,0407	73,0
2.	X2.2	3,5753	,9849	73,0
3.	X2.3	3,4658	1,0940	73,0

N of

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	Variables
SCALE	10,6027	5,5483	2,3555	3

Item-total Statistics

	Scale	Scale	Corrected	
	Mean	Variance	Item-	Alpha
	if Item	if Item	Total	if Item
	Deleted	Deleted	Correlation	Deleted
X2.1	7,0411	2,9844	,4119	,5480
X2.2	7,0274	2,8326	,5266	,3904
X2.3	7,1370	2,9810	,3628	,6227

Reliability Coefficients

N of Cases = 73,0

N of Items = 3

Alpha = ,6215

Hasil Uji Reliabilitas Iching Device

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X3.1	3,2877	,8737	73,0
2.	X3.2	3,6301	1,1119	73,0
3.	X3.3	3,5479	1,0144	73,0

N of

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	Variables
SCALE	10,4658	5,2801	2,2978	3

Item-total Statistics

	Scale	Scale	Corrected	
	Mean	Variance	Item-	Alpha
	if Item	if Item	Total	if Item
	Deleted	Deleted	Correlation	Deleted
X3.1	7,1781	3,3151	,3777	,6334
X3.2	6,8356	2,0004	,6497	,2081
X3.3	6,9178	2,9932	,3584	,6639

Reliability Coefficients

N of Cases = 73,0

N of Items = 3

Alpha = ,6396

Hasil Analisis Deskriptif

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	5	6,8	6,8	6,8
	2,00	12	16,4	16,4	23,3
	3,00	29	39,7	39,7	63,0
	4,00	13	17,8	17,8	80,8
	5,00	14	19,2	19,2	100,0
Total		73	100,0	100,0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,4	1,4	1,4
	2,00	15	20,5	20,5	21,9
	3,00	26	35,6	35,6	57,5
	4,00	13	17,8	17,8	75,3
	5,00	18	24,7	24,7	100,0
Total		73	100,0	100,0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	6	8,2	8,2	8,2
	2,00	12	16,4	16,4	24,7
	3,00	24	32,9	32,9	57,5
	4,00	11	15,1	15,1	72,6
	5,00	20	27,4	27,4	100,0
Total		73	100,0	100,0	

X1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,67	9	12,3	12,3	12,3
	2,00	1	1,4	1,4	13,7
	2,33	6	8,2	8,2	21,9
	2,67	6	8,2	8,2	30,1
	3,00	4	5,5	5,5	35,6
	3,33	6	8,2	8,2	43,8
	3,67	17	23,3	23,3	67,1
	4,00	8	11,0	11,0	78,1
	4,33	12	16,4	16,4	94,5
	4,67	1	1,4	1,4	95,9
	5,00	3	4,1	4,1	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	3	4,1	4,1	4,1
	2,00	5	6,8	6,8	11,0
	3,00	29	39,7	39,7	50,7
	4,00	20	27,4	27,4	78,1
	5,00	16	21,9	21,9	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	2,7	2,7	2,7
	2,00	8	11,0	11,0	13,7
	3,00	21	28,8	28,8	42,5
	4,00	30	41,1	41,1	83,6
	5,00	12	16,4	16,4	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	2,7	2,7	2,7
	2,00	13	17,8	17,8	20,5
	3,00	22	30,1	30,1	50,7
	4,00	21	28,8	28,8	79,5
	5,00	15	20,5	20,5	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,67	2	2,7	2,7	2,7
	2,00	2	2,7	2,7	5,5
	2,33	6	8,2	8,2	13,7
	2,67	6	8,2	8,2	21,9
	3,00	4	5,5	5,5	27,4
	3,33	10	13,7	13,7	41,1
	3,67	14	19,2	19,2	60,3
	4,00	10	13,7	13,7	74,0
	4,33	15	20,5	20,5	94,5
	4,67	3	4,1	4,1	98,6
	5,00	1	1,4	1,4	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	13	17,8	17,8	17,8
	3,00	33	45,2	45,2	63,0
	4,00	20	27,4	27,4	90,4
	5,00	7	9,6	9,6	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	2,7	2,7	2,7
	2,00	10	13,7	13,7	16,4
	3,00	21	28,8	28,8	45,2
	4,00	20	27,4	27,4	72,6
	5,00	20	27,4	27,4	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,4	1,4	1,4
	2,00	8	11,0	11,0	12,3
	3,00	31	42,5	42,5	54,8
	4,00	16	21,9	21,9	76,7
	5,00	17	23,3	23,3	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,33	1	1,4	1,4	1,4
	2,00	2	2,7	2,7	4,1
	2,33	4	5,5	5,5	9,6
	2,67	10	13,7	13,7	23,3
	3,00	8	11,0	11,0	34,2
	3,33	9	12,3	12,3	46,6
	3,67	11	15,1	15,1	61,6
	4,00	14	19,2	19,2	80,8
	4,33	8	11,0	11,0	91,8
	4,67	5	6,8	6,8	98,6
	5,00	1	1,4	1,4	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	5	6,8	6,8	6,8
	2,00	5	6,8	6,8	13,7
	3,00	33	45,2	45,2	58,9
	4,00	14	19,2	19,2	78,1
	5,00	16	21,9	21,9	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	2,7	2,7	2,7
	2,00	10	13,7	13,7	16,4
	3,00	33	45,2	45,2	61,6
	4,00	17	23,3	23,3	84,9
	5,00	11	15,1	15,1	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	2,7	2,7	2,7
	2,00	9	12,3	12,3	15,1
	3,00	26	35,6	35,6	50,7
	4,00	18	24,7	24,7	75,3
	5,00	18	24,7	24,7	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	4	5,5	5,5	5,5
	2,00	9	12,3	12,3	17,8
	3,00	24	32,9	32,9	50,7
	4,00	21	28,8	28,8	79,5
	5,00	15	20,5	20,5	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	3	4,1	4,1	4,1
	2,00	11	15,1	15,1	19,2
	3,00	30	41,1	41,1	60,3
	4,00	16	21,9	21,9	82,2
	5,00	13	17,8	17,8	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	2,7	2,7	2,7
	2,00	7	9,6	9,6	12,3
	3,00	38	52,1	52,1	64,4
	4,00	17	23,3	23,3	87,7
	5,00	9	12,3	12,3	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	2	2,7	2,7	2,7
2,17	2	2,7	2,7	5,5
2,33	2	2,7	2,7	8,2
2,50	2	2,7	2,7	11,0
2,67	2	2,7	2,7	13,7
2,83	7	9,6	9,6	23,3
3,00	1	1,4	1,4	24,7
3,17	4	5,5	5,5	30,1
3,33	10	13,7	13,7	43,8
3,50	8	11,0	11,0	54,8
3,67	9	12,3	12,3	67,1
3,83	11	15,1	15,1	82,2
4,00	8	11,0	11,0	93,2
4,17	1	1,4	1,4	94,5
4,33	3	4,1	4,1	98,6
4,50	1	1,4	1,4	100,0
Total	73	100,0	100,0	

HASIL UJI VALIDITAS

Correlations - x1

Correlations

		X1
X1.1	Pearson Correlation	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
X1.2	Pearson Correlation	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
X1.3	Pearson Correlation	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Correlations - x2

Correlations

		X2
X2.1	Pearson Correlation	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
X2.2	Pearson Correlation	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
X2.3	Pearson Correlation	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Correlations - x3

Correlations

		X3
X3.1	Pearson Correlation	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
X3.2	Pearson Correlation	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
X3.3	Pearson Correlation	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Correlations - y

Correlations

		Y
Y1	Pearson Correlation	.558**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
Y2	Pearson Correlation	.605**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
Y3	Pearson Correlation	.567**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
Y4	Pearson Correlation	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
Y5	Pearson Correlation	.545**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73
Y6	Pearson Correlation	.441**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	73

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Hasil Analisis Regresi

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X2, X1 [†]	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.673 ^a	.453	.430	.44212

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11,184	3	3,728	19,072	,000 ^a
	Residual	13,487	69	,195		
	Total	24,671	72			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,273	,298		4,270	,000
	X1	,164	,069	,263	2,364	,021
	X2	,208	,076	,280	2,748	,008
	X3	,244	,078	,319	3,126	,003

a. Dependent Variable: Y

Kesimpulan :

1. Semua item valid dan reliabel
2. Teknik Integrasi berpengaruh secara parsial terhadap kinerja karyawan AJB BUMIPUTERA 1912 cabang Pasuruan kota
3. Teknik Pay off Idea berpengaruh secara parsial terhadap kinerja karyawan AJB BUMIPUTERA 1912 cabang Pasuruan kota
4. Teknik Iching Device berpengaruh secara parsial terhadap kinerja karyawan AJB BUMIPUTERA 1912 cabang Pasuruan kota
5. Teknik Integrasi, teknik Pay off Idea dan teknik Iching Device secara simultan berpengaruh terhadap kinerja karyawan AJB BUMIPUTERA 1912 cabang Pasuruan kota
6. Diantara ketiga teknik tersebut (teknik Integrasi, teknik Pay off Idea dan teknik Iching Device) yang berpengaruh paling dominan terhadap kinerja karyawan AJB BUMIPUTERA 1912 cabang Pasuruan kota adalah Teknik Iching Device, karena variabel ini memiliki nilai Standardized Coefficient beta yang lebih besar dibandingkan dengan variabel yang lain

UJI ASUMSI KLASIK

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.678 ^a	.459	.436	2.63806	2.066

a. Predictors: (Constant), iching device, pay of idea, integrasi

b. Dependent Variable: kinerja karyawan

Coefficients^a

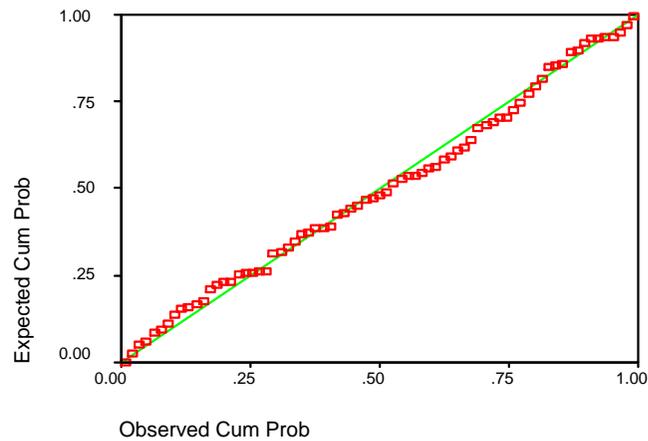
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.382	1.803		4.095	.000		
	integrasi	.291	.142	.233	2.049	.044	.605	1.653
	pay of idea	.438	.151	.294	2.913	.005	.769	1.300
	iching device	.530	.162	.339	3.263	.002	.726	1.378

a. Dependent Variable: kinerja karyawan

Charts - uji normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: kinerja karyawan



NPar Tests - uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		73
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.58251690
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.053
	Negative	-.042
Kolmogorov-Smirnov Z		.449
Asymp. Sig. (2-tailed)		.988

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Nonparametric Correlations - uji heteroskedastisitas

Correlations

			ABS_RES
Spearman's rho	integrasi	Correlation Coefficient	-.024
		Sig. (2-tailed)	.838
		N	73
	pay of idea	Correlation Coefficient	-.193
		Sig. (2-tailed)	.102
		N	73
	iching device	Correlation Coefficient	-.048
		Sig. (2-tailed)	.688
		N	73

Curve Fit - uji linieritas

MODEL: MOD_1.

Dependent	Mth	Rsq	d.f.	F	Sigf	b0	b1
X1	LIN	.304	71	31.04	.000	13.5376	.6881
X2	LIN	.249	71	23.60	.000	12.5695	.7447
X3	LIN	.294	71	29.56	.000	11.6629	.8478