

# Pengaruh Komunikasi terhadap Komitmen Karyawan pada Hypermart Kota Samarinda

Siti Komar Khasnah<sup>1\*</sup>, Vera Anitra<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Samarinda Indonesia.

\*Kontak Email: [sitikomarkhasnah732@gmail.com](mailto:sitikomarkhasnah732@gmail.com)

Diterima: 08/05/19

Revisi: 15/05/19

Diterbitkan: 30/04/20

---

## Abstrak

**Tujuan studi:** Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi terhadap komitmen karyawan, menganalisis pengaruh komunikasi pada komitmen karyawan, menganalisis pengaruh komunikasi terhadap kinerja karyawan, menganalisis pengaruh hubungan yang harmonis terhadap kinerja karyawan, menganalisis pengaruh komunikasi terhadap komitmen karyawan, menganalisis pengaruh komitmen karyawan terhadap komunikasi pada Hypermart Kota Samarinda  
**Metodologi:** Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* yaitu *simple random sampling*. Metode yang digunakan dengan teknik ini juga diambil secara acak tanpa memperhatikan tingkat yang ada dalam populasi.

**Hasil:** Hasil dari perhitungan analisis regresi sederhana yang dilakukan menunjukkan adanya komunikasi pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap komitmen karyawan Hypermart Kota Samarinda.

**Manfaat:** Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kritik dan saran sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil suatu keputusan dan kebijakan yang tepat dalam perusahaan untuk meningkatkan keharmonisan dan kerja sama team yang baik dalam perusahaan.

## Abstract

**Purpose of study:** the study aims to analyse the influence of communication against the commitment of employees, analyzing the influence of communication on employee commitment, analyzing the influence of communication on performance of employees, analyze the effect of the relationship a harmonious employeeon performance, analyzing the influence of communication against the commitment of employees, analyze the effect of employee commitment toward communication on Hypermart the city of Samarinda

**Methodology:** sampling technique in this study use the probability sampling that is sampling that is simple random sampling. Method used with this technique are also take at random without regard to existing levels within the population.

**Results:** the result of the calculation of simple regression analysis conducted indication the existence of negative influence of communication and not significantly to the commitment of employees Hypermart Samarinda

**Application:** This research can provide input in the would expect criticism and suggestions as a consideration to take a decision and the right policy in the enterprise to enhance the harmony a good team cooperation within the company.

---

**Kata kunci:** komunikasi, pengetahuan, keterampilan, sikap dan komitmen karyawan

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Komunikasi

Salah satu agar hubungan sebuah organisasi atau perusahaan berjalan dengan baik yaitu berkomunikasi dengan semua karyawan. komunikasi akan hampa apabila tanpa adanya manusia dapat terjadinya stres pada karyawan dengan perilaku tidak konsisten. Komunikasi tidak mungkin berjalan dengan baik tanpa interaksi antara manusia baik secara perorangan dan kelompok. Orang lebih melakukan interaksi adanya aksi dan reaksi. Kelompok atau organisasi melakukan proses komunikasi yaitu manusia yang dapat melakukan gerak dinamis. Pelaku komunikasi menjadi penting yaitu fungsi yang dapat dirasakan oleh pelaku. Menyampaikan dalam benak pikirannya dan perasaan hati nuraninya kepada orang melalui komunikasi. Danish dan rizwan Qaiser (2010) komunikasi dalam perusahaan merupakan penentu keberhasilan dalam pencapaian tujuan, dengan komunikasi akan menjadi hubungan komunikasi timbal balik dari tiap – tiap orang dalam perusahaan baik berupa perintah, sara, pendapat dan keritik.

Kennet dan Gery (2003) komunikasi dapat diartikan sebagai penyampaian informasi antara manusia dan mesin. Komunikasi akan efektif jika pesan yang dapat diterima akan dapat menyerap oleh perilaku disandi. Komunikasi ini juga sebagai stimulasi baik secara sadar tak maupun tidak sadar, sengaja atau tidak sengaja, verbal atau non verbal, dan kontekstual yang berperan sebagai isyarat kepada sumber penerima kualitas dan kreibilitas.

Komunikasi akan mempengaruhi komitmen individu atau kelompok karyawan, komunikasi tidak mampu melakukan interaksi sosial yang baik dapat menurunkan komitmen para karyawan. Dalam perusahaan hypermart, komunikasi yang

tidak baik lumayan tinggi karena adanya kesenjangan antara individu atau kelompok banyak faktor yang menyebabkan komunikasi kelompok salah satunya yaitu dalam kegiatan rutin *briefing* (pengarahan) bersama karyawan, didalam kegiatan tersebut tidak terdapat adanya timbal balik dari karyawan itu sendiri, dan akan terjadinya kesalah pahaman ketika berkomunikasi antara kelompok maupun atasan dalam kegiatan pekerjaan.

## 1.2 Komitmen

Windy dan Gunasti (2012) menunjukkan tingkat komitmen, baik komitmen perusahaan terhadap karyawan maupun karyawan terhadap perusahaan sangat di perlukan karena melalui komitmen-komitmen tersebut akan menciptakan iklim kerja yang profesional. Individu atau kelompok yang nyaman dengan pekerjaannya cenderung memenuhi komitmen terhadap organisasi, yang akan menyebabkan karyawan tersebut memiliki rasa ketergantungan dan tanggung jawab pada organisasi atau perusahaan. Individu atau kelompok yang memiliki komitmen organisasi rendah cenderung untuk melakukan cara yang dapat mengganggu kinerja organisasi seperti *turnover* yang tinggi, Mega (2013).

Robbins dan Judge (2011) mendefinisikan Komitmen Organisasional sebagai suatu keadaan karyawan memihak kepada perusahaan tertentu dan tujuannya, serta berniat memelihara keanggotaannya dalam perusahaan itu. Dengan kata lain, Komitmen Organisasional berkaitan dengan keinginan karyawan yang tinggi untuk berbagi dan berkorban bagi perusahaan.

Komitment yang berkaitan dengan individu atau kelompok terdapat perubahan produktivitas, masuk kerja dan keluarnya karyawan perusahaan pegawai merupakan proses mengidentifikasi pada individu pegawai dengan aturan. Peraturan memiliki tujuan organisasi. Pegawai berkomitmen kuat juga mempunyai niat untuk memberikan tugas dan kewajiban yang lebih baik memberikan semangat tinggi untuk perusahaan. Karyawan yang memiliki komitmen kuat akan menerima semua tugas dan kewajiban atas tugas yang diberikan. Sebaliknya yang tidak berkomunikasi dengan baik akan mempengaruhi komitmen kerja dan akan mengurangi terhadap tugas dalam keberhasilan perusahaan.

Penelitian ini dilakukan di Hypermart Plaza Mulia Jalan Bayangkara, Bugis Samarinda Kota Kalimantan Timur dan Hypermart Big Mall Jalan Untung Suropati No 8 Karang Asam Ulu, Sungai Kunjang Kota Samarinda. Perusahaan ini bergerak di bidang perdagangan retail, Hypermart adalah jaringan Hypermarket di Indonesia dan bagian dari Lippo Group di hampir semua Kota besar di Indonesia. Memiliki jumlah karyawan yang cukup dan berbagi setiap cabang perusahaan, walaupun persaingan dalam bidang bisnis semakin menigkat, Hypermart tetap mampu bersaing dengan baik sampai sekarang ini. Hal ini karena lingkungan kerja yang baik dalam persahaan. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian tentang komunikasi terhadap komitmen karyawan pada Hypermart Kota Samarinda.

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana komunikasi yang diterapkan pada perusahaan, dan bagaimanakah komitmen karyawan yang ada pada perusahaan, serta apakah berpengaruh komunikasi terhadap komitmen karyawan perusahaan. Peneliti berhaap hasil dari penelitian ini akan sesuai dengan yang diharapkan bagi peneliti, sebuah keberhasilan yang baik perusahaan bergantung kepada kinerja karyawan, salah satu cara dlakukan perusahaan kepada karyawan harus memperhatikan lingkungan kerja baik untuk para karyawan agar berlangsungnya kelancaran alam menyelesaikan pekerjaan secara yang maksimal.

## 2. METODELOGI

### 2.1 Populasi Dan Teknik Pengambilan Data

Teknik yang kami ambil dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling*, yaitu *simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada populasi untuk di jadikan sampel, teknik ini juga diambil dengan secara acak tanpa memfokuskan tingkatan yang ada dalam populasi. Populasi pada hypermart plaza mulia dan Hypermart Big Mall berjumlah 124 orang, jumlah sample di tentukan dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan adalah sebesar 5% sehinggaa jumlah semple yang di tentukan sebesar 94 orang. Jumlah sample 94 ini selanjutnya di ambil secara acak tanpa memerhatikan kelas, strata dan jabatan.

### 2.2 Definisi Operasional Variabel

Pengertian operasional variabel penelitian merupakan pemaparan dari masing - masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator. Peneliti menggunakan 2 variabel dalam penelitian ini yaitu variable bebas komunikasi (X) dan variable terikat komitmen karyawan (Y) Indikator - indikator yang dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1: Defisini Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Kode	Skala
----------	-----------	------	-------

Komunikasi	1. Pengatahuan	K1	Menggunakan skala Likert 1-5 untuk menunjukkan pendapat responden sangat tidak setuju sampai sangat setuju
	2. Keterampilan	K2	
	3. sikap	K3	
Hutapea dan nurianna (2008)			
Komitment Karyawan	1. Keinginan kuat tetap menjadi anggota organisasi	KK 1	Menggunakan skala Likert 1-5 untuk menunjukkan pendapat responden sangat tidak setuju sampai sangat setuju
	2. Keinginan untuk melakukan tindakan atas nama organisasi.	KK 2	
	3. Penerimaan nilai dan tujuan perusahaan.	KK 3	
	4. Tinggi rendahnya tingkat kemangkiran	KK 4	
Triatna (2015)			

### 2.3 Teknik Analisis Data

Analisis rentang skala digunakan untuk mengetahui komunikasi dan komitmen karyawan pada karyawan Hypermat Samarinda. Rentang skala dimanfaatkan untuk diketahui tingkat jawaban dari para karyawan yang berhubungan dengan kondisi yang dirasakan karyawan di perusahaan.

### 2.4 Uji Validitas

Ghozali dalam (Ririn Prihatin, 2011), Jika korelasi  $r$  hitung positif atau lebih besar dari  $r$  tabel maka butir instrumen yang dimaksud valid, sedangkan jika  $r$  hitung lebih kecil dari pada  $r$  tabel, maka dikatakan tidak valid. Rumus yang digunakan untuk menguji instrumen dalam penelitian ini yaitu *korelasi produk moment analisis korelasi pearson*. Menurut Sofyan (2011), *korelasi product moment pearson* adalah korelasi dengan angka kasar digunakan untuk menemukan pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada Hypermart. Sedangkan untuk mengetahui valid tidaknya suatu item instrument dapat diketahui dengan membandingkan indeks *Korelasi Product Moment* atau  $r$  hitung dengan nilai kritisnya.

### 2.5 Uji Reabilitas

Reabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2010) pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan dengan eksternal (*test-retest, equivalent, dan gabungan keduanya*), dan internal (*internal consistency*). Uji reabilitas instrument dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kehandalan tingkat alat ukur dalam mengukur suatu variabel yang akan diukur, variabel yang akan diukur adalah keharmonisan, komunikasi kerja, kekompakan kerja, dan saling menghargai, untuk mengetahui konsistensi alat ukur yaitu dengan menggunakan instrument penelitian berupa angket atau kuisisioner. Angket (*questionnaire*) jenis metode instrument yang digunakan oleh peneliti, daftar cocok (*check list*), inventori (*inventory*), dan didalam penelitian ini, peneliti menggunakan Angket dan untuk mendapat hasil indeks atau angka koefisien reabilitas akan digunakan program SPSS. Instrument dikatakan realibel jika alpha cronbach sebesar  $\geq 0,7$ . Angket disusun dengan memperhatikan responden yang menjadi objek penelitian. Kondisi responden yang rata-rata memiliki pendidikan formal tidak sampai pada perguruan tinggi dipertimbangkan secara serius. Oleh karena itu kuisisioner ditata dengan sederhana dan semudah mungkin untuk dapat dipahami dan diisi.

### 2.6 Analisis Regresi Linier Sederhana

Penulis menggunakan teknik analisis data regresi linier sederhana, sebagai teknik analisis data dalam penelitian ini. Analisis regresi linier sederhana adalah metode statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh menghubungkan sebab akibat antara variabel faktor penyebab (X) terhadap variabel akibatnya (Y). Faktor penyebab pada umumnya di lambangkan dengan X sedangkan variabel akibat di lambangkan dengan Y. Regresi linier sederhana yaitu satu metode statistik yang dipakai dalam produksi untuk melakukan peramalan ataupun prediksi tentang karakteristik kualitas maupun kuantitas.

### 2.7 Pengujian Hipotesis

Cara menentukan hipotesis sementara adalah Membuat Garis Regresi Sederhana disebutkan bahwa apabila harga  $b$  = positif, maka variabel Y akan mengalami kenaikan atau pertumbuhan, sebaliknya apabila harga  $b$  negatif, maka variabel Y akan mengalami penurunan. Menentukan Kriteria Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau tidak yaitu ditentukan dengan menginterpretasikan nilai signifikan pada teknik analisis statistik jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka hipotesis diterima yaitu komunikasi berpengaruh terhadap komitmen karyawan, namun

apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak yang berarti komunikasi tidak berpengaruh terhadap komitmen karyawan.

## 2.8 Uji Validitas

Dalam penelitian ini, uji validitas data dilakukan dengan melihat nilai dari hasil *loading analysis*, suatu data dilakukan valid apabila memenuhi syarat; a) nilai  $r$  hitung (*loading analysis*) bernilai positif dan b)  $r$  hitung  $> r$  korelasi, dalam penelitian ini telah ditentukan  $r$  korelasi sebesar  $> 0,5$ . Adapun hasil uji validitas pada pengujian ini untuk masing – masing variable adalah sebagai berikut:

Tabel 2: Uji Validitas variable Komunikasi (X).

Variabel	Kode	Korelasi (r hiting)	R table	Keterangan
Pengetahuan (K)	K 1.1	0.759	0.5	Valid
	K 1.2	0.739	0.5	Valid
Keterampilan(K)	K 2.1	0.808	0.5	Valid
	K 2.2	0.797	0.5	Valid
Sikap (K)	K 3.1	0.799	0.5	Valid
	K 3.2	0.769	0.5	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Dari [Table 2](#) dapat disimpulkan bahwa semua item – item pernyataan komunikasi karyawan (X) adalah valid, dimana nilai pada item – item pernyataan tersebut mempunyai nilai  $r$  korelasi  $> 0,5$ . Untuk mengetahui uji validitas variable komitmen karyawan pada Hypermart (Y), dikatakan valid karna variable pengetahuan, keterampilan dan sikap lebih dari angka yang di bawa valid.

Tabel 3: Uji Validitas variable Komitmen Karyawan

Variabel	Kode	Korelasi (r hiting)	R table	Keterangan
Keinginan kuat tetap menjadi anggota organisasi (KK)	KK 1.1	0.517	0.5	Valid
	KK 1.2	0.568	0.5	Valid
Keinginan untuk melakukan tindakan atas nama organisasi (KK)	KK 2.1	0.589	0.5	Valid
	KK 2.2	0.784	0.5	Valid
Penerimaan nilai dan tujuan perusahaan (KK)	KK 3.1	0.573	0.5	Valid
	KK 3.2	0.610	0.5	Valid
Tinggi rendahnya tingkat kemangkiran (KK)	KK 4	0.784	0.5	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Dari [Table 3](#) dapat disimpulkan bahwa semua item-item pernyataan komitmen karyawan (Y) adalah valid, dimana nilai pada item-item pernyataan tersebut mempunyai nilai  $r$  korelasi  $> 0,5$ , dikatakan valid karna ada variable keinginan kuat tetap menjadi anggota organisasi, keinginan untuk melakukan tindakan atas nama organisasi, penerimaan nilai dan tujuan perusahaan, dan tinggi rendahnya tingkat kemangkiran melebihi angka yang dibawah valid.

## 2.9 Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan bantuan program SPSS dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha*  $> r$  tabel, yang mana  $r$  tabel yaitu 0,7 (sekarang 2017). Untuk hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4: Hasil Uji Reliabilitas

Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Komunikasi (X)	0.794	Reliabel
Komitment Karyawan (Y)	0.755	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan hasil [Tabel 4](#) uji pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari seluruh variabel adalah lebih besar dari 0,7. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel komunikasi dan variabel komitmen karyawan dapat dinyatakan reliabel.

**2.10 Hasil Analisis Rentang Skala**

Berdasarkan hasil analisis secara keseluruhan terhadap variabel komunikasi dengan enam item pernyataan, dapat dilihat penilaian rata-rata skor dari masing-masing indikator pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5: Hasil Analisis Tanggapan Responden Terhadap Setiap Pernyataan Pada Komunikasi Karyawan Di Kota Samarinda

Indikator	Skor
Pengetahuan	4.075
Keterampilan	4.22
Sikap	4.075
Rata-rata Skor	4.12

Sumber : Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan hasil Tabel 5 rata-rata skor keseluruhan untuk variabel komunikasi dengan 3 indikator yaitu 4.12 berada pada rentang kategori skor 3.40 - 4.19 Kondisi ini menunjukkan bahwa karyawan Hypermart Kota Samarinda memiliki komunikasi yang tinggi dalam menjalankan pekerjaannya, dikatakan tinggi karna pengetahuan, keterampilan, dan sikap sudah tercapai.

Berdasarkan hasil analisis secara keseluruhan terhadap variabel komitmen karyawan dengan tujuh item pernyataan, dapat dilihat penilaian rata-rata skor dari masing-masing indikator pada Tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 6: Penilaian Variabel Komitmen Karyawan

Indikator	Skor
Keinginan kuat tetap menjadi anggota organisasi	3.14
Keinginan untuk melakukan pekerjaan atas nama organisasi	3.04
Penerimaan nilai-nilai dan tujuan organisasi	3.02
Tinggi rendahnya tingkat kemangkiran	3.04
Rata-rata Skor	3.06

Sumber : Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan hasil Tabel 6 rata-rata skor keseluruhan untuk variabel komitmen karyawan dengan 4 indikator yaitu 3.06 berada pada rentang kategori skor 2.60-3.39 atau berada pada kategori sedang. Kondisi ini menunjukkan bahwa karyawan pada Hypermart kota Samarinda memiliki komitmen yang sedang dalam menjalankan pekerjaannya, Di katakan sedang karna sedang ada beberapa penerima nilai – nilai dan tujuan organisasi yang belum tercapai.

**2.11 Hasil Analisis Regresi Linier**

Pada bagian ini akan disajikan gambaran hasil statistik mengenai pengaruh komunikasi terhadap komitmen karyawan, dengan hasil penelitian yang telah diolah komputer melalui program SPSS 22. Hasil analisis regresi linier sederhana yang telah dilakukan secara lengkap dapat diketahui pada table 4.16 sebagai berikut:

Tabel 7: Hasil Analisis Pengaruh komunikasi terhadap komitmen karyawan pada Hypermart Kota Samarinda

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t hitung	Probabilitas (Sig. t)
Komunikasi	0.139	1.221	0.225
Konstanta	17.988		
F Hitung	1.490		
R <sup>2</sup>	0.016		
Adjusted R <sup>2</sup>	0.005		
R	0.126		

Variabel terikat komitmen karyawan (Y)

Sumber : data primer yang di olah (2019)

Dari Table 7 Terlihat nilai signifikan adalah 0.225 maka lebih besar dari 0,05. Angka koefisien regresi nilainya sebesar 0.139 angka ini menunjukkan bahwa setiap penambahan 1% tingkat komunikasi (X) maka komitmen karyawan (Y) akan meningkat sebesar 0.139

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi sederhana yang telah dilakukan menunjukkan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan pada komunikasi terhadap komitmen karyawan Hypermart Kota Samarinda.

Hal tersebut dapat dilihat pada nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu sebesar 0,016. Dengan demikian berarti bahwa komunikasi pada Hypermart di pengaruhi komunikasi sebesar 2% sedangkan sisanya sekitar 98 % dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Dan variabel lainnya yaitu emosi, jarak, persepsi, peran, hubungan, lingkungan, stimulus eksternal, kondisi fisik, jenis kelamin, nilai serta budaya.

### 2,12 Hasil Pengujian Hipotesis1.

Uji statistik ini digunakan untuk membuktikan signifikansi atau ada tidaknya pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel-variabel terikat secara individu (parsial). Pengambilan keputusan didasarkan dengan uji t hasil output SPSS :

- Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka  $H_a$  diterima yaitu ada pengaruh positif komunikasi (X) terhadap Komitmen karyawan (Y)
- Jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel maka  $H_o$  diterima yaitu ada pengaruh negatif komunikasi (X) terhadap Komitmen karyawan (Y)

Untuk menguji apakah variabel kepuasan kerja mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel komitmen karyawan atau tidak berpengaruh maka digunakan uji t (*t-test*) yaitu dengan cara membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ .

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1.221 dengan tingkat signifikansi 0.225, dengan menggunakan tingkat keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ) dan derajat kebebasan  $df = n-2 = 94-2 = 92$  maka diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.662, maka  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $\alpha = 0,05$ ) = 1.221 < 1.662. Sehingga hasil analisis tersebut dinyatakan tidak signifikan. Hal ini berarti bahwa  $H_o$  dapat diterima. Dengan kata lain komunikasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan dengan komitmen karyawan.

### 3. HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan hasil rata-rata skor keseluruhan untuk variabel komunikasi dengan tiga indikator yaitu 4,12 berada pada rentang kategori skor 3.40 – 4.19 atau berada pada kategori tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa karyawan Hypermart Kota Samarinda memiliki tingkat komunikasi yang tinggi terhadap perusahaan. Karyawan dengan tingkat komunikasi yang baik akan menunjukkan sikap positif terhadap pekerjaannya. Hal ini akan terlihat dari sikap karyawan terhadap pekerjaannya dan segala sesuatu di lingkungan kerjanya. Karyawan dengan tingkat komunikasi yang tinggi akan berdampak pada pengetahuan, keterampilan, dan sikap serta hubungan kerja yang baik dengan anggota perusahaan lainnya. Sebaliknya, karyawan dengan tingkat komunikasi rendah akan menunjukkan sikap negatif, baik terhadap pekerjaannya maupun terhadap lingkungan kerjanya. Ketidak tersampainya komunikasi seringkali berujung pada keinginan untuk keluar dari perusahaan.

Berdasarkan hasil rata-rata skor keseluruhan untuk variabel komitmen karyawan dengan empat indikator yaitu 3,06 berada pada rentang kategori skor 2.60 – 3.39 atau berada pada kategori sedang. Kondisi ini menunjukkan bahwa karyawan Hypermart memiliki komitmen yang sedang pada perusahaan. Langkah awal dalam mewujudkan tujuan perusahaan yang baik salah satunya dengan memberikan komitmen yang tinggi pada setiap karyawan, karena langkah ini merupakan langkah awal untuk menghasilkan karyawan yang berkomitmen dan meminimalisir keinginan karyawan untuk mempertahankan dari pekerja.

### 4. KESIMPULAN

Dalam sebuah organisasi atau perusahaan dalam menyampaikan pesan harus menggunakan komunikasi, komunikasi dalam variable pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang berjalan dalam perusahaan termasuk katagori sekor tinggi memiliki komunikasi dalam menjalankan pekerjaan. Komitmen sangat penting dalam perusahaan karna akan mempertahankan kualitas karyawan yang memiliki jiwa berkorban untuk perusahaan, komitmen dalam variable keinginan kuat sebagai anggota organisasi, untuk melakukan atas nama organisasi, penerimaan nilai – nilai tujuan perusahaan, tinggi rendahnya tingkat kemangkiran termasuk katagori sedang berarti komitmen di perusahaan sudah terlaksanakan dan ada juga sebagian belum tercapai.

Hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan pada komunikasi terhadap komitmen karyawan Hypermart Hota Samarinda. Karna pengetahuan, keterampilan dan sikap karyawan pada Hypermart Kota samarinda tergolong tinggi.

### SARAN DAN REKOMENDASI

Komunikasi pada Hypermart Kota Samarinda sudah dapat dilakukan baik, tetapi perusahaan harus mempertahankan bahkan lebih ditingkatkan lagi komunikasinya agar tetap terjaga dengan baik, baik dengan atasan dengan karyawan dan karyawan pada konsumen. Untuk mengurangi terjadinya konflik dalam komunikasi seorang manager harus tegas dalam menyampaikan informasi, dan tidak membedakan karyawan satu dengan yang lainnya.

Saran berikutnya yaitu perusahaan perlu memberikan bentuk apresiasi kepada karyawan yang sudah menjalankan pekerjaannya dan melayani konsumen dengan baik, dalam halnya karyawan yang ramah kepada siapa pun baik pada teman kerja maupun konsumen yang datang. Hal ini akan lebih menjadikan motivasi bagi karyawan itu sendiri, maupun berkomitmen pada perusahaan. Variabel yang digunakan untuk penelitian ini sangat sedikit, yaitu hanya tiga variabel, oleh sebab itu pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya yang berhubungan dengan perilaku komunikasi. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi komunikasi

terhadap komitmen karyawan. Diharapkan pada peneliti selanjutnya untuk memberikan gambaran, dan memberikan referensi dalam penelitian berikutnya

## REFERENSI

- Danish, Rizwan Qaiser., 2010. *Impact of Reward and Recognition on Job Satisfaction and Motivation An Empirical Study from Pakistan. Internasional Journal of Business and Management.* 5 (2), halaman : 159-167.
- Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 Update Pls Regresi. *Jurnal penelitian: Universitas Diponegoro. Semarang*
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Harahap, Sofyan Syafri.2011. Teori Akuntansi. Jakarta. CV. Rajawali Pers
- Hutapea., Nurianna., 2008. *faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan komunikasi.* <http://repository.unpas.ac.id/15916/4/BAB%20II.pdf>. [Dikutip pada 22 februari 2019]
- Mega Karina., 2013. Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan di Kantor Distribusi PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten. *Skripsi Fakultas Pendidikan Ekonomidan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.*
- Robbins, Stephen, P., Timothy A., Judge., 2015. *Prilaku Organisasi.* 16 Ed. Jakarta, Salemba Empat.
- Robbins, S., Judge, T. A., 2011. *Organizational Behaviour.* 14th ed., Global ed. New Jersey, McGraw-Hill.
- Sugiyono., 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Bandung, Alfabeta.
- Usman, Husain. 2012. *Pengantar Statistika.* Jakarta: Bumi Aksara
- Wijono, S., 2011. *Psikologi Industry Dan Organisasi.* Jakarta, Prenada Media Grup.
- Windy, Aprilia Murty., Gunasti, Hudiwinarsih., 2012. Pengaruh Kompensasi, Motivasi dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Akuntansi (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur di Surabaya). *The Indonesian Accounting Review*,2(2),h:215-228.