BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Singkat PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya

PT. Usaha Utama Bersaudara dengan *brand* Lawang Agung, merupakan salah satu toko grosir terbesar yang menjual kurma di Surabaya. Pada awalnya di tahun 1955 PT. Usaha Utama Bersaudara pada awalnya hanyalah sebuah toko kecil yang menjual kue atau jajanan yang berada di sekitar jalanan menuju makam Sunan Ampel, pendirinya adalah Salim Abdullah.

Pada tahun 1980-an, PT. Usaha Utama Bersaudara mulai merambah bisnisnya ke buah kurma. Pada awalnya kurma dijual hanya sebagai buah musiman yaitu saat bulan suci Ramadhan, ini dilakukan karena konsumen membeli buah kurma sebagai salah satu buah yang dimakan saat berbuka. Tidak disangka ternyata hal tersebut menjadikan peluang untuk berbisnis. Pada saat itu dimulailah menjual kurma.

Berawal dari pemasaran yang dilakukan dari mulut ke mulut menjadikan PT. Usaha Utama Bersaudara semakin berkembang pesat, sehingga semakin banyak konsumen yang mengetahui. Hingga pada akhirnya banyak konsumen yang membeli sehingga berdampak pada banyaknya permintaan. Banyak konsumen yang minat dan gemar dengan kurma, tidak jarang konsumen mencari buah kurma selain di bulan Ramadhan, sehingga pendiri toko yaitu Salim Abdullah berinisiatif bagaimana menjadikan buah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kurma tidak hanya sebagai buah musiman tetapi sebagai buah yang selalu ada setiap saat. Maka dari itu, Salim Abdullah berusaha mewujudkan hal itu, salah satunya dengan cara menjual kurma tidak hanya di bulan ramadhan tetapi di setiap bulan.

Saat itu konsumen mengenal kurma hanyalah sebatas buah yang sangat manis, tidak banyak jenis kurma yang diperjual belikan pada waktu itu. Melihat hal itu, Salim Abdullah melihat sebuah peluang, menurutnya selera konsumen berbeda-beda. Maka dari itu, Salim Abdullah memberikan varian beberapa jenis kurma untuk memenuhi selera konsumen.

Di tahun 1990-an dengan eksistensi sebagai perusahaan kurma yang sudah dikenal oleh konsumen, PT. Usaha Utama Bersaudara merambah ke dalam bisnis oleh-oleh haji dan umroh. Alasan merambah ke dalam oleh-oleh haji dan umroh tidak terlepas dari banyaknya konsumen membeli oleh-oleh haji dan umroh di tanah suci Mekkah. Menurutnya hal itu merupakan peluang, untuk menjual oleh-oleh haji dan umroh. Jadi orang yang menunaikan haji dan umroh tidak susah lagi membeli atau membawa oleh-oleh dari mekkah. Di samping itu, menurutnya hal tersebut membuat orang yang sedang menunaikan ibadah haji dan umroh lebih fokus beribadah dari pada fokus mencari oleh-oleh haji.

Pada tahun 2005 PT. Usaha Utama Bersaudara mulai memperkenalkan merek dengan merek Lawang Agung. Nama Lawang Agung sendiri diambil dari gapura atau pintu menuju Makam Sunan Ampel, masyarakat menyebutnya lawang agung, yang berarti pintu yang besar atau

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pintu mulia, dengan harapan semoga PT. Usaha Utama Bersaudara menjadi perusahaan yang besar,

Saat ini, PT. Usaha Utama Bersaudara lebih berfokus kepada kurma dan oleh-oleh haji, tetapi tidak melupakan jajanan atau kue, kue maupun jajanan sudah menjadi icon dari PT. Usaha Utama Bersaudara. Walaupun begitu untuk kue dan jajanan saat ini PT. Usaha Utama Bersaudara tidak lagi diproduksi oleh PT. Usaha Utama Bersaudara. Mereka mempercayakan pengolahan kue kepada masyarakat sekitar yang mempercayakan kuenya untuk dijual di PT. Usaha Utama Bersaudara. Dengan begitu ketersediaan kue sebagai icon PT. Usaha Utama Bersaudara masih tetap terjaga. Apalagi ditambah masih banyaknya konsumen yang mencari kue ataupun jajanan hingga saat PT. Usaha Utama Bersaudara masih tetap mempertahankannya.

PT. Usaha Utama Bersaudara telah menjadi pusat kurma terlengkap dan oleh-oleh haji dan umroh. Semakin banyaknya pelanggan dan untuk mencapai sararan pelanggan yang diinginkan, kini PT. Usaha Utama Bersaudara telah membuka cabang di daerah sekitar Masjid Agung Al-Akbar Surabaya.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Sebuah perusahaan yang mengedepankan *service excellent* dan pembelajaran berkesinambungan untuk memberikan manfaat terbaik bagi umat islam sebagai bentuk ibadah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

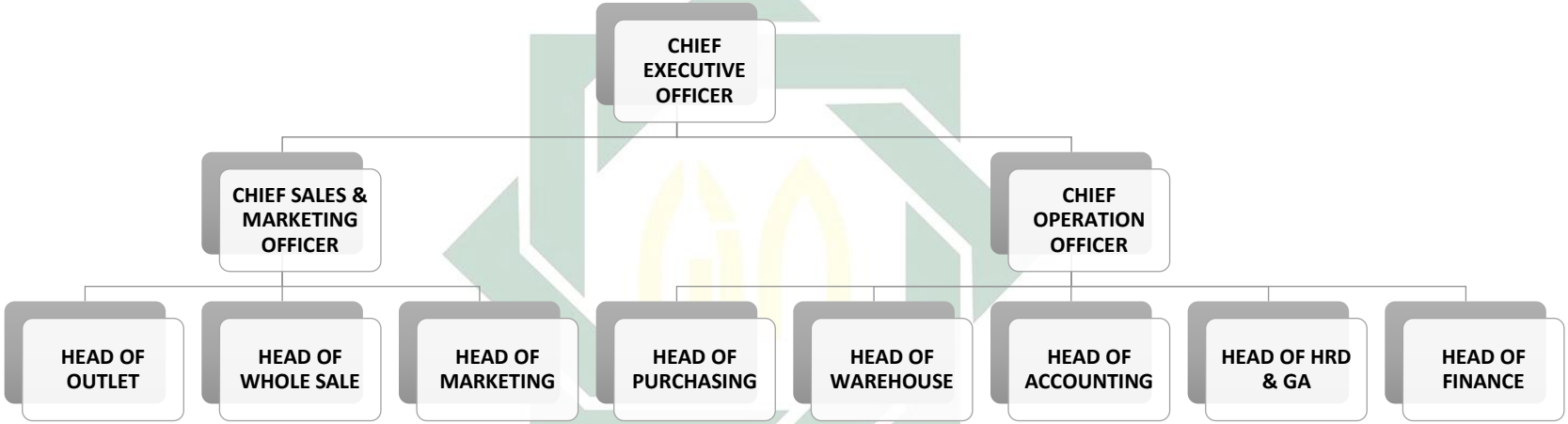
b. Misi

1) Menjadi perusahaan yang selalu memberikan pelayanan dan produk yang berkualitas dengan memperhatikan kepuasan pelanggan.
2) Berusaha secara optimal memberikan fasilitas yang memudahkan pelanggan untuk berbelanja.
3) Melakukan perbaikan secara berkesinambungan dari sisi produk, pelanggan dan fasilitas.
4) Selalu meningkatkan kualitas SDM melalui budaya belajar untuk mengembangkan skill dan pengetahuan.
5) Mengembangkan perusahaan dengan cara membuka cabang ritel di setiap kota besar dan cabang grosir di setiap propinsi seluruh Indonesia.
6) Menjadi perusahaan yang dapat menyediakan kebutuhan umat muslim yang membantu terlaksananya ibadah secara lebih sempurna.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Struktur Organisasi

Gambar 4.1
Struktur Organisasi



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Penyajian Data

Setelah dilakukan pengumpulan data, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data dari hasil penelitian sesuai dengan jawaban responden sebagai sampel penelitian. Sesuai dengan metode penelitian, tujuan penelitian, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, maka hasil-hasil penelitian terhadap setiap variabel dibuat dalam tabel-tabel frekuensi berikut:

Tabel 4.1
Distribusi Frekuensi Pemahaman (X1)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	20	27.4	27.4	27.4
	4	48	65.8	65.8	93.2
	5	5	6.8	6.8	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.1 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak mengetahui permasalahan ketika bekerja dengan baik dengan jumlah 48 karyawan atau sebesar 65.8%, yang menjawab cukup berjumlah 20 karyawan atau sebesar 27.4% dan yang menjawab sangat baik berjumlah 5 karyawan atau sebesar 6.8%.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.2
Distribusi Frekuensi Perencanaan (X2)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	17	23.3	23.3	23.3
	4	51	69.9	69.9	93.2
	5	5	6.8	6.8	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.2 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak merencanakan pemecahan masalah dengan baik dengan jumlah 51 karyawan atau sebesar 69.9%, yang menjawab cukup berjumlah 17 karyawan atau sebesar 23.3% dan yang menjawab sangat baik berjumlah 5 karyawan atau sebesar 6.8%.

Tabel 4.3
Distribusi Frekuensi Pengerjaan (X3)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	4.1	4.1	4.1
	3	10	13.7	13.7	17.8
	4	50	68.5	68.5	86.3
	5	10	13.7	13.7	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.3 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak melaksanakan tugas dari pimpinan dengan baik dengan jumlah 50

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karyawan atau sebesar 68.5%, yang menjawab sangat baik berjumlah 10 karyawan atau sebesar 13.7%, yang menjawab cukup berjumlah 10 karyawan atau sebesar 13.7% dan yang menjawab kurang baik berjumlah 3 karyawan atau sebesar 4.1%.

Tabel 4.4
Distribusi Frekuensi Pemeriksaan (X4)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.7	2.7	2.7
	3	16	21.9	21.9	24.7
	4	44	60.3	60.3	84.9
	5	11	15.1	15.1	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.4 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak pemeriksaan atau pengecakan tugas dengan baik dengan jumlah 44 karyawan atau sebesar 60.3%, yang menjawab cukup berjumlah 16 karyawan atau sebesar 21.9%, yang menjawab sangat baik berjumlah 11 karyawan atau sebesar 15.1% dan yang menjawab kurang baik berjumlah 2 karyawan atau sebesar 2.7%.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Kesenangan (X5)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	15	20.5	20.5	20.5
	4	43	58.9	58.9	79.5
	5	15	20.5	20.5	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.5 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak menciptakan suasana menyenagkan dengan baik dengan jumlah 43 karyawan atau sebesar 58.9%, yang menjawab sangat baik berjumlah 15 karyawan atau sebesar 20.5% dan yang menjawab cukup berjumlah 15 karyawan atau sebesar 20.5%.

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Pengaruh Sikap (X6)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.7	2.7	2.7
	3	9	12.3	12.3	15.1
	4	51	69.9	69.9	84.9
	5	11	15.1	15.1	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.6 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak tanggapan orang lain dengan baik dengan jumlah 51 karyawan atau

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebesar 69.9%, yang menjawab sangat baik berjumlah 11 karyawan atau sebesar 15.1%, yang menjawab cukup berjumlah 9 karyawan atau sebesar 12.3% dan yang menjawab kurang baik berjumlah 2 karyawan atau sebesar 2.7%.

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Hubungan Baik (X7)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	15.1	15.1	15.1
	4	53	72.6	72.6	87.7
	5	9	12.3	12.3	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.7 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak hubungan dengan orang lain dengan baik berjumlah 53 karyawan atau sebesar 72.6%, yang menjawab cukup berjumlah 11 karyawan atau sebesar 15.1% dan yang menjawab sangat baik berjumlah 9 karyawan atau sebesar 12.3%.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.8
Distribusi Frekuensi Tindakan (X8)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	4.1	4.1	4.1
	3	17	23.3	23.3	27.4
	4	47	64.4	64.4	91.8
	5	6	8.2	8.2	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.8 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak konsisten terhadap ucapan dengan baik berjumlah 47 karyawan atau sebesar 64.4%, yang menjawab cukup berjumlah 17 karyawan atau sebesar 23.3%, yang menjawab sangat baik berjumlah 6 karyawan atau sebesar 8.2% dan yang menjawab kurang baik berjumlah 3 karyawan atau sebesar 4.1%.

Tabel 4.9
Distribusi Frekuensi Telephon (X9)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.7	2.7	2.7
	2	3	4.1	4.1	6.8
	3	19	26.0	26.0	32.9
	4	37	50.7	50.7	83.6
	5	12	16.4	16.4	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan tabel 4.9 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak menggunakan telepon dengan baik dengan jumlah 37 karyawan atau sebesar 50.7%, yang menjawab cukup berjumlah 19 karyawan atau sebesar 26.0%, yang menjawab sangat baik berjumlah 12 karyawan atau sebesar 16.4%, yang menjawab kurang baik berjumlah 3 karyawan atau sebesar 4.1% dan yang menjawab tidak baik berjumlah 2 karyawan atau sebesar 2.7%.

Tabel 4.10
Distribusi Frekuensi Komputer (X10)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.7	2.7	2.7
	2	4	5.5	5.5	8.2
	3	15	20.5	20.5	28.8
	4	40	54.8	54.8	83.6
	5	12	16.4	16.4	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.10 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak menggunakan komputer dengan baik dengan jumlah 40 karyawan atau sebesar 58.8%, yang menjawab cukup berjumlah 15 karyawan atau sebesar 20.5%, yang menjawab sangat baik berjumlah 12 karyawan atau sebesar 16.4%, yang menjawab kurang baik berjumlah 4 karyawan atau sebesar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5.5% dan yang menjawab tidak baik berjumlah 2 karyawan atau sebesar 2.7%.

Tabel 4.11
Distribusi Frekuensi Internet (X11)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	5.5	5.5	5.5
	2	6	8.2	8.2	13.7
	3	14	19.2	19.2	32.9
	4	37	50.7	50.7	83.6
	5	12	16.4	16.4	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.11 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak terhubung jaringan internet dengan baik dengan jumlah 37 karyawan atau sebesar 50.7%, yang menjawab cukup berjumlah 14 karyawan atau sebesar 19.2%, yang menjawab sangat baik berjumlah 12 karyawan atau sebesar 16.4%, yang menjawab kurang baik berjumlah 6 karyawan atau sebesar 8.2% dan yang menjawab tidak baik berjumlah 4 karyawan atau sebesar 5.5%.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.12
Distribusi Frekuensi Ingin Tahu (X12)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.7	2.7	2.7
	3	10	13.7	13.7	16.4
	4	43	58.9	58.9	75.3
	5	18	24.7	24.7	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.12 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak rasa ingin tahu yang tinggi dengan baik berjumlah 43 karyawan atau sebesar 58.9%, yang menjawab sangat baik berjumlah 18 karyawan atau sebesar 24.7%, yang menjawab cukup berjumlah 10 karyawan atau sebesar 13.7% dan yang menjawab kurang baik berjumlah 2 karyawan atau sebesar 2.7%.

Tabel 4.13
Distribusi Frekuensi Pertanyaan (X13)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	5.5	5.5	5.5
	3	9	12.3	12.3	17.8
	4	46	63.0	63.0	80.8
	5	14	19.2	19.2	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.13 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak bertanya pada pimpinan dengan baik berjumlah 46 karyawan atau sebesar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

63.0%, yang menjawab sangat baik berjumlah 14 karyawan atau sebesar 19.2%, yang menjawab cukup berjumlah 9 karyawan atau sebesar 12.3% dan yang menjawab kurang baik berjumlah 4 karyawan atau sebesar 5.5%.

Tabel 4.14
Distribusi Frekuensi Gagasan (X14)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.7	2.7	2.7
	3	20	27.4	27.4	30.1
	4	45	61.6	61.6	91.8
	5	6	8.2	8.2	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.14 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak menyampaikan pendapat dengan baik dengan jumlah 45 karyawan atau sebesar 61.6%, yang menjawab cukup berjumlah 20 karyawan atau sebesar 27.4%, yang menjawab sangat baik berjumlah 6 karyawan atau sebesar 8.2% dan yang menjawab kurang baik berjumlah 2 karyawan atau sebesar 2.7%.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.15
Distribusi Frekuensi Imajinasi (X15)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	4.1	4.1	4.1
	3	19	26.0	26.0	30.1
	4	44	60.3	60.3	90.4
	5	7	9.6	9.6	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.15 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak mempunyai ide dengan baik berjumlah 44 karyawan atau sebesar 60.3%, yang menjawab cukup berjumlah 19 karyawan atau sebesar 26.0%, yang menjawab sangat baik berjumlah 7 karyawan atau sebesar 9.6% dan yang menjawab kurang baik berjumlah 3 karyawan atau sebesar 4.1%.

Tabel 4.16
Distribusi Frekuensi Memberi Tahu (X16)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.4	1.4	1.4
	3	22	30.1	30.1	31.5
	4	46	63.0	63.0	94.5
	5	4	5.5	5.5	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.16 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak memberi arahan dengan baik berjumlah 46 karyawan atau sebesar 63.0%,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang menjawab cukup berjumlah 22 karyawan atau sebesar 30.1%, yang menjawab sangat baik berjumlah 4 karyawan atau sebesar 5.5% dan yang menjawab kurang baik berjumlah 1 karyawan atau sebesar 1.4%.

Tabel 4.17
Distribusi Frekuensi Memberi Ide (X17)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.4	1.4	1.4
	3	16	21.9	21.9	23.3
	4	49	67.1	67.1	90.4
	5	7	9.6	9.6	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.17 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak memberi ide pada rekan kerja dengan baik berjumlah 49 karyawan atau sebesar 67.1%, yang menjawab cukup berjumlah 16 karyawan atau sebesar 21.9%, yang menjawab sangat baik berjumlah 7 karyawan atau sebesar 9.6% dan yang menjawab kurang baik berjumlah 1 karyawan atau sebesar 1.4%.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.18
Distribusi Frekuensi Partisipasi (X18)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	17	23.3	23.3	23.3
	4	45	61.6	61.6	84.9
	5	11	15.1	15.1	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.18 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak berperan serta dalam kegiatan dengan baik berjumlah 45 karyawan atau sebesar 61.6%, yang menjawab cukup berjumlah 17 karyawan atau sebesar 23.3% dan yang menjawab sangat baik berjumlah 11 karyawan atau sebesar 15.1%.

Tabel 4.19
Distribusi Frekuensi Tanggung Jawab (X19)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	9	12.3	12.3	12.3
	4	55	75.3	75.3	87.7
	5	9	12.3	12.3	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.19 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak bertanggung jawab terhadap tugas dengan baik berjumlah 55 karyawan atau sebesar 75.3%, yang menjawab sangat baik berjumlah 9 karyawan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau sebesar 12.3% dan yang menjawab cukup berjumlah 9 karyawan atau sebesar 12.3%.

Tabel 4.20
Distribusi Frekuensi Kontribusi (X20)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.4	1.4	1.4
	3	14	19.2	19.2	20.5
	4	48	65.8	65.8	86.3
	5	10	13.7	13.7	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.20 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak berkontribusi tenaga dan fikiran dengan baik berjumlah 48 karyawan atau sebesar 65.8%, yang menjawab cukup berjumlah 14 karyawan atau sebesar 19.2%, yang menjawab sangat baik berjumlah 10 karyawan atau sebesar 13.7% dan yang menjawab kurang baik berjumlah 1 karyawan atau sebesar 1.4%.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.21
Distribusi Frekuensi Arahan (X21)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.4	1.4	1.4
	3	11	15.1	15.1	16.4
	4	48	65.8	65.8	82.2
	5	13	17.8	17.8	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.21 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak saling mengarahkan dengan baik berjumlah 48 karyawan atau sebesar 65.8%, yang menjawab sangat baik berjumlah 13 karyawan atau sebesar 17.8%, yang menjawab cukup berjumlah 11 karyawan atau sebesar 15.1% dan yang menjawab kurang baik berjumlah 1 karyawan atau sebesar 1.4%.

Tabel 4.22
Distribusi Frekuensi Penjelasan (X22)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.4	1.4	1.4
	3	14	19.2	19.2	20.5
	4	53	72.6	72.6	93.2
	5	5	6.8	6.8	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.22 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak penjelasan sederhana tentang pekerjaan dengan baik dengan jumlah 53

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karyawan atau sebesar 72.6%, yang menjawab cukup berjumlah 14 karyawan atau sebesar 19.2%, yang menjawab sangat baik berjumlah 5 karyawan atau sebesar 6.8% dan yang menjawab kurang baik berjumlah 1 karyawan atau sebesar 1.4%.

Tabel 4.23
Distribusi Frekuensi Kesimpulan (X23)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.7	2.7	2.7
	3	24	32.9	32.9	35.6
	4	45	61.6	61.6	97.3
	5	2	2.7	2.7	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.23 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak menyimpulkan pekerjaan dengan baik berjumlah 45 karyawan atau sebesar 61.6%, yang menjawab cukup berjumlah 24 karyawan atau sebesar 32.9%, yang menjawab sangat baik berjumlah 2 karyawan atau sebesar 2.7% dan yang menjawab kurang baik berjumlah 2 karyawan atau sebesar 2.7%.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.24
Distribusi Frekuensi Strategi (X24)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.4	1.4	1.4
	3	18	24.7	24.7	26.0
	4	47	64.4	64.4	90.4
	5	7	9.6	9.6	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.24 ditunjukkan bahwa dari 73 responden (Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya) yang terbanyak strategi dan taktik pekerjaan dengan baik berjumlah 47 karyawan atau sebesar 64.4%, yang menjawab cukup berjumlah 18 karyawan atau sebesar 24.7%, yang menjawab sangat baik berjumlah 7 karyawan atau sebesar 9.6% dan yang menjawab kurang baik berjumlah 1 karyawan atau sebesar 1.4%.

C. Pengujian Hipotesis

H_0 = Variabel (Pemahaman, Perencanaan, Pengerjaan, Pemeriksaan, Kesenangan, Pengaruh Sikap, Hubungan Baik, Tindakan, Telephon, Komputer, Internet, Ingin Tahu, Pertanyaan, Gagasan, Imajinasi, Memberi Tahu, Memberi Ide, Partisipasi, Tanggung Jawab, Kontribusi, Arahan, Penjelasan, Kesimpulan, Strategi) tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H_a = Variabel (Pemahaman, Perencanaan, Pengerjaan, Pemeriksaan, Kesenangan, Pengaruh Sikap, Hubungan Baik, Tindakan, Telephon, Komputer, Internet, Ingin Tahu, Pertanyaan, Gagasan, Imajinasi, Memberi Tahu, Memberi Ide, Partisipasi, Tanggung Jawab, Kontribusi, Arahan, Penjelasan, Kesimpulan, Strategi) berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya.

Variabel yang diuji dimasukkan dalam analisis faktor untuk diuji KMO dan *Barlett test of sphericity* serta MSA. Nilai BTS *(Barlett test of sphericity)* sangat penting bagi model analisis faktor yang dihasilkan, karena nilai ini akan menguji apakah di dalam matrix korelasi terdapat hubungan yang cukup tinggi antar variabel atau tidak, karena jika tidak maka analisis faktor yang cocok bukan analisis faktor tetapi analisis regresi misalnya. Adapun hasil dari uji KMO terpapar pada tabel 4.65 berikut:

Tabel 4.25 KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.747
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	797.886
	Df	276
	Sig.	.000

Berdasarkan tabel 4.25 tersebut, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai BTS signifikan pada taraf 0.00 (0%) hal ini menunjukkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahwa variabel memiliki hubungan sehingga analisis faktor dapat digunakan. Indeks KMO adalah untuk menganalisis kecukupan sampel atau data yang digunakan dalam analisis faktor. Ketentuan dari KMO minimal adalah sebesar 0,6. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai KMO sebesar 0.747. Ini menunjukkan bahwa hasil analisis faktor memenuhi kecukupan.

Sesudah semua variabel memiliki nilai yang mencukupi, tahap selanjutnya adalah melakukan proses inti dari analisis faktor, yaitu melakukan ekstraksi terhadap variabel yang ada sehingga terbentuk beberapa faktor dalam proses *factoring*.

Tabel 4.26

Hasil Uji Nilai MSA

No	Variabel / Indikator	MSA
1.	Pemahaman (X1)	0.504
2.	Perencanaan (X2)	0.676
3.	Pengerjaan (X3)	0.731
4.	Pemeriksaan (X4)	0.794
5.	Kesenangan (X5)	0.683
6.	Pengaruh Sikap (X6)	0.780
7.	Hubungan Baik (X7)	0.813
8.	Tindakan (X8)	0.758
9.	Telepon (X9)	0.710
10.	Komputer (X10)	0.813
11.	Internet (X11)	0.830
12.	Ingin Tahu (X12)	0.809
13.	Pertanyaan (X13)	0.818
14	Gagasan (X14)	0.693
15.	Imajinasi (X15)	0.673
16.	Memberitahu (X16)	0.757
17.	Memeberi Ide (X17)	0.618
18.	Partisipasi (X18)	0.858
19.	Tanggung Jawab (X19)	0.760
20.	Kontribusi (X20)	0.777
21.	Arahan (X21)	0.819

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

22.	Penjelasan (X22)	0.810
23.	Kesimpulan (X23)	0.811
24.	Strategi (X24)	0.698

Sumber: Data Olahan

Tabel 4.26 diatas menunjukkan bahwa semua factoring X1 – X24 telah terbukti memiliki angka MSA diatas 0.5 dan angka MSA tabel *KMO and Barlett's Test* sebesar 0.747. Selanjutnya yaitu menentukan jumlah faktor inti dengan melihat besarnya nilai *eigenvalue.* Adapun nilai dari *eigenvalue* dapat dilihat pada hasil dari *Total Variance Explained* yang terpapar pada tabel 4.27 berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.27 Hasil Total Variance Explained

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.983	31.489	31.489	5.983	31.489	31.489	3.155	16.604	16.604
2	1.864	9.811	41.300	1.864	9.811	41.300	2.438	12.833	29.437
3	1.712	9.010	50.311	1.712	9.010	50.311	2.079	10.940	40.377
4	1.302	6.854	57.165	1.302	6.854	57.165	1.927	10.140	50.517
5	1.162	6.114	63.279	1.162	6.114	63.279	1.879	9.890	60.407
6	1.123	5.909	69.187	1.123	5.909	69.187	1.668	8.781	69.187
7	.791	4.164	73.351						
8	.742	3.905	77.257						
9	.691	3.638	80.895						
10	.573	3.014	83.909						
11	.545	2.870	86.779						
12	.458	2.411	89.190						
13	.432	2.271	91.461						
14	.411	2.163	93.625						
15	.313	1.646	95.271						

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

16	.304	1.599	96.870						
17	.214	1.129	97.999						
18	.204	1.072	99.071						
19	.177	.929	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan mengacu angka *eigenvalue* adalah 1, maka variabel dengan angka *eigenvalue* dibawah 1 akan dikeluarkan.[101] Berdasarkan nilai *eigenvalue* yang terpapar pada tabel 4.27, maka diperoleh 6 faktor baru karena memiliki nilai *eigenvalue* lebih dari 1, yaitu:

1. Faktor 1 (F1) *eigenvalue* sebesar 3.155 dan % *variance* sebesar 16.604
2. Faktor 2 (F2) *eigenvalue* sebesar 2.438 dan % *variance* sebesar 12.833
3. Faktor 3 (F3) *eigenvalue* sebesar 2.079 dan % *variance* sebesar 10.940
4. Faktor 4 (F4) *eigenvalue* sebesar 1.927 dan % *variance* sebesar 10.140
5. Faktor 5 (F5) *eigenvalue* sebesar 1.879 dan % *variance* sebesar 9.890
6. Faktor 6 (F6) *eigenvalue* sebesar 1.668 dan % *variance* sebesar 8.781

Nilai *cumulative variance* didapat angka sebesar 69.187. Nilai *cumulative variance* ini menunjukkan bahwa ke-6 faktor baru di atas sanggup menjelaskan variabilitas data sebesar 69.187%.

Setelah enam faktor terbentuk untuk mengetahui dari sekian variabel akan masuk dalam faktor mana maka dilakukan proses rotasi. Rotasi dilakukan dengan metode *varimax*. Dalam melakukan rotasi

[101] Singgih Santoso, 2014, *Statistik Multivariat*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, hal. 80.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pertama, semua variabel dari X1-X24 masih muncul dalam hasil rotated component matrix. Adapun hasil dari rotasi pertama terpapar pada tabel 4.28 berikut:

Tabel 4.28 Hasil Rotated Compenent Matrix

Rotated Component Matrix[a]

	Component					
	1	2	3	4	5	6
Pemahaman	.114	.165	-.056	.880	.185	.014
Perencanaan	-.012	.011	.235	.818	.011	.191
Pengerjaan	.057	**.433**	.364	.320	.181	.193
Pemeriksaan	.153	.238	**.408**	.078	.061	.141
Kesenangan	.344	.118	.206	.026	-.020	.703
Pengaruh_Sikap	.241	.024	.285	.312	**.323**	.148
Hubungan_Baik	.594	.143	.111	.089	.350	.120
Tindakan	.328	.105	.585	.194	.055	-.353
Telepon	.173	.827	.098	.194	-.074	.046
Komputer	.155	.824	.167	-.056	.067	.073
Internet	.083	.794	.130	.119	.248	.127
Ingin_Tahu	.639	.095	.108	-.111	.152	.317
Pertanyaan	.373	.303	.237	-.083	.586	.086
Gagasan	.776	.217	.015	.040	.221	-.086
Imajinasi	**.473**	.159	.195	.345	.209	.202
Memberitahu	.263	.238	**.429**	.369	.342	.025
Memeberi_Ide	.122	-.171	.310	.126	.650	.208
Partisipasi	.200	.200	-.017	.190	.769	-.028
Tanggung_Jawab	.589	.086	.361	.346	-.008	.193
Kontribusi	.104	.153	.690	.021	.282	.265
Arahan	.631	-.075	.246	.086	.246	.322
Penjelasan	.615	.268	.273	.148	.306	.007
Kesimpulan	.787	.088	.087	.008	-.002	-.113
Strategi	-.075	.178	.038	.679	.171	.734

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Rotated Component Matrix[a]

	Component					
	1	2	3	4	5	6
Pemahaman	.114	.165	-.056	.880	.185	.014
Perencanaan	-.012	.011	.235	.818	.011	.191
Pengerjaan	.057	**.433**	.364	.320	.181	.193
Pemeriksaan	.153	.238	**.408**	.078	.061	.141
Kesenangan	.344	.118	.206	.026	-.020	.703
Pengaruh_Sikap	.241	.024	.285	.312	**.323**	.148
Hubungan_Baik	.594	.143	.111	.089	.350	.120
Tindakan	.328	.105	.585	.194	.055	-.353
Telepon	.173	.827	.098	.194	-.074	.046
Komputer	.155	.824	.167	-.056	.067	.073
Internet	.083	.794	.130	.119	.248	.127
Ingin_Tahu	.639	.095	.108	-.111	.152	.317
Pertanyaan	.373	.303	.237	-.083	.586	.086
Gagasan	.776	.217	.015	.040	.221	-.086
Imajinasi	**.473**	.159	.195	.345	.209	.202
Memberitahu	.263	.238	**.429**	.369	.342	.025
Memeberi_Ide	.122	-.171	.310	.126	.650	.208
Partisipasi	.200	.200	-.017	.190	.769	-.028
Tanggung_Jawab	.589	.086	.361	.346	-.008	.193
Kontribusi	.104	.153	.690	.021	.282	.265
Arahan	.631	-.075	.246	.086	.246	.322
Penjelasan	.615	.268	.273	.148	.306	.007
Kesimpulan	.787	.088	.087	.008	-.002	-.113
Strategi	-.075	.178	.038	.679	.171	.734

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 8 iterations.

Berdasarkan tabel di atas, variabel pengerjaan (X3), pemeriksaan (X4), pengaruh sikap (X6), imajinasi (X15),

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memberitahu (X16), harus dikeluarkan dari model karena nilai *factor loading* kurang dari 0.5. Berikut ini tabel 4.29, merupakan hasil rotasi kedua setelah variabel pengerjaan (X3), pemeriksaan (X4), pengaruh sikap (X6), imajinasi (X15), memberitahu (X16) dikeluarkan yaitu:

Tabel 4.29 Hasil Rotated Compenent Matrix Kedua

Rotated Component Matrix[a]

	Component					
	1	2	3	4	5	6
Pemahaman	.097	.180	-.039	.205	.874	.005
Perencanaan	.001	.009	.234	.032	.844	.213
Pemeriksaan	.145	.240	.821	.072	.086	.155
Kesenangan	.362	.125	.172	-.030	.018	.754
Hubungan_Baik	.628	.124	.107	.365	.121	.135
Tindakan	.332	.104	.604	.056	.225	-.311
Telepon	.181	.825	.076	-.075	.191	.082
Komputer	.129	.844	.183	.073	-.066	.069
Internet	.080	.786	.154	.283	.130	.120
Ingin_Tahu	.628	.089	.155	.204	-.105	.305
Pertanyaan	.366	.299	.267	.611	-.078	.069
Gagasan	.780	.219	.012	.220	.036	-.097
Memeberi_Ide	.158	-.179	.266	.617	.148	.237
Partisipasi	.181	.200	.009	.783	.174	-.035
Tanggung_Jawab	.564	.109	.383	.013	.354	.175
Kontribusi	.076	.140	.706	.302	-.007	.232
Arahan	.534	-.091	.248	.253	.097	.288
Kesimpulan	.787	.104	.074	-.027	-.003	-.082
Strategi	-.094	.167	.034	.190	.257	.742

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan tabel 4.29 diatas, telah menunjukkan bahwa variabel-variabel telah memenuhi nilai faktor *loading* lebih dari 0.5. sehingga variabel-variabel tersebut, bisa dilakukan pengelompokkan menjadi 6 faktor. Pengelompokkan 6 faktor tersebut terpapar pada tabel 4.30 berikut:

Tabel 4.30

Hasil Analisis Faktor

No	Variabel	*Loading*	Nama
1	Hubungan Baik	0.628	Faktor Pengetahuan
	Ingin Tahu	0.628	
	Gagasan	0.780	
	Tanggung Jawab	0.564	
	Arahan	0.534	
	Kesimpulan	0.787	
2	Telephon	0.825	Faktor Teknologi Informasi
	Komputer	0.844	
	Internet	0.786	
3	Pemeriksaan	0.821	Faktor Kreativitas
	Tindakan	0.604	
	Kontribusi	0.706	
4	Pertanyaan	0.611	Faktor Kerjasama Tim
	Memeberi Ide	0.617	
	Partisipasi	0.783	
5	Pemahaman	0.874	Faktor Kemampuan
	Perencanaan	0.844	
6	Kesenangan	0.754	Faktor Komunikasi
	Strategi	0.742	

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Telah dilakukan pengelompokkan variabel-variabel masuk ke dalam faktor. Hal ini dilakukan berdasarkan nilai *factor loading*. Jadi dapat diketahui faktor yang terbentuk adalah Faktor Pengetahuan yang terdiri dari hubungan baik, ingin tahu, gagasan, tanggung jawab, arahan, dan kesimpulan, Faktor

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Teknologi Informasi yang terdiri dari telephon, komputer, dan internet, Faktor kreativitas yang terdiri dari pemeriksaan, tindakan, dan kontribusi, Faktor kerjasama tim yang terdiri dari pertanyaan, memberi ide, dan partisipasi, Faktor kemampuan yang terdiri dari pemahaman dan perancanaan. Faktor komunikasi yang terdiri dari kesenangan dan strategi. Pemberian nama faktor baru pada penelitian ini bersifat subyektif, dalam buku Imam Ghozali mengatakan bahwa pemberian nama baru untuk masing-masing faktor selain bersifat subyektif, terkadang juga mengambil dari variabel yang memiliki nilai *factor loading* tertinggi untuk digunakan memberi nama faktor baru.[102]

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesa, analisis faktor pada uji KMO tabel 4.25 di atas, maka dapat dijelaskan bahwa H_0 ditolak, sedangkan Ha diterima, bahwa variabel (pemahaman, perencanaan, pengerjaan, pemeriksaan, kesenangan, pengaruh sikap, hubungan baik, tindakan, telephon, komputer, internet, ingin tahu, pertanyaan, gagasan, imajinasi, memberi tahu, memberi ide, partisipasi, tanggung jawab, kontribusi, arahan, penjelasan, kesimpulan, strategi) secara signifikan berpengaruh terhadap kinerja karyawan, karena nilai KMO sebesar 0.747> 0.6.

[102] Imam Ghozali, 2013, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, Universitas Diponegoro, Semarang, hal. 399.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan tabel 4.30 faktor-faktor yang terbentuk terdiri dari enam faktor yaitu faktor pengetahuan, faktor teknologi informasi, faktor kreativitas, faktor kerjasama tim, faktor kemampuan, dan faktor komunikasi. Untuk setiap faktor dan variabelnya akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Faktor Pengetahuan (F1)

   Faktor Pengetahuan (F1) *eigenvalue* sebesar 3.155 dan % *variance* sebesar 16.604 ini berarti bahwa faktor pengetahuan merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan di PT. Usaha Utama Bersaudara.

   Dalam penelitian ini, faktor ini terdiri dari rasa ingin tahu, gagasan, tanggung jawab, arahan, dan kesimpulan. Dalam suatu perusahaan, faktor pengetahuan memegang peran penting karena oaring yang memiliki pengetahuan itulah yang akan menggerakkan dan mengarahkan perusahaan dalam mencapai tujuan dan sekaligus merupakan tugas yang tidak mudah. Tidak mudah karena harus memahami setiap perilaku orang lain yang berbeda-beda. Dengan kata lain, kesuksesan pencapaian tujuan perusahaan ditentukan oleh kualitas pengetahuan sumber daya manusianya.[103]

   Pengetahuan yang diterapkan di PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya adalah yang berhubungan dengan tingkat kemampuan mengarahkan dalam tindakan, yang terlihat pada tanggapan karyawan yang dipimpinya. Serta dukungan atau keterlibatan karyawan yang dipimpin dalam

[103] Edy Sutrisno, 2009, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Kencana, Jakarta, hal. 213.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melaksnakan tugas-tugas pokok organisasi, yang dijelaskan melalui keputusan-keputusan dan kebijakan.

2. Faktor Teknologi Informasi (F2)

Faktor Teknologi Informasi (F2) *eigenvalue* sebesar 2.438 dan % *variance* sebesar 12.833 ini berarti bahwa faktor teknologi informasi merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan di PT. Usaha Utama Bersaudara.

Dalam penelitian ini, faktor ini terdiri dari telephon, komputer, dan internet. Teknologi informasi merupakan suatu kerangka kerja di mana sumber daya manusia (manusia dan komputer) dikoordinasikan untuk mengubah masukan (data) menjadi keluaran (informasi) guna mencapai sasaran-sasaran perusahaan.[104]

Di PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya, teknologi informasi merupakan faktor yang paling lemah karena tidak begitu dibutuhkan ketika bekerja. Kalau sedang ada pelanggan maka keterampilan komunikasilah yang paling dibutuhkan, sedangkan teknologi informasi dibutuhkan ketika pelanggan melakukan transaksi pembayaran terhadap barang yang dibelinya.

3. Faktor Kreativitas (F3)

Faktor Kreativitas (F3) *eigenvalue* sebesar 2.079 dan % *variance* sebesar 10.940 ini berarti bahwa faktor kreativitas merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan di PT. Usaha Utama Bersaudara.

[104] Surendro, 2009, *Implementasi Tata Kelola Teknologi Informasi*, Informatika, Bandung, hal. 72.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam penelitian ini, faktor ini terdiri dari pemeriksaan, tindakan, dan kontribusi. Untuk dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam mencapai profitabilitas diperlukan kreativitas karyawan. Dengan adanya kreativitas dalam membuat sesuatu baik barang, gagasan yang menyebabkan memperindah, mempermudah cara bekerja diharapkan dapat meraih keuntungan bagi perusahaan. Dengan demikian untuk meningkatkan kinerja karyawan yang dalam memanfaatkan aset-aset perusahaan diperlukan usaha yang kreatif dalam menentukan sasaran-sasaran perusahaan.[105]

Wujud kreativitas yang dilakukan oleh karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya adalah sebagian besar karyawan sering mengajukan pertanyaan yang baik ketika mereka mengalami kesulitan dalam melakukan pekerjaannya, serta memberikan banyak usul terhadap suatu masalah, baik rekan kerja maupun atasan dan bebas dalam menyatakan pendapat ketika pendapat itu memang baik untuk kemajuan perusahaan.

4. Faktor Kerjasama Tim (F4)

Faktor Kerjasama Tim (F4) *eigenvalue* sebesar 1.927 dan % *variance* sebesar 10.140 ini berarti bahwa faktor kerjasama tim merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan di PT. Usaha Utama Bersaudara.

Dalam penelitian ini, faktor ini terdiri dari pertanyaan, memberi ide, dan partisipasi. Peranan kerjasama tim adalah untuk memudahkan karyawan dalam rangka pengambilan keputusan tentang apa yang akan dilakukan untuk pencapaian tujuan perusahaan serta agar perusahaan dapat meningkatkan

[105] Eddy Poernomo, 2006, "Pengaruh Kreativitas dan Kerjasama Tim Terhadap Kinerja Manajer Pada PT. Jesslynk Cakes Indonesia Cabang Surabaya", *Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi* vol.6 no.2, September, hal. 104.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kualitas dengan lebih baik lagi sesuai yang diharapkan oleh perusahaan yang bersangkutan.[106]

Setiap karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya memiliki tanggung jawab sesuai dengan kemampuan yang dimiliki masing-masing. Ketika karyawan tersebut bertugas sebagai pramuniaga maka karyawan tersebut akan menempatkan posisinya untuk melayani pelanggan dan memberikan informasi tentang barang yang akan dibeli, berbeda dengan karyawan yang menjadi kasir, maka tugasnya adalah menjalankan proses penjualan dan pembayaran, serta melakukan pencatatan atas semua transaksi. Sehingga kerjasama tim sangat dibutuhkan dalam proses peningkatan kinerja karyawan dan dapat menciptakan hubungan harmonis antara kedua belah pihak yang terlibat, serta dapat meningkatkan rasa kesetiakawanan antar karyawan.

5. Faktor Kemampuan (F5)

Faktor Kemampuan (F5) *eigenvalue* sebesar 1.879 dan % *variance* sebesar 9.890 ini berarti bahwa faktor kemampuan merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan di PT. Usaha Utama Bersaudara.

Dalam penelitian ini, faktor ini terdiri dari pemahaman dan perancanaan. Kemampuan melibatkan keahlian berpikir induktif seperti mengenali hubungan, manganalisis masalah yang bersifat terbuka, menentukan sebab dan akibat, membuat kesimpulan dan mem-perhitungkan data yang relevan. Sedang keahlian berpikir deduktif melibatkan kemampuan

[106] Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge, 2008, *Perilaku Organisasi*, Edisi Keduabelas, Salemba Empat, Jakarta, hal. 466.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memecahkan masalah yang bersifat spasial, logis silogisme dan membedakan fakta dan opini. Keahlian berpikir kritis lainnya adalah kemampuan mendeteksi, melakukan evaluasi, membandingkan dan mempertentangkan.[107]

Karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya dapat memberikan penjelasan sederhana tentang produk yang akan dibeli oleh pelanggan, sehingga pelanggan menjadi tertarik terhadap barang yang akan dibeli. Selain itu karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya juga memiliki strategi dan taktik agar pekerjaan yang dilakukan menjadi cepat selesai, sehingga dapat mengerjakan pekerjaan yang lain. Secara tidak langsung karyawan PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya telah melakukan pemikiran yang kritis dalam melakukan pekerjaannya.

6. Faktor Komunikasi (F6)

Faktor Komunikasi (F6) *eigenvalue* sebesar 1.668 dan % *variance* sebesar 8.781 ini berarti bahwa faktor pengetahuan merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan di PT. Usaha Utama Bersaudara.

Dalam penelitian ini, faktor ini terdiri dari kesenangan dan strategi. Menurut Dewi pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak, apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya.[108] Sehingga komunikasi dibutuhkan dalam meningkatkan kinerja karyawan, apabila tidak ada komunikasi maka tidak dapat berjalan secara efektif.

---

[107] Adi W. Gunawan, 2003, *Genius Learning Strategy Petunjuk Praktis untuk Menerapkan Accelarated Learning*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal. 177-178.

[108] Sutrisna Dewi, 2007, *Komunikasi Bisnis*, CV. Andi Offset, Yogyakarta, hal. 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Di PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya faktor komunikasi sangat dibutuhkan karena digunakan untuk berkomunikasi dengan para pelanggan. Para pramuniaga berkomunikasi langsung dengan pelanggan, sehingga komunikasi mempunyai pengaruh yang penting dalam penjualan produk di PT. Usaha Utama Bersaudara Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id