

# PENGARUH KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI KERJA ISLAMI: PERSEPEKTIF KARYAWAN

## PT SEJAHTERA BUANA TRADA

Dadang Ahmad Zaeni

e-mail; [dadangahmad12349@gmail.com](mailto:dadangahmad12349@gmail.com)

Oki Idris Safari

e-mail; [okiidris@gmail.com](mailto:okiidris@gmail.com)

Liana Ariesha Khoerudin

e-mail; [nashwazahran6@gmail.com](mailto:nashwazahran6@gmail.com)

Dosen STIES Gasantara Indonesia

### Abstraksi

*Penelitian ingin membutikan adanya pengaruh komunikasi organisasi terhadap Motivasi kerja islami pada PT.Sejahtera Buana Trada Jakarta. Metode penelitian yang digunakan metode kuantitatif dibantu dengan program aplikasi SPSS seri 24.0. Sampel yang digunakan sebanyak 35 responden, penelitian ini juga menguji validitas, realibilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan analisis regresi linear. berdasarkan analisa regresi linier sederhana antara variabel bebas komunikasi organisasi (X), terhadap motivasi kerja islami (Y) maka dapat disusun persamaan sebagai berikut:  $Y = 5,319 + 0,838X$ , 838 menyatakan bahwa jika tidak ada komunikasi organisasi yang dilakukan oleh PT.Sejahtera Buana Trada motivasi kerja islam hanya sebesar 5,319 . Koefisien regresi X sebesar 0,838 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 (satu) kali untuk komunikasi organisasi, maka motivasi kerja islami akan meningkatkan sebesar 5,319. Dan sebaliknya, Jadi arah hubungan komunikasi organisasi dan motivasi kerja islami adalah positif artinya searah.*

**Kata kunci:** Komunikasi Organisasi, Motivasi Kerja Islami Karyawan.

### I. PENDAHULUAN

Dalam melaksanakan pekerjaannya, karyawan tidak akan lepas dari komunikasi dengan sesama rekan sekerja, komunikasi dengan atasan dan komunikasi dengan bawahan. Komunikasi yang baik dapat menjadi sarana yang tepat dalam meningkatkan kinerja karyawan. Melalui komunikasi, karyawan dapat meminta petunjuk kepada atasan mengenai pelaksanaan kerja. Komunikasi organisasi dalam prespektif subjektif adalah perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang terjadi. Pada prespektif ini yang ditekankan bahwa proses penciptaan makna atas interaksi yang menciptakan, memelihara, dan mengubah organisasi. Sedangkan dalam definisi objektif adalah kegiatan penanganan pesan yang terkandung dalam suatu batas organisasi. Pada prespektif ini yang lebih ditekankan adalah bahwa pada komunikasi sebagai suatu alat yang memungkinkan orang beradaptasi dengan lingkungan mereka.

Selain komunikasi dalam organisasi, karyawan tidak lepas dari motivasi yang menjadi pendorong seseorang melaksanakan suatu kegiatan guna mendapat hasil yang terbaik. Oleh karena itulah tidak heran jika karyawan yang mempunyai motivasi kerja yang tinggi biasanya mempunyai kinerja yang tinggi pula. Untuk itu motivasi kerja karyawan perlu dibangkitkan agar karyawan dapat menghasilkan kinerja yang terbaik. Antoni (2006) mengemukakan bahwa pemberian dorongan sebagai salah satu bentuk motivasi, penting dilakukan untuk meningkatkan gairah kerja pada karyawan sehingga dapat mencapai hasil yang dikehendaki oleh manajemen.

Motivasi kerja ini dapat mendorong diri kita untuk lebih giat dalam bekerja terkadang sesuatu hal yang di anggap susah untuk dikerjakan bahkan terasa berat untuk di kerjakan akan terasa ringan dan

kembali bersemangat mengerjakannya hingga menghasilkan sesuatu yang terbaik (Zamzam & Aravik, 2016b). Oleh karena itulah dengan adanya motivasi kerja ini sangat penting untuk di terapkan oleh seorang pegawai. Oleh sebab itu, saya akan mengujelaskan tentang bagimana motivasi yang baik dalam bekerja menurut ajaran islam yang benar.

Kenyataan yang ada mengatakan bahwa motivasi dapat dipengaruhi oleh komunikasi, seperti yang dirangkum dalam sebuah artikel media massa yang ditulis oleh NadiaFelicia (Kompas.com, 2010) mengemukakan bahwa: Sebuah survei yang diterbitkan dalam Colourful Lives Report oleh Future Foundation mengatakan, 28 persen pekerja memutuskan untuk berhenti bekerja dan mencari tempat baru karena mereka ingin mencari seseorang yang bisa memotivasi mereka dengan cara yang lebih baik. Menurut mereka, 83 persen mengatakan harus memiliki keterbukaan, seorang komunikator andal (82 persen), suportif (81 persen), pemimpin yang bagus (80 persen), dan seseorang yang menghormati staf sebagai individu yang berbeda (76 persen). Manajemen atau atasan yang buruk juga berdampak buruk terhadap perusahaan tersebut. Sebab, ketika bekerja di bawah bos yang payah, karyawan melaporkan kehilangan motivasi (47 persen), penurunan produktivitas (28 persen), dan sering mengajukan izin sakit untuk menghindari kerja (18 persen).

## II. LANDASAN TEORI

Pendapat dan teori tentang motivasi cukup banyak, namun yang menonjol adalah teori motivasi yang dikemukakan pakar, antara lain: Bahwa tindakan atau tingkah laku suatu organisme pada suatu saat tertentu biasanya akan dipengaruhi oleh kebutuhan-nya yang paling mendesak. Setiap pemimpin perlu memiliki pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan yang sangat penting bagi manusia. Maslow menyatakan bahwa ada suatu hierarki kebutuhan pada setiap manusia. Setiap orang memberi prioritas pada suatu kebutuhan sampai kebutuhan tersebut terpenuhi. Jika kebutuhan pertama telah terpenuhi maka kebutuhan kedua akan memegang peranan, demikian seterusnya.

Kata Motivasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1990) memiliki dua pengertian yaitu:

1. Dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak untuk melakukan tindakan dengan tujuan tertentu.
2. Usaha yang dapat menyebabkan seseorang/kelompok orang tertentu tergerak untuk melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendakinya.

Faktor-faktor yang berperan sebagai motivator terhadap pegawai dalam faktor pertama yaitu faktor yang mampu memuaskan dan mendorong orang untuk bekerja dengan baik, yang terdiri atas:

1. Keberhasilan pelaksanaan (achievement)
2. Pengakuan (recognition)
3. Pekerja itu sendiri (the work it seq)
4. Tanggung jawab (responsibilities)
5. Pengembangan (advancement)

Rangkaian faktor motivator melukiskan hubungan seorang dengan apapun yang dikerjakannya yaitu kandungan kerjanya, prestasi pada tugasnya, penghargaan atas prestasi yang dicapainya dan peningkatan dalam tugasnya. Faktor yang mempengaruhi motivasi kerja menurut Robbins adalah; (1). Kepemimpinan; (2). Komunikasi organisasi; (3). Kompensasi; (5) Kepuasan kerja; dan (5). Komitmen organisasi yang dimiliki oleh anggota organisasi. (Robbins, 2003) Untuk mengukur motivasi sesuai dengan pendapat Mc. Clelland: (1). Kebutuhan akan prestasi (2). Kebutuhan akan kekuatan; (2). Kebutuhan akan afiliasi. (Mc. Clelland, 1997)

Perilaku termotivasi adalah perilaku yang diarahkan pada tujuan. Motivasi juga didefinisikan sebagai proses menghasut dan mempertahankan perilaku yang diarahkan pada tujuan. Motivasi didefinisikan sebagai, kekuatan pendorong di balik perilaku yang menuntun kita untuk mengejar beberapa hal dan menghindari yang lain. Namun, ini adalah definisi motivasi yang sederhana. Motivasi selanjutnya dapat didefinisikan sebagai proses yang menentukan nilai penguatan suatu hasil dan memberikan dukungan yang sedang berlangsung

memperkuat kehendak individu untuk mencapai tujuan atau penghargaan.(Pintrich Paul R and De Groot Elishabeth . 2003)

Motivasi adalah konsep penting dalam Islam. Ini menawarkan muslim stimulus untuk menyembah Allah dan melakukan perbuatan baik. Ada stimulus kuat yang diberikan oleh janji Jannah dari Allah bahwa umat Islam didorong untuk melakukan perbuatan baik dan mendapatkan hadiah yang telah dijanjikan Allah dalam kehidupan setelahnya. Ada teori motivasi kontemporer yang mencoba memprediksi perilaku manusia mengapa orang melakukan tindakan tertentu dan bukan orang lain. Beberapa karya awal tentang motivasi termasuk 'Drive Theory' yang menunjukkan bahwa manusia memiliki dorongan untuk melakukan sesuatu dan begitu tindakan itu terpenuhi dan perlu dipenuhi, mereka menjadi konstan; dorongan ini termasuk iritasi batin, seperti kelaparan, kehausan, dan dorongan seks. Siti Maryam Munjiat (2018) Teori ini lemah karena hanya membahas iritasi internal dan mengabaikan rangsangan eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku tertentu; selain itu, ia juga tidak menentukan suatu tindakan. Demikian pula, teori ini juga tidak berbicara tentang bimbingan yang sekali lagi merupakan motivasi bagi manusia untuk bertindak dengan cara tertentu untuk mencapai keadaan tertentu, sedangkan di Islam ada panduan khusus yang juga menyarankan tindakan, yaitu apa yang harus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Hal lain adalah bahwa teori ini mengabaikan konsep motivasi negatif dan hanya berbicara tentang peningkatan upaya untuk mengurangi stimulasi atau iritasi. Dalam Islam, ada konsep motivasi negatif juga yang menghentikan manusia melakukan tindakan yang dilarang untuk memenuhi kebutuhan dan mengurangi stimulasi.

Motivasi bahwa Allah tidak akan mengubah nasib seseorang menjadi lebih baik kecuali dengan usaha dan jerih payahnya sendiri. Tafsiran seperti ini bertentangan dengan realitas lapangan. Berapa banyak orang yang berusaha mengubah nasib mereka dengan membanting tulang, kaki di kepala dan kepala di kaki, demi ingin mengubah nasibnya menjadi lebih baik, tapi berapa persen dari mereka yang berhasil? Ayat Al-Qur'an merupakan sebuah kepastian. Jika diartikan bahwa perubahan nasib menjadi lebih baik di tangan seseorang, tentu tidak akan ada orang gagal dari usahanya. Buktiya tidak demikian. Selain itu, keyakinan bahwa semua kesuksesan dikembalikan kepada pribadi seseorang—baru Allah mengikutinya—merupakan bagian dari doktrin Mu'tazilah. Dalam paham ini, perilaku hamba menentukan segalanya

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِنَفْسِهِمْ

Artinya: "Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri."

Secara etimologis istilah komunikasi berasal dari bahasa latin communication dan perkataan ini bersumber pada kata communis. Perkataan communis tersebut dalam pembahasan ini sama sekali tidak ada kaitannya dengan partai komunis yang sering dijumpai dalam kegiatan politik. Arti communis di sini adalah sama dalam arti kata sama makna yaitu sama makna mengenai suatu hal. Kesamaan makna dalam proses komunikasi merupakan faktor penting karena dengan adanya kesamaan makna antara komunikan dan komunikator maka komunikasi dapat berlangsung dan saling memahami. Menurut pendapat Trenholm dan Jensen (dalam Fajar, 2009), komunikasi merupakan suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran. Suatu proses yang mentransmisikan pesan kepada penerima pesan melalui berbagai media yang dilakukan oleh komunikator adalah suatu tindakan komunikasi. Selanjutnya menurut pendapat Weaver (dalam Fajar, 2009) Menurut Effendy (2002), komunikasi berfungsi untuk menyampaikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan mempengaruhi (*to influence*). Agar komunikasi berlangsung efektif, komunikator harus tahu khalayak mana yang akan dijadikan sasaran dan tujuan yang diinginkannya

Komunikasi organisasi pada umumnya adalah membahas tentang struktur dan fungsi organisasi hubungan antarmanusia, komunikasi dan proses pengorganisasian serta budaya organisasi. Dalam Komunikasi organisasi diberi batasan sebagai arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain meliputi arus komunikasi vertikal dan horizontal. Dalam pandangan Thoha (2000) komunikasi adalah sebagai proses penyampaian/ berita yang dilakukan oleh seseorang dan diterimanya berita tersebut oleh orang lain atau kelompok kecil dari orang-orang, dengan suatu akibat dan umpan balik yang segera. Handoko (2000) mengemukakan bahwa: "Komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain. Perpindahan pengertian tersebut melibatkan lebih dari sekerjakan kata-kata yang digunakan dalam percakapan, tetapi juga ekspresi wajah, intonasi, titik putus vokal dan sebagainya". Davis dalam Mangkunegara (2001) menekankan bahwa komunikasi merupakan pemindahan informasi dan pemahaman dari seseorang kepada orang lain. Menurut Rogers and Rogers dalam Abizar (1998) menyatakan bahwa organisasi adalah suatu sistem yang stabil dari individu-individu yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui hierarki dari tingkat dan pembagian tenaga.

Adapun faktor-faktor yang termasuk dalam komunikasi organisasi yang dapat mempengaruhi dan meningkatkan efektifitas serta efisiensi kerja, menurut Gondokusumo (1995) adalah sebagai berikut:

1. Hubungan interpersonal.
2. Peraturan
3. Umpaman balik
4. Instruksi/ perintah
5. Koordinasi

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini yang berkaitan dengan komunikasi organisasi sesuai dengan pendapat (Veithzal Rivai 2003) yaitu :

1. Komunikasi vertical kebawah
2. Komunikasi vertical keatas
3. Komunikasi diagonal
4. Komunikasi horizontal

### III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan lapangan (field research) dengan menggunakan format eksplanasi dengan bantuan SPSS 24.0 dalam pengolahan data penelitian. Format eksplanasi dimaksudkan untuk menggambarkan suatu generalisasi atau menjelaskan hubungan satu variabel dengan variabel lainnya, karena itu penelitian eksplanasi menggunakan hipotesis dan menguji hipotesis maka digunakan statistik inferensial (Bungin, 2005). Dalam penelitian ini populasinya sebanyak 35 responden orang dan sampel yang digunakan sebanyak 3 responden berprofesi sales mobil pada PT Sejahtera Buana Trada. Menurut Sugiyono (2015) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2009) Sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Sampling jenuh digunakan apabila populasi relatif kecil atau digunakan apabila ingin melalukan penelitian yang general dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, di mana semua anggota populasi dijadikan sampel. Untuk sampel menggunakan sampel jenuh dengan tingkat kesalahan 5 %. Dalam penelitian ini juga di uji yang berhubungan dengan uji validitas, uji realibilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan analisis regresi linear.

Menurut Sugiyono (2009) "Validitas bertujuan untuk menguji apakah setiap item atau instrument benar-benar mampu mengungkap faktor yang akan diukur atau konsisten internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu faktor". Metode yang sering digunakan untuk memberikan penilaian terhadap validitas kuesioner adalah korelasi *Product Moment* antara skor total sehingga sering disebut sebagai *inter item total correlation*. Nilai korelasi yang diperoleh lalu

dibandingkan dengan tabel nilai korelasi ( $r$ ) *product moment*. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel pada tahap kepercayaan tertentu, berarti instrument memenuhi kriteria validitas.

Menurut Triton dalam Sujianto (2009) uji reabilitas menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan Skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1.

Berikut ini adalah tabel skala *Alpha Cronbach's*:

Tabel 1. Skala *Alpha Cronbach's*

Nilai <i>Alpha Cronbach's</i>	Keterangan
0,00-0,20	Kurang reliabel
0,21-0,40	Agak reliabel
0,41-0,60	Cukup reliabel
0,61-0,80	Reliabel
0,81-1,00	Sangat reliabel

Sumber: Triton dalam Sujianto (2009).

Skala digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial. Dalam penelitian, fenomenal soaial ini telah ditetapkan secara spesifik yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk menganalisa secara kuantitatif, setiap jawaban diberi bobot atau skor, berikut ini

Tabel 2. Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2013).

Menurut Siregar (2013) "Koefisien Korelasi adalah bagian yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih atau juga dapat menentukan arah dari kedua variabel. Nilai korelasi ( $r$ ) $=$   $(-1 \leq r \leq 1)$ ". Untuk kekuatan hubungan, nilai koefisien korelasi berada diantara -1 dan 1, sedangkan untuk arah dinyatakan dalam bentuk positif (+) dan negative (-). Misalnya: Apabila  $r = -1$  artinya korelasi negative sempurna, karena terjadi hubungan bertolak belakang antara variabel X dan variabel Y, bila X naik maka variabel Y turun. Apabila  $r=1$  artinya korelasi positif sempurna, artinya terjadi hubungan searah variabel X dan variabel Y, bila variabel X naik maka variabel Y naik.

Tabel 3. Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00-0,199	Sangat Lemah
2	0,20-0,399	Lemah
3	0,40-0,599	Cukup
4	0,60-0,799	Kuat
5	0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber:Siregar (2013)

Menurut Siregar (2013) koefisien determinasi (KD) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat).

Persamaan Regresi

Menurut Siregar (2013) tujuan penerapan kedua metode adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel tak bebas (*dependent*) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent*).

Rumus regresi linear sederhana adalah:

$$Y = a + b \cdot X$$

Dimana: Y= variabel terikat

X= variabel bebas

a dan b = konstanta

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum masuk dalam perhitungan uji Kolerasi, Determinasi, dan Regresi. Terlebih dahulu dilakukan pengujian instrumen untuk memastikan bahwa data yang digunakan dapat dipercaya. Uji instrumen terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. Pengujian dilakukan dengan membandingkan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Nilai  $r$  hitung merupakan hasil kolerasi jawaban responden pada masing-masing pernyataan di setiap variabel yang dianalisis dengan program SPSS dan outputnya bernama Corrected Item Coleration. Besarnya  $r$  tabel dengan taraf signifikan 5% adalah  $df = n-2$  atau  $35-2 = 33$  sebesar 0,2826 (lihat pada lampiran r tabel). Hasil validitas melalui program SPSS dengan tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Validitas

Variabel	Indikator	$r$ hitung	$r$ table	Keterangan
Komunikasi organisasi	X1	0,473	0,2826	Valid
	x2	0,319		Valid
	X3	0,531		Valid
	X4	0,480		Valid
	X5	0,583		Valid

Motivasi Kerja	X6	0,387	0,2826	Valid
	X7	0,434		Valid
	X8	0,532		Valid
	X9	0,538		Valid
	X10	0,353		Valid
	Y1	0,510		Valid
	Y2	0,572		Valid
	Y3	0,450		Valid
	Y4	0,539		Valid
	Y5	0,691		Valid
	Y6	0,550		Valid
	Y7	0,429		Valid
	Y8	0,373		Valid
	Y9	0,355		Valid
	Y10	0,661		Valid

D  
ata  
tafel  
men  
unjukan  
nilai  
r  
hitung

semua indikator lebih besar dari  $r$  table ( $0,2826$ ) artinya semua indikator adalah alat ukur yang dapat dipercaya untuk mendapatkan data yang valid.

Tabel 5. Hasil Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Keterangan
Komunikasi Organisasi	0,790	Reliabel
Motivasi Kerja	0,857	Sangat Reliabel

Reliabilitas merupakan suatu indikator atau kuisioner dari perhitungan menggunakan SPSS dapat terlihat dari *Cronbach's Alpha*, kemudian diinterpretasikan pada tabel skala *Cronbach's Alpha* pada tabel berikut ini. Hasil Reliabilitas output SPSS 24.0. Data dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar ( $>$ ) 0,60 maka variabel masuk dalam kategori reliabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kuisioner yang digunakan dalam penelitian adalah dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

Untuk melihat sejauh mana pengaruh dan hubungan Komunikasi Organisasi terhadap Motivasi kerja pada PT.Sajahtera Buana Trada, maka selanjutnya dilakukan analisis uji koefisien korelasi, dengan menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*, yang perhitungan dihitung dengan menggunakan program aplikasi SPSS 24.0.0. berikut hasil dari uji variabel independen dan variabel dependen yang diteliti :

Tabel 6. Korelasi

		Correlations	
		KOMUNIKASI ORGANISASI	MOTIVASI KERJA
KOMUNIKASI ORGANISASI	Pearson Correlation		1 .894** .000
	Sig. (2-tailed)		
	N		35 35
MOTIVASI KERJA	Pearson Correlation		.894** .000
	Sig. (2-tailed)		
	N		35 35

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari hasil uji *Pearson Correlation* tersebut dapat dilihat antara variabel pelayanan (X) dan variabel kepuasan (Y), dengan angka yang tertera yaitu sebesar 0,894. Dari hasil tersebut, dapat diketahui pengaruhnya antara variabel X dan Y termasuk dalam kategori sangat kuat, karena berada dalam nilai 0.80-1,000.

Berikut ini adalah tabel regresi sederhana untuk menentukan ada tidaknya hubungan antara kedua variabel tersebut. Selain itu, digunakan untuk membuktikan besar hubungan komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja pada PT.Sejahtera Buana Trada.

Tabel 7. Koefisien Korelasi

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
1 (Constant)	5.319	3.165		1.681	.102
	KOMUNIKASI ORGANISASI	.838	.073	.894	11.490 .000

a. Dependent Variable: MOTIVASI KERJA

Nilai-nilai dari tabel analisis tersebut kemudian dimasukkan kedalam rumus persamaan regresi. Nilai a dan b dapat dilihat dari angka yang tertera pada kolom B, nilai a terdapat pada baris *Constant* dan nilai b terdapat pada pelayanan, sehingga didapatkan keterangan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 5,319 + 0,838X$$

Nilai konstanta a adalah 5,319 yang berarti jika tidak ada variabel komunikasi organisasi maka nilai motivasi kerja adalah sebesar 5,319. koefisien regresi X sebesar 0,838 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 komunikasi organisasi akan meningkatkan motivasi kerja sebesar 0,838. Jadi, tanda positif menyatakan arah hubungan searah, dimana kenaikan atau penurunan variabel independen (X) akan mengakibatkan kenaikan atau penurunan variabel dependen (Y).

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat berapa persen dari variasi variabel dependen (komunikasi organisasi) dapat diterangkan oleh variasi variabel independen (motivasi kerja). Berikut adalah hasil pengolahan kuesioner terhadap dua variabel yang diuji hubungannya yaitu variabel independen (komunikasi organisasi) dengan variabel dependen (motivasi kerja). Penulis menggunakan program SPSS 24.0 maka *output*-nya berupa tabel berikut.

Tabel 8. Korelasi Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 <sup>a</sup>	.800	.794	1.232

a. Predictors: (Constant), KOMUNIKASI ORGANISASI

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pengaruh Komunikasi Organisasi terhadap motivasi kerja R 0,849, dan koefisien determinasi sebesar 0,80 di mana sisanya 20% dipengaruhi oleh faktor lain yang diantaranya adalah gaya kepemimpinan, kompensasi dan lainnya.

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian ini diperoleh bukti dari hasil Uji validitas dengan menguji 35 responden untuk menentukan valid atau tidaknya item-item pernyataan pada kuesioner. Dari 10 item pernyataan semua valid untuk item pernyataan variabel Kominikasi organisasi (X) sedangkan dari item pernyataan motivasi kerja islami (Y) ada 10 item dan semuanya valid. Berdasarkan penelitian ini diperoleh bukti dari uji realibilitas menunjukkan nilai realibilitas 0,790. Nilai tersebut memiliki interpretasi realibilitas yang realibel karena nilai 0,790 tersebut juga berada di dalam nilai interpretasi 0,61-0,80. Berarti, seluruh item pada pernyataan dari variabel komunikasi organisasi (X) dinyatakan realibel dan dapat dipercaya. Sedangkan, hasil uji reliabilitas motivasi kerja islami (Y) yang ada pada kolom *Croanbach's Alpha* menunjukkan nilai realibilitas 0,857. Nilai tersebut memiliki interpretasi yang sangat realibel , karena nilai 0,857 tersebut berada di nilai interpretasi 0,81-1,00. Berarti seluruh pada pernyataan variabel motivasi kerja islami (Y) dinyatakan sangat realibel dan dapat dipercaya. Berdasarkan perhitungan Koefisien Regresi linear sederhana diperoleh persamaan  $Y = 5,319 + 0,838$  menyatakan bahwa jika tidak ada komunikasi organisasi yang dilakukan oleh PT. Sejahtera Buana Trada motivasi kerja islami hanya sebesar 5,319. Koefisien regresi X sebesar 0,838 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 (satu) kali untuk komunikasi organisasi, maka motivasi kerja islami akan meningkatkan sebesar 5,319. Dan sebaliknya, Jadi arah hubungan komunikasi organisasi dan motivasi kerja islami adalah positif artinya searah.

## DAFTAR PUSTAKA

- AA. Gondokusumo, 1995, Komunikasi Penugasan. Cet-5. Jakarta: PT. Toko Gunung Agung  
 Abizar 1988. Komunikasi Organisasi. Jakarta: Ditjen Dikti Depdikbud  
 Agus Eko Sujianto. 2009. Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0. Jakarta: PT. Prestasi Pustaka  
 Anwar Prabu Mangkunegara. 2001. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Remaja Rosdakarya. Bandung.

- Bungin, Burhan. 2005. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Prenadamedia.
- Cangara, Hafied. 2002. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Fajar M. 2009. Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik. Yogyakarta: Graham Ilmu
- Handoko T. Hani, 2000, Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia, Edisi II, Cetakan Keempat Belas, Penerbit BPFE, Yogyakarta
- Mc Clelland, D.C. 1987. Human Motivation. New York: Cambridge University Press.
- Munjiat. Siti Maryam , "Peran Agama Islam Dalam Pembentukan Pendidikan Karakter Usia Remaja, (2018) " Al-Tarbawi Al-Haditsah : Jurnal Pendidikan Islam 3, no. 1 (August 3)
- Paul R. Pintrich and Elisabeth V. De Groot, ( 2003) "A Motivational Science Perspective on the Role of Student Motivation in Learning and Teaching Contexts," Journal of Educational Psychology 95, no. 4
- Rivai, Veithzal. 2004. Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktik.PT Rajagrafindo Persada, Jakarta
- Robbins, Stephen P, 2003. Perilaku Organisasi, Jilid 2, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Thoha, Miftah, 2001, Perilaku Organisasi, Konsep Dasar dan Aplikasinya, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Siregar, Syofian. 2013. Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif. Jakarta. PT. Bumi Aksara
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B. Bandung: Aflabeta.