

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS**

#### **2.1. Uraian Teoritis**

##### **2.1.1. Komunikasi**

###### **2.1.1.1. Pengertian Komunikasi**

Menurut Mangkunegara (2013:145) menyatakan bahwa “Komunikasi dapat diartikan sebagai proses pemindahan suatu informasi, ide, pengertian dari seseorang kepada orang lain dengan harapan orang lain tersebut dapat menginterpretasikannya sesuai dengan tujuan yang dimaksud”. Menurut Sopiha (2008:2) menyatakan bahwa “Komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui suatu sistem yang biasa (lazim), baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal maupun perilaku dan tindakan.”

Menurut Iman dan Siswandi (2009:171) menyatakan bahwa “Komunikasi adalah proses mengirimkan dan menerima berita di antara pihak-pihak yang saling berhubungan sehingga dari padanya diperoleh pemahaman tentang apa yang dimaksud satu sama lain.”

Dari pendapat di atas peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses pengiriman dan pertukaran informasi dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan simbol-simbol yang mengandung arti untuk seseorang yang menerima pesan dengan tujuan tertentu.

###### **2.1.1.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Komunikasi**

Menurut Mangkunegara (2013:148), ada dua tinjauan faktor yang mempengaruhi komunikasi, yaitu :

1) Faktor dari pihak *sender* atau komunikator, yaitu keterampilan, sikap, pengetahuan *sender*, media saluran yang digunakan.

a) Keterampilan *Sender*

*Sender* sebagai pengirim informasi, ide, berita, pesan. perlu menguasai cara-cara penyampaian pikiran baik secara tertulis maupun lisan.

b) Sikap *Sender*

Sikap *sender* sangat berpengaruh pada *receiver*. *Sender* yang bersikap angkuh terhadap *receiver* dapat mengakibatkan informasi atau pesan yang diberikan menjadi ditolak oleh *receiver*. Begitu pula sikap *sender* yang ragu-ragu dapat mengakibatkan *receiver* menjadi tidak percaya terhadap informasi atau pesan yang disampaikan. Maka dari itu, *sender* harus mampu bersikap meyakinkan *receiver* terhadap pesan yang diberikan kepadanya.

c) Pengetahuan *Sender*

*Sender* yang mempunyai pengetahuan luas dan menguasai materi yang disampaikan akan dapat menginformasikannya kepada *receiver* sejauh mungkin. Dengan demikian, *receiver* akan lebih mudah mengerti pesan yang disampaikan oleh *sender*.

d) Media saluran yang digunakan oleh *Sender*

Media atau saluran komunikasi sangat membantu dalam menyampaikan ide, informasi atau pesan kepada *receiver*. *Sender* perlu menggunakan media saluran komunikasi yang sesuai dan menarik perhatian *receiver*.

2) Faktor dari pihak *receiver*, yaitu keterampilan *receiver*, sikap *receiver*, pengetahuan *receiver*, dan media saluran komunikasi.

a) Keterampilan *receiver*

Keterampilan *receiver* dalam mendengar dan membaca pesan sangat penting. Pesan yang diberikan oleh *sender* akan dapat dimengerti dengan baik, jika *receiver* mempunyai keterampilan mendengar dan membaca.

b) Sikap *Receiver*

Sikap *receiver* terhadap *sender* dapat mempengaruhi efektif tidaknya komunikasi. Misalnya, *receiver* bersikap apriori, meremehkan, berprasangka buruknya terhadap *sender*, maka komunikasi menjadi tidak efektif dan pesan menjadi tidak berarti bagi *receiver*. Maka dari itu *receiver* haruslah bersikap positif terhadap *sender*, sekalipun pendidikan *sender* lebih rendah dibandingkan dengannya.

c) Pengetahuan *Receiver*

Pengetahuan *receiver* sangat berpengaruh pula dalam komunikasi, *Receiver* yang mempunyai pengetahuan yang luas akan lebih mudah dalam menginterpretasikan ide atau pesan yang diterimanya dari *sender*. Jika pengetahuan *receiver* kurang luas sangat memungkinkan pesan yang diterimanya menjadi kurang jelas atau kurang dapat dimengerti oleh *receiver*.

d) Media Saluran Komunikasi

Media saluran komunikasi yang digunakan sangat berpengaruh dalam penerimaan ide ataupun pesan. Media saluran komunikasi berupa alat indera yang ada pada *receiver* sangat menentukan apakah pesan dapat diterima atau tidak untuknya. Jika alat indera *receiver* terganggu maka

pesan yang diberikan oleh *sender* dapat menjadi kurang jelas bagi *receiver*.

### 2.1.1.3. Indikator Komunikasi

Menurut Sopiah (2008: 10) indikator komunikasi meliputi :

1) Persepsi

Seorang komunikator yang cerdas harus dapat memprediksi apakah pesan-pesan yang akan disampaikan dapat diterima oleh komunikan atau tidak. Bila prediksinya tepat, *audiens* akan dapat membaca dan menerima tanggapannya dengan benar.

2) Ketepatan

Agar komunikasi yang dilakukan mencapai sasaran, seseorang perlu mengekspresikan sesuatu sesuai dengan apa yang ada dalam kerangka berpikir mereka. Apabila hal itu diabaikan, yang muncul adalah kesalahan komunikasi (*miscommunications*).

3) Pengendalian

Reaksi *audiens* dalam menerima pesan dapat membuat komunikator tertawa, menangis, bertindak, dan mengubah pikiran. Hal itu ditentukan oleh intensitas reaksi yang di lontarkan *audiens* terhadap apa yang disampaikan oleh komunikator. Sebaliknya reaksi *audiens* bergantung pada berhasil tidaknya komunikator mengendalikan *audiensnya* saat melakukan komunikasi.

#### 4) Keharmonisan

Komunikator yang baik tentu akan selalu dapat menjaga hubungan persahabatan yang baik dengan para *audiens* sehingga komunikasi dapat berjalan lancar dan mencapai tujuannya.

#### 5) Mempermudah umpan balik (*Feedback*)

Agar pemberian umpan balik tersebut memberikan suatu manfaat yang cukup berarti, cara dan waktu penyampaiannya harus direncanakan dengan baik.

### 2.1.2. Strategi Fasilitas

#### 2.1.2.1. Pengertian Strategi Fasilitas

Fasilitas diberikan perusahaan dengan tujuan untuk memudahkan karyawan dalam bekerja baik usaha yang bergerak di bidang produksi maupun jasa. Karyawan memang harus diperhatikan dalam melakukan pekerjaannya, sebab kalau tidak akan menyebabkan karyawan kesulitan atau merasa jenuh serta menjadi bertambahnya beban dalam menyelesaikan pekerjaan. Hal ini akan menjadikan penurunan produktivitas kerja karyawan dan pada gilirannya akan menurunkan hasil produksi perusahaan.

Sedangkan menurut Wibowo (2016: 91) menyatakan bahwa “Fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak perusahaan untuk mendukung kenyamanan karyawan dalam bekerja”. Menurut Suwatno dan Priansa (2011: 82) menyatakan bahwa “Desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan peningkatan produktivitas karyawan. Sejumlah tipe produksi, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara karyawan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas produk yang dihasilkan akan baik atau tidak”.

Segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri dapat disebut fasilitas. Fasilitas dapat juga diartikan sebagai sarana dan prasarana yang tersedia di lingkungan maupun di dalam kantor perusahaan, dimaksudkan untuk memberikan pelayanan maksimal agar konsumen atau pelanggan merasakan nyaman dan puas. Fasilitas merupakan faktor penunjang utama dalam kegiatan suatu produk.

Apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasanya tersebut tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Artinya bahwa salah satu faktor kepuasan konsumen dipengaruhi oleh fasilitas yang diberikan oleh penjual yang dimanfaatkan oleh konsumen sehingga mempermudah konsumen dalam proses pembelian. Apabila konsumen merasa nyaman dan mudah mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual, maka konsumen akan merasa puas.

#### **2.1.2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Strategi Fasilitas**

Salah satu strategi yang penting bagi manajemen dalam operasionalnya yaitu fasilitas, dimana untuk dapat meningkatkan penyediaan fasilitasnya perusahaan perlu mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap desain fasilitas.

Adapun faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap desain fasilitas jasa menurut Suwatno dan Priansa (2011: 84) adalah sebagai berikut:

1). Sifat dan tujuan organisasi

Sifat suatu jasa seringkali menentukan berbagai persyaratan desainnya. Sebagai contoh desain rumah sakit perlu mempertimbangkan ventilasi yang memadai, ruang peralatan medis yang representatif, ruang tunggu pasien yang nyaman, kamar pasien yang bersih. Desain fasilitas yang baik dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya perusahaan mudah dikenali dan desain interior bisa menjadi ciri khas atau petunjuk mengenai sifat jasa didalamnya

2). Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang atau tempat

Setiap perusahaan jasa membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas jasanya. Dalam menentukan lokasi fisik diperlukan beberapa faktor yaitu kemampuan finansial, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah dan pembebasan tanah.

3). Fleksibilitas

Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berfluktuasi dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga resiko keuangan relatif besar. Kedua kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan kemungkinan perkembangan di masa datang.

4). Faktor estetis

Fasilitas jasa yang tertata rapi, menarik akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa, selain itu aspek karyawan terhadap pekerjaan dan motivasi kerjanya juga meningkat. Aspek-aspek yang perlu ditata meliputi

berbagai aspek. Misalnya tinggi langit-langit bangunan, lokasi jendela dan pintu, bentuk pintu yang beraneka ragam, dan dekorasi interior.

5). Masyarakat dan lingkungan sekitar

Masyarakat (terutama masalah sosial dan lingkungan hidup) dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan. Apabila perusahaan tidak mempertimbangkan faktor ini, maka kelangsungan hidup perusahaan bisa terancam.

6). Biaya kontruksi dan operasi

Kedua jenis biaya ini dipengaruhi desain fasilitas. Biaya kontruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bangunan yang digunakan. Biaya operasi dipengaruhi oleh kebutuhan energi ruangan, yang berkaitan dengan perubahan suhu.

### **2.1.2.3. Unsur-unsur Penting Penyediaan Fasilitas**

Menurut Mangkunegara (2013:184) menyatakan bahwa “Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen”. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan. Pelanggan yang menggunakan suatu produk berupa jasa dari penyedia jasa dapat pula menggunakan berbagai fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan tunggu, dan ketersediaan tempat parkir selama proses pemerolehan jasa dilakukan oleh penyedia jasa. Dalam penelitian ini perusahaan adalah pengelola lokasi wisata

berupa pemancingan yang menyediakan layanan produk olahan makanan, wahana hiburan dan agro wisata. Selama proses pembelian produk atau pemakaian fasilitas perusahaan, bukan tidak mungkin selama menunggu, maka konsumen menggunakan salah satu fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam kaitannya dengan hal tersebut maka kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan tambahan, sarana komunikasi, prasarana hiburan, penyediaan kebutuhan makan dan minum serta penampilan karyawan akan menjadi suatu hal yang diperhatikan dan penting untuk mempersepsikan perusahaan di mata konsumen.

Konsumen memang harus dipuaskan, sebab kalau tidak akan meninggalkan perusahaan dan menjadi konsumen dari pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan pendapatan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan dapat menyebabkan kerugian pada perusahaan. Konsumen yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan dibuat nyaman dan menarik. Unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan dalam penyediaan fasilitas dalam usaha jasa, yaitu :

- 1) Pertimbangan/perencanaan spesial. Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.
- 2) Perencanaan ruang. Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain-lain. Seperti penempatan ruang tunggu perlu

diperhatikan selain dayaampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan tambahannya.

- 3) Perlengkapan/perabotan. Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan. Yang dimaksud dengan perlengkapan dalam penelitian ini seperti: ketersediaan listrik, meja atau kursi, internet hot spot area, lukisan atau bacaan, peralatan tulis dan lain-lain.
- 4) Tata cahaya dan warna. Tata cahaya yang dimaksud adalah adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.
- 5) Unsur pendukung. Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti: tempat ibadah; toilet; tempat parkir, tempat lokasi makan dan minum, mendengarkan musik atau menonton televisi, internet area yang luas yang selalu diperhatikan tingkat keamanannya.

### **2.1.3. Kepuasan Kerja**

#### **2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Kerja**

Kepuasan kerja mempunyai banyak dimensi, secara umum tahap yang diamati adalah kepuasan dalam pekerjaan itu sendiri, gaji, pengakuan, pengawasan, hubungan antar manajer dengan karyawan, dan kesempatan untuk

maju. Setiap dimensi menghasilkan perasaan puas secara keseluruhan dengan pekerjaan itu sendiri.

Adapun definisi kepuasan kerja menurut Mangkunegara (2011: 117) menyatakan bahwa “Kepuasan kerja adalah suatu perasaan yang menyokong atau tidak menyokong diri pegawai yang berhubungan dengan pekerjaannya maupun dengan kondisi dirinya. Pegawai akan merasa puas dalam bekerja apabila aspek-aspek pekerjaan dan aspek-aspek dirinya menyokong dan sebaliknya jika aspek-aspek tersebut tidak menyokong, pegawai akan merasa tidak puas”.

Menurut Kaswan (2017:193) menyatakan bahwa “Kepuasan kerja adalah hasil dari persepsi karyawan mengenai seberapa baik pekerjaan mereka memberikan hal yang dinilai penting”. Sementara itu Wibowo (2016:413) menyatakan bahwa “Kepuasan kerja adalah sikap umum terhadap pekerjaan seseorang yang menunjukkan perbedaan antara jumlah penghargaan yang diterima pekerja dan jumlah yang mereka yakini seharusnya mereka terima”. Kepuasan kerja karyawan dalam suatu kelompok kerja atau organisasi pada akhirnya akan digambarkan sebagai tingkat produktivitas (*productivity*) kerja karyawan, tingkat kehadiran/absen serta keluar dan masuk karyawan yang tinggi (*turn over rates*) dalam suatu kelompok kerja atau organisasi.

Sedangkan menurut Suwatno dan Priansa (2011: 263) menyatakan bahwa “Kepuasan kerja adalah perasaan seseorang terhadap pekerjaannya. Kepuasan kerja secara umum merupakan sikap terhadap pekerjaan yang didasarkan pada evaluasi terhadap aspek-aspek yang berbeda dari pekerjaan.”. Sedangkan menurut Kaswan (2017: 193) menyebutkan kepuasan kerja sebagai konsep yang terlalu sempit, namun ada tiga dimensi yang diterima umum yaitu:

- a. Kepuasan kerja merupakan respons emosional terhadap situasi kerja. Dengan demikian, kepuasan kerja tidak dapat dilihat, melainkan dapat disimpulkan.
- b. Kepuasan kerja sering ditentukan menurut seberapa baik hasil yang dicapai memenuhi atau melampaui harapan.
- c. Kepuasan kerja merepresentasikan beberapa sikap yang terkait. Selama bertahun-tahun, lima dimensi pekerjaan telah diidentifikasi menggambarkan karakteristik pekerjaan yang paling penting mengenai respons afektif, pekerjaan itu sendiri, gaji atau upah, peluang promosi, supervise/pengawasan dan rekan kerja.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan kerja adalah suatu perasaan yang menunjukkan tingkat kegembiraan atau emosional yang dirasakan karyawan atau bagaimana cara mereka memandang dan melakukan pekerjaan dalam aktivitas mereka yang berhubungan dengan situasi kerja, kerja sama antar karyawan, imbalan yang diterima dalam kerja, dan hal-hal yang menyangkut faktor fisik dan psikologis. sehingga menimbulkan sikap umum individu terhadap pekerjaan yang dihadapinya di perusahaan.

Kepuasan kerja juga merupakan suatu sikap karyawan terhadap pekerjaan yang berhubungan dengan situasi kerja, kerja sama antar karyawan, imbalan yang diterima dalam kerja, dalam hal-hal yang menyangkut faktor fisik dan psikologis. Sikap terhadap pekerjaan ini merupakan hasil dari sejumlah sikap khusus individu terhadap faktor-faktor dalam pekerjaan, penyesuaian diri individu, dan hubungan sosial sosial individu diluar pekerjaan sehingga menimbulkan sikap umum individu terhadap pekerjaan yang dihadapi.

### 2.1.3.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja

Menurut Mangkunegara (2011: 120), adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja adalah sebagai berikut :

- 1) Faktor pegawai, yaitu kecerdasan (IQ), kecakapan khusus, umur, jenis kelamin, kondisi fisik, pendidikan, pengalaman kerja, masa kerja, kepribadian, emosi, cara berfikir, persepsi dan sikap kerja.
- 2) Faktor pekerjaan, yaitu jenis pekerjaan, struktur organisasi, pangkat (golongan), kedudukan, mutu pengawasan, jaminan finansial, kesempatan promosi jabatan, interaksi sosial dan hubungan kerja.

Menurut Suwatno dan Priansa (2011: 265) menyatakan bahwa “Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja dapat dikelompokkan ke dalam tiga bagian yaitu yang termasuk dalam karakteristik individu, variabel situasional dan karakteristik pekerjaan”. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja adalah sebagai berikut :

- 1) Karakteristik individu.
  - a) *Needs* (kebutuhan-kebutuhan individu). Salah satu sifat dasar manusia adalah adanya kebutuhan dalam dirinya. Dengan sifat terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tersebut, manusia dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Secara garis besar ada dua golongan utama kebutuhan manusia yaitu kebutuhan biologis seperti kebutuhan akan makan, minum, udara dan sebagainya.
  - b) *Value* (nilai-nilai yang dianut individu) adalah pendapat atau pandangan individu yang sifatnya relatif stabil mengenai tingkah laku yang

dianggap benar atau salah. Selain itu nilai-nilai ini juga menyangkut pilihan individu mengenai tujuan-tujuan hidup layak yang diinginkan.

- c) *Personality Traits* (ciri-ciri kepribadian). Ciri-ciri kepribadian seseorang akan besar pengaruhnya pada cara orang berfikir, dalam cara memustikan sesuatu, merasakan sesuatu dan dalam cara orang tersebut menyelesaikan pekerjaannya.

2) Variabel yang bersifat situasional

- a) *Current Social Comparison* (perbandingan terhadap situasi yang ada).

Seorang pekerja selalu mengharapkan untuk dapat memperoleh hasil yang seimbang antar apa yang telah disumbangkannya kepada perusahaan dengan apa yang diperolehnya dari perusahaan tersebut.

- b) *Reference Group* (pengaruh kelompok acuan).

Kelompok acuan adalah kelompok dimana individu sering kali meminta petunjuk atau pendapat dalam menghadapi persoalan yang ditemuinya.

- c) *Jobs Factors in Priors Experiences* (pengaruh dari pengalaman kerja sebelumnya).

Harapan-harapan yang timbul terhadap pekerjaan yang saat ini dihadapi sangat dipengaruhi oleh persepsi mengenai pekerjaan sebelumnya. Persepsi terhadap masa lalu penting artinya untuk membentuk harapan minimum yang mungkin diperoleh dari pekerjaan saat ini.

3) Karakteristik pekerjaan.

- a) *Compensation* (imbalan yang diterima).

Kebanyakan orang melihat bagaimana rata-rata gaji yang diterima untuk pekerjaan yang sejenis. Bila perusahaan membayar gaji kepada seseorang

di bawah rata-rata seperti yang diterima orang lain, maka orang tersebut mungkin akan mengalami ketidakpuasan terhadap gajinya.

b) *Supervition* (pengawasan yang dilakukan oleh atasan).

Kepuasan terhadap atasan yang menunjukkan sikap penuh perhatian dan memberikan dukungan pada bawahan, dari pada atasan yang bersikap acuh serta selalu mengkritik. Disamping itu kesempatan yang diberikan atasan kepada bawahan juga dapat meningkatkan kepuasan kerja.

c) *The Work It Self* (pekerjaan itu sendiri).

Sifat-sifat dari pekerjaan yang dihadapi oleh individu merupakan salah satu faktor yang menentukan kepuasan kerja dari individu tersebut.

d) *Co Workers* (hubungan antar rekan sekerja).

Interaksi yang terjadi sesama pekerja akan menciptakan suasana tertentu yang berpengaruh pada kepuasan kerja karyawan.

e) *Job Security* (keamanan kerja).

Rasa aman ini didapatkan dari adanya suasana kerja yang menyenangkan, tidak ada rasa takut akan sesuatu hal yang tidak pasti dan tidak ada kekhawatiran akan diberhentikan secara tiba-tiba.

f) *Advancement Opportunity* (kesempatan untuk memperoleh perubahan status).

Faktor ini cukup besar peranannya dalam menumbuhkan kepuasan kerja, khususnya pada orang-orang yang memiliki keinginan yang besar untuk maju dan mengembangkan diri.

Menurut Kreitner dan Kinicki dalam Wibowo (2016:415) terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya kepuasan kerja yaitu sebagai berikut :

3) *Need fulfillment* (pembunuhan kebutuhan).

Model ini dimaksudkan bahwa kepuasan ditentukan oleh tingkatan karakteristik pekerjaan memberikan kesempatan pada individu untuk memenuhi kebutuhannya.

4) *Discrepancies* (perbedaan)

Model ini menyatakan kepuasan merupakan suatu hasil memenuhi harapan. Pemenuhan harapan mencerminkan perbedaan antara apa yang diharapkan dan apa yang diperoleh individu dari pekerjaan. Apabila harapan lebih besar dari pada apa yang diterima, orang akan tidak puas. Sebaliknya diperkirakan individu akan puas apabila mereka menerima manfaat di atas harapan.

5) *Value attainment* (pencapaian nilai)

Gagasan *value attainment* adalah bahwa kepuasan merupakan hasil dari persepsi pekerjaan memberikan pemenuhan nilai kerja individu yang penting.

6) *Equity* (Keadilan)

Dalam model ini dimaksudkan bahwa kepuasan merupakan fungsi dari seberapa adil individu diperlakukan di tempat kerja. Kepuasan merupakan hasil dari persepsi orang bahwa perbandingan antara hasil kerja dan inputnya relatif lebih menguntungkan dibandingkan dengan perbandingan antara keluaran dan masukan pekerjaan lainnya.

7) *Dispositional/genetic components* (komponen genetik).

Beberapa rekan kerja atau teman tampak puas terhadap variasi lingkungan kerja, sedangkan lainnya kelihatan tidak puas. Model ini didasarkan pada keyakinan bahwa kepuasan kerja sebagian merupakan fungsi sifat pribadi dan faktor genetik. Model ini menyiratkan perbedaan individu hanya mempunyai arti penting untuk menjelaskan kepuasan kerja seperti halnya karakteristik lingkungan pekerjaan.

### 2.1.3.3. Teori-teori tentang Kepuasan Kerja

Menurut Mangkunegara (2013: 120), teori-teori tentang kepuasan kerja meliputi hal-hal sebagai berikut :

1) Teori keseimbangan (*Equity Theory*)

Menurut teori ini, puas atau tidak puasnya pegawai merupakan dari membandingkan *input-outcome* dirinya dengan perbandingan *input-outcome* pegawai lain. Jadi, jika perbandingan tersebut dirasakan seimbangan dapat mengakibatkan dua kemungkinan yaitu ketidakseimbangan yang menguntungkan dirinya atau ketidakseimbangan yang menguntungkan pegawai lain yang menjadi pembanding.

2) Teori Perbedaan (*Discrepancy Theory*)

Teori ini pertama kali dipelopori oleh Proter. Ia berpendapat bahwa mengukur kepuasan dapat dilakukan dengan cara menghitung selisih antara apa yang seharusnya dengan kenyataan dirasakan pegawai. Apabila apa yang didapat karyawan ternyata lebih besar dari pada yang diharapkan akan menyebabkan

karyawan tidak puas, dan karyawan selalu menginginkan agar apa yang didapatkan sesuai dengan yang diterima dan diharapkan karyawan.

3) Teori Pemenuhan Kebutuhan (*Need Fulfillment Theory*)

Menurut teori ini, kepuasan kerja karyawan bergantung pada terpenuhi atau tidaknya kebutuhan karyawan. Karyawan akan merasa puas apabila ia mendapatkan apa yang dibutuhkan. Makin besar kebutuhan karyawan terpenuhi maka makin puas pula karyawan tersebut. Dan sebaliknya makin kecil kebutuhan karyawan terpenuhi maka makin tidak puas karyawan.

4) Teori Pandangan Kelompok (*Social Reference Group Theory*)

Menurut teori ini, kepuasan kerja karyawan bukanlah bergantung pada pemenuhan kebutuhan saja, tetapi sangat bergantung pada pandangan dan pendapat kelompok yang dianggap karyawan sebagai kelompok acuan, yang dijadikan acuan atau tolak ukur untuk menilai dirinya maupun lingkungannya. Jadi karyawan akan merasa puas apabila hasil kerjanya sesuai dengan minat dan kebutuhan yang diharapkan oleh kelompok acuan.

5) Teori Dua Faktor dari Herzberg

Teori dua faktor dikembangkan oleh Frederick Herzberg. Ia membangunkan teori Abraham Maslow sebagai titik acuannya. Penelitian Herzberg diadakan dengan melakukan wawancara terhadap subjek insinyur dan akuntan. Masing-masing subjek diminta menceritakan kejadian yang dialami oleh mereka baik yang menyenangkan (memberikan kepuasan) maupun yang tidak menyenangkan atau tidak memberi kepuasan. Kemudian dianalisis dengan dianalisis isi (*content analysis*) untuk menentukan faktor-faktor yang menyebabkan kepuasan atau ketidakpuasan.

6) Teori pengharapan (*Exceptancy Theory*)

Menjelaskan bahwa motivasi merupakan suatu produk dari bagaimana seseorang mengharapkan sesuatu, dan penafsiran seseorang memungkinkan aksi tertentu yang akan menuntutnya. Penghargaan merupakan kekuatan keyakinan pada suatu perlakuan yang diikuti dengan hasil khusus. Hal ini menggambarkan bahwa keputusan karyawan memungkinkan mencapai hasil dapat menuntut hasil lainnya.

#### 2.1.3.4. Indikator Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja sebagai suatu sikap umum individu terhadap pekerjaannya. Pekerjaan menuntut interaksi dengan rekan sekerja dan atasan, mengikuti aturan dan kebijakan organisasi, memenuhi standar kinerja, hidup ada kondisi kerja yang kurang dari ideal dan serupa ini berarti penilaian (*assessment*) seseorang karyawan terhadap betapa puas dan tidak puas akan pekerjaannya merupakan penjualan yang rumit dari sebuah unsur pekerjaan. Lebih lanjut Robbins dalam Kaswan (2017:288) menyatakan bahwa dalam mengukur kepuasan kerja dapat ditentukan dari empat faktor berikut ini :

- a. Pekerjaan yang menantang secara mental.
- b. Imbalan yang adil dan promosi.
- c. Kondisi kerja yang mendukung.

Menurut Mangkunegara (2013: 126), indikator kepuasan kerja yaitu :

1) Kerja

Sumber kepuasan kerja dan sebagian dari unsur yang memuaskan dan paling penting yang diungkapkan oleh banyak peneliti adalah pekerjaan yang

memberi status. Lebih lanjut, pegawai cenderung lebih menyukai pekerjaan-pekerjaan yang memberi mereka kesempatan untuk menggunakan keterampilan dan kemampuannya serta menawarkan beragam tugas, kebebasan dan umpan balik mengenai seberapa baik mereka bekerja.

#### 2) Pengawasan

Kemampuan pengawasan oleh atasan dalam memberikan bantuan teknis dan dukungan perilaku pada pegawai dapat menumbuhkan kepuasan kerja bagi mereka. Demikian pula iklim partisipatif yang diciptakan oleh atasan dapat memberikan pengaruh yang substantif terhadap kepuasan kerja.

#### 3) Upah

Dengan upah yang diterima, orang dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dan dengan melihat tingkat upah yang diterimanya, orang dapat mengetahui sejauhmana manajemen menghargai kontribusi seseorang di organisasi tempat kerjanya. Para pegawai menginginkan sistem upah dan kebijakan promosi yang adil dan sesuai dengan pengharapannya. Apabila sistem upah diberlakukan secara adil dan didasarkan pada tuntutan pekerjaan, tingkat keterampilan individu dan standar pengupahan, maka kemungkinan besar akan diperoleh kepuasan kerja.

#### 4) Promosi

Kesempatan promosi jabatan memiliki pengaruh terhadap kepuasan kerja. Hal ini dikarenakan promosi menggunakan berbagai cara dan memiliki penghargaan yang beragam, misalnya promosi berdasarkan tingkat senioritas, dedikasi, pertimbangan kinerja dan lain-lain. Kebijakan promosi yang adil dan transparan terhadap semua pegawai dapat memberikan dampak kepada

mereka yang memperoleh kesempatan dipromosikan seperti perasaan senang, bahagia dan memperoleh kepuasan atas kerjanya.

#### 5) *Co-workes* (Rekan Kerja)

Dukungan rekan kerja atau kelompok kerja dapat menimbulkan kepuasan kerja bagi pegawai karena pegawai merasa diterima dan dibantu dalam memperlancar penyelesaian tugasnya. Sifat kelompok kerja akan memiliki pengaruh terhadap kepuasan kerja. Bersama dengan rekan kerja yang ramah dan mendukung dapat menjadi sumber kepuasan bagi pegawai secara individu.

Kepuasan kerja sebagai suatu sikap umum individu terhadap pekerjaannya. Pekerjaan menuntut interaksi dengan rekan sekerja dan atasan, mengikuti aturan dan kebijakan organisasi, memenuhi standar kinerja, hidup ada kondisi kerja yang kurang dari ideal dan serupa ini berarti penilaian (*assessment*) seseorang karyawna terhadap betapa puas dan tidak puas akan pekerjaannya merupakan penjualan yang rumit dari sebuah unsur pekerjaan.

#### **2.1.4. Penelitian Terdahulu**

Sehubungan dengan penelitian tentang pengaruh komunikasi dan strategi fasilitas terhadap kepuasan kerja karyawan, maka berikut ini akan disajikan beberapa penelitian terdahulu yang merupakan tambahan referensi dalam melakukan penelitian ini yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.1.  
Penelitian Terdahulu



## 2.2. Kerangka Konseptual

Kepuasan karyawan menjadi pertimbangan penting bagi karyawan untuk loyal dan bertahan pada sebuah perusahaan sehingga tidak mudah untuk diterapkan jika variabel-variabel yang mempengaruhinya dapat diakomodasikan dengan baik dan diterima oleh semua karyawan di dalam suatu organisasi atau perusahaan, untuk itu penting dalam memperhatikan kepuasan karyawan agar memberikan hasil kerja yang diharapkan.

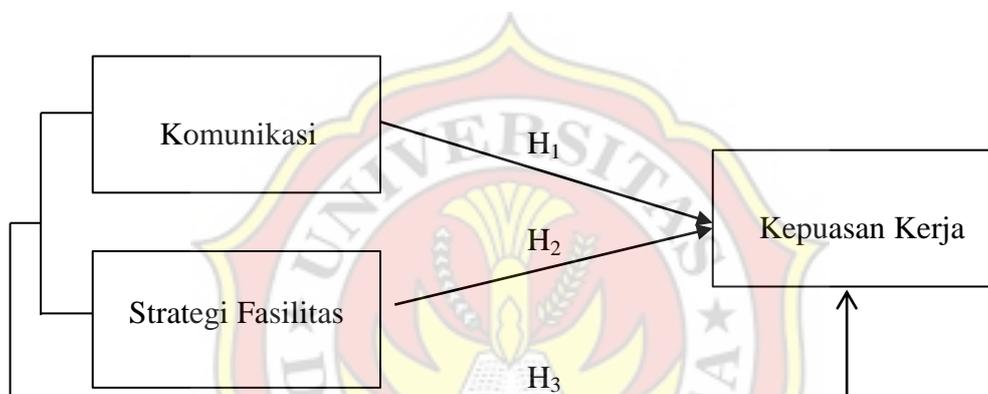
Peranan komunikasi dalam meningkatkan kepuasan kerja karyawan merupakan faktor yang penting dalam usaha mencapai tujuan. Pada sebuah perusahaan dibutuhkan komunikasi yang efektif dan efisien dalam penyampaian pesan untuk merencanakan, mengorganisir, melaksanakan, mengarahkan dan mengawasi semua kinerja organisasi. Semakin efektif komunikasi yang dibina, maka semakin produktif kinerja karyawan dalam menjalankan pekerjaannya. Hubungan komunikasi yang terjalin dengan baik dan harmonis dapat meningkatkan kepuasan kerja karyawan.

Komunikasi tidak hanya penting untuk manusia tetapi untuk sistem pengendalian manajemen yang merupakan alat untuk mengarahkan, memotivasi, memonitor, atau mengamati, serta evaluasi pelaksanaan manajemen perusahaan yang mencoba mengarahkan pada tujuan organisasi dalam perusahaan.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan karyawan dalam usaha yang bergerak di bidang produksi maupun jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat karyawan secara langsung. Karyawan memang harus

diperhatikan dalam melakukan pekerjaannya, sebab kalau tidak akan menyebabkan karyawan kesulitan atau merasa jenuh serta menjadi bertambahnya beban dalam menyelesaikan pekerjaan. Hal ini akan menjadikan penurunan produktivitas kerja karyawan dan pada gilirannya akan menurunkan hasil produksi perusahaan.

Keterkaitan antara komunikasi dan fasilitas terhadap kepuasan kerja karyawan dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**

### 2.3. Hipotesis

Proporsi, kondisi, atau prinsip untuk sementara waktu dianggap benar dan kemungkinan tanpa keyakinan, agar bisa ditarik untuk konsekuensi yang logis dan dengan cara ini diadakan pengujian tentang kebenarannya dengan mempergunakan data empiris hasil penelitian. Menurut Erlina dan Sri Mulyani (2007: 62) “Hipotesis adalah proposisi yang dirumuskan dengan maksud untuk diuji secara empiris”.

Berdasarkan teori yang telah dikemukakan dan berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian dan kerangka konseptual, maka hipotesis dalam penelitian adalah:

1. Komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Mestika Mandiri Medan.
2. Strategi fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Mestika Mandiri Medan.
3. Komunikasi dan strategi fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Mestika Mandiri Medan.

