

ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN DAN MOTIVASI KARYAWAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

Oleh:

¹Aspizain Caniago, ²Wuly Sudarmi

¹Administasi Bisnis Politeknik LP3I Jakarta
Gedung Sentra Kramat Raya No.7-9 Jakarta Pusat 10450
Telp 021-31904598 Fax: 31904599

²Manajemen Informatika Politeknik LP3I Jakarta
Gedung Sentra Kramat Raya No.7-9 Jakarta Pusat 10450
Telp 021-31904598 Fax: 31904599

Email: ¹aspizainchaniago@yahoo.com, ²wully_sudarmi@yahoo.co.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh kepercayaan terhadap kinerja perusahaan dan pengaruh motivasi terhadap kinerja perusahaan serta pengaruh secara simultan kepercayaan dan motivasi terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan jenis penelitian eksplanatori yang juga bersifat korelasional, dengan metode survey menggunakan kuesioner dimana yang menjadi responden adalah Unit LP3I *College*. populasi dari penelitian ini adalah sebanyak 55 orang, kemudian melalui rumus Slovin ditetapkan sampel sebesar 48 responden. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan uji hipotesis kausal. Pada uji deskriptif menunjukkan kepercayaan dan motivasi karyawan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan begitu juga pada Uji Hipotesis melalui SPSS yaitu pada hipotesis (1) Nilai $t = 12,755$ lebih besar dari t tabel 1,65 dan signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05, oleh karena itu H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya kepercayaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hipotesis (2) Nilai $t = 12,022$ lebih besar dari t tabel 1,65 dan signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05, oleh karena itu H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya motivasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. hipotesis (3) Nilai $F = 124,530$ lebih besar dari t tabel 3,94 dan signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05, oleh karena itu H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya kepercayaan dan motivasi karyawan secara simultan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Kata Kunci: *Trust*, Motivasi, Kinerja Perusahaan

PENDAHULUAN

Kinerja perusahaan sering diidentikkan hanya dari indikator keuangan saja sebagai hasil akhir padahal indikator non keuangan justru bagian penentu untuk tercapainya kinerja keuangan sebagai indikator kinerja perusahaan secara keseluruhan. Jadi jika perusahaan berkehendak untuk melipatgandakan kinerja keuangan perusahaannya, maka fokus perhatian seharusnya ditujukan untuk memotivasi personel dalam melipatgandakan kinerja di perspektif non keuangan atau operasional, karena disitulah terdapat

pemacu sesungguhnya (*the real drivers*) kinerja keuangan berjangka Panjang.

Dalam membangun kinerja perusahaan, diperlukan kepercayaan dari karyawan, bahwa diperlukan kerja bersama untuk volume penjualan, pertumbuhan pelanggan dan kemampuan perusahaan sebagai indikator kinerja yang akan berdampak kepada karyawan sehingga menjadi satu kesatuan motivasi menumbuhkan kinerja pribadi menjadi kinerja perusahaan, sebagaimana dijelaskan Flavian dan Giunaliu (2007) dalam Rezha dan Suparwati, (2018) bahwa kepercayaan

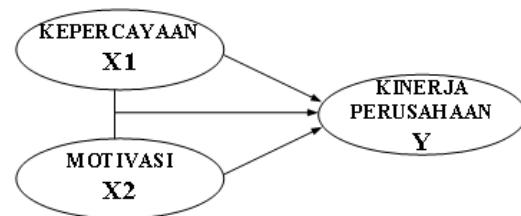
menumbuhkan kejujuran (*honesty*), kebajikan (*benevolence*) dan kompetensi (*competence*).

Kinerja perusahaan bertujuan untuk memberikan pelayanan yang mendahulukan kepentingan menyeluruh, mempermudah urusan semua pihak, mempersingkat pelayanan dan memberikan kepuasan (Rezsa, 2008). Selain itu, lingkungan kerja yang nyaman serta pemberian motivasi pada dasarnya merupakan hak para karyawan dan kewajiban dari pihak perusahaan untuk mendukung kontribusi para karyawannya dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan (Rezsa, 2008). Motivasi merupakan cara untuk memanfaatkan atau mempekerjakan karyawan yang memberikan manfaat kepada perusahaan.

Dengan adanya motivasi dimaksudkan pemberian daya perangsang kepada karyawan agar bekerja dengan segala daya dan upaya, karena motivasi merupakan suatu kondisi yang menggerakkan manusia ke suatu tujuan tertentu (Hasibuan, 2003). Faktor penting yang menentukan kinerja karyawan dan kemampuan organisasi beradaptasi dengan perubahan lingkungan, menurut Bass et.al (2003), adalah kepemimpinan (*leadership*). Robbins (2006), gaya kepemimpinan memiliki hubungan langsung terhadap kinerja karyawan.

Diidentifikasi bahwa kepentingan tujuan perusahaan dan kepentingan tujuan karyawan tidak dapat dipisah-pisahkan karena berada dalam satu kesatuan kebersamaan yang utuh. Namun, sering terjadi kesenjangan (*gap*) antara tujuan dan harapan karyawan terhadap perusahaan, dengan realitas yang ada. Hal tersebut seringkali menimbulkan masalah-masalah SDM. Kepercayaan dan motivasi yang negatif akan melahirkan kinerja yang negatif pula dan sebaliknya, yang sangat mempengaruhi arah pencapaian kinerja perusahaan sehingga muncul masalah-masalah SDM yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Berdasar dari pembahasan tersebut diatas,

maka analisis permasalahan adalah: Bagaimana pengaruh kepercayaan dan motivasi karyawan terhadap kinerja perusahaan, sebagaimana ditunjukkan dalam gambar.1 kerangka kinerja perusahaan.



Gambar 1
Kerangka Kinerja Perusahaan

Dari analisis hubungan diharapkan akan menjawab permasalahan: Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap kinerja perusahaan, bagaimana pengaruh motivasi terhadap kinerja perusahaan dan bagaimana pengaruh simultan kepercayaan dan motivasi karyawan terhadap kinerja perusahaan. Sehingga dicapai tujuan dalam mengidentifikasi indikator-indikator kepercayaan terhadap kinerja perusahaan, motivasi terhadap kinerja perusahaan serta kepercayaan dan motivasi secara simultan terhadap kinerja perusahaan yang akhirnya dapat diterapkan oleh perusahaan secara ideal.

LITERATUR REVIEW

Kepercayaan

Menurut Mowen dan Minor dalam Donni Juni (2017) menyatakan bahwa kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Menurut Rousseau et al dalam Donni Juni (2017), kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain. Menurut Maharani (2010), kepercayaan adalah keyakinan satu pihak

pada *reliabilitas, durabilitas, dan integritas* pihak lain dalam *relationship* dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya.

Menurut Pavlo dalam Donni (2017), menyatakan bahwa kepercayaan merupakan penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh dengan ketidakpastian. Dari definisi para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan sebuah harapan yang dipegang oleh sebuah individu atau sebuah kelompok ketika perkataan, janji, pernyataan lisan atau tulisan dari seseorang individu atau kelompok lainnya dapat diwujudkan.

Menurut Donni (2017), menyatakan bahwa kepercayaan dibangun atas sejumlah karakteristik. Berbagai karakteristik yang berkenaan dengan kepercayaan adalah sebagai berikut: 1). Menjaga Hubungan Konsumen, 2). Menerima Pengaruh Konsumen, 3). Terbuka dalam Komunikasi Konsumen, 4). Mengurangi Pengawasan Konsumen, 5). Kesabaran Konsumen, 6). Memberikan Pembelaan Konsumen, 7). Memberi Informasi yang Positif Konsumen, 8). Menerima Risiko Konsumen, 9). Kenyamanan Konsumen, 10). Kepuasan Konsumen.

Mowen dan Minor dalam Donni (2017) Menyatakan bahwa terdapat tiga jenis kepercayaan konsumen, meliputi: 1). Kepercayaan atribut objek, meliputi pengetahuan tentang sebuah objek memiliki atribut khusus yang disebut kepercayaan objek. Kepercayaan atribut objek, menghubungkan sebuah atribut dengan objek, seperti seseorang, barang atau jasa. 2). Kepercayaan manfaat produk, dimana seseorang mencari produk dan jasa yang akan menyelesaikan masalah-masalah dalam memenuhi kebutuhannya dengan kata lain memiliki atribut yang akan

memberikan manfaat yang dapat dikenal. 3). Kepercayaan manfaat objek, meliputi jenis kepercayaan ketika dibentuk dengan menghubungkan objek dan manfaatnya. Kepercayaan manfaat objek merupakan persepsi konsumen tentang seberapa jauh produk, orang atau jasa tertentu yang akan memberikan manfaat tertentu.

Menurut Maharani (2010) terdapat empat indikator dalam variabel kepercayaan yaitu; 1). Keandalan. 2). Kejujuran. 3). Kepedulian 4). Kredibilitas. Menurut Flavian dan Giunaliu (2007) dalam Rezha dan Suparwati, (2018) kepercayaan terbentuk dari tiga Indikator Kepercayaan yaitu: 1). Kejujuran (*honesty*) 2). Kebajikan (*benevolence*) 3). Kompetensi (*competence*) Menurut McKnight et al, yang dikutip oleh Donni (2017) Menyatakan bahwa ada 3 (tiga) indikator yang membangun kepercayaan yaitu: 1). **Niat Baik (*Benevolence*)** 2). **Integritas (*Integrity*)** 3). **Kompetensi (*Competence*)**

Motivasi Karyawan

Motivasi didefinisikan sebagai suatu penggerak atau dorongan dalam diri manusia yang dapat menimbulkan, mengarahkan, dan mengorganisasikan tingkah laku (Darmawan, 2013) dalam lidia et al (2017). Motivasi adalah perubahan energi dalam diri (pribadi) seseorang yang ditandai dengan timbulnya perasaan dan reaksi untuk mencapai tujuan (Murtiyoko, 2018). Menurut Siagian mengemukakan bahwa dalam kehidupan berorganisasi, termasuk kehidupan berkarya dalam organisasi bisnis, aspek motivasi kerja mutlak mendapat perhatian serius dari para manajer (Budiman, et al, 2016).

Motivasi merupakan cara untuk memanfaatkan atau mempekerjakan pegawai yang memberikan manfaat kepada organisasi, dengan adanya motivasi dimaksudkan pemberian daya perangsang kepada karyawan agar bekerja dengan segala daya dan upaya,

karena motivasi merupakan suatu kondisi yang menggerakkan manusia ke suatu tujuan tertentu (Hasibuan, 2003) dalam Satriani, Sodik, Nash (2020). Berdasarkan pengertian motivasi menurut para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan suatu dorongan yang berasal dari dalam ataupun luar diri seseorang yang menggerakkan orang tersebut untuk melakukan suatu pekerjaan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhannya.

Menurut Hasibuan (1996), menyatakan bahwa asas-asas motivasi meliputi: 1). Asas mengikutsertakan, 2). Asas komunikasi, 3). Asas pengakuan, 4). Asas wewenang yang didelegasikan, 5). Asas adil dan layak, 6). Asas perhatian timbal balik. Menurut Tanjung (2004) dalam Irfan (2018) menyatakan bahwa jika hati termotivasi dengan niat yang baik maka otomatis akan meningkatkan gairah kerja seseorang, akibatnya seluruh pekerjaan seberat apapun akan dirasakan ringan sehingga produktivitasnya meningkat.

George, J.M., dan Jones (2005) dalam Lidia et al (2017), menyatakan bahwa unsur-unsur motivasi kerja terdiri atas arah perilaku, tingkat usaha, dan tingkat kegigihan. Arah perilaku merupakan perilaku yang dipilih seseorang dalam bekerja, diukur melalui adanya keinginan untuk menyelesaikan pekerjaan dan ketaatan pada pertaturan. Menurut Hasibuan dalam Hendri Herman (2017) indikator motivasi adalah 1). Kondisi kerja, 2). Perencanaan kerja, 3). Instruksi kerja, 4). Pengawasan dan 5). Penghargaan.

Kinerja Perusahaan

Menurut Wibisono (2006) dalam Verni et al (2017) menjelaskan bahwa kinerja adalah melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut. Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan

kontribusi ekonomi. Menurut Moeheriono (2010) dalam Verni et al (2017), menjelaskan bahwa pengukuran kinerja adalah suatu proses penilaian tentang kemajuan pekerjaan terhadap tujuan dan sasaran dalam pengelolaan sumber daya manusia untuk menghasilkan barang dan jasa, termasuk informasi atas efisiensi serta efektivitas tindakan dalam mencapai tujuan organisasi.

Kinerja bisa dilihat dari dua pandangan yaitu keuangan dan organisasional. Kinerja perusahaan bisa diukur atas dasar variabel-variabel yang melibatkan produktivitas, *returns*, pertumbuhan bahkan kepuasan pelanggan. Kinerja keuangan didasarkan atas efisiensi perusahaan, Chakravarthy (1986), Berdasarkan peneliti yang lain pengukuran kinerja keuangan didasarkan pada investasi, *residual income*, *earnings per share*, *dividend yield*, *price/earning ratio*, *growth in sales*, kapitalisasi pasar dan lain-lain. Pengukuran kinerja tergantung pada informasi yang diberikan pada system pengukuran dan instrumen yang digunakan. Indikator tradisional yang digunakan dalam analisis keuangan untuk mengukur kinerja adalah *return on investment*, *leverage*, *capital efficiency*, *likuiditas*, *arus kas*, *inventory turnover*, *receivables turnover ratio*.

Dengan demikian penilaian kinerja perusahaan (*Companies performance assessment*) mengandung makna suatu proses atau sistem penilaian mengenai pelaksanaan kemampuan kerja suatu perusahaan (organisasi) berdasarkan standar tertentu (Kaplan dan Norton, 2000). Tujuan penilaian kinerja adalah untuk memotivasi personel mencapai sasaran perusahaan dan mematuhi standar perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya, agar membuahkan tindakan dan hasil yang diinginkan oleh perusahaan. Standar perilaku dapat berupa kebijakan manajemen atau rencana formal yang dituangkan dalam

rencana strategik, program dan anggaran perusahaan.

Penilaian kinerja juga digunakan untuk menekan perilaku yang tidak semestinya dan untuk merangsang dan menegakan perilaku yang semestinya diinginkan, melalui umpan balik hasil kinerja pada waktunya serta penghargaan, baik yang bersifat *intrinsik* maupun *ekstrinsik*. Ada berbagai metode penilaian kinerja yang digunakan selama ini, sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu mencari laba, maka hampir semua perusahaan mengukur kinerjanya dengan ukuran keuangan.

Disini pihak manajemen perusahaan cenderung hanya ingin memuaskan *shareholders*, dan kurang memperhatikan ukuran kinerja yang lebih luas yaitu kepentingan *stakeholders*. Sistem penilaian kinerja yang efektif sebaiknya mengandung indikator kinerja, yaitu: (1) memperhatikan setiap aktivitas organisasi dan menekankan pada perspektif pelanggan, (2) menilai setiap aktivitas dengan menggunakan alat ukur kinerja yang mengesahkan pelanggan, (3) memperhatikan semua aspek aktivitas kinerja secara komprehensif yang mempengaruhi pelanggan, dan (4) menyediakan informasi berupa umpan balik untuk membantu anggota organisasi mengenali permasalahan dan peluang untuk melakukan perbaikan.

Lebih jauh Atkinson, Banker, Kaplan dan Young (1995) mengatakan bahwa penilaian kinerja mengandung tugas-tugas untuk mengukur berbagai aktivitas tingkat organisasi sehingga menghasilkan informasi umpan balik untuk melakukan perbaikan organisasi. Perbaikan organisasi mengandung makna perbaikan manajemen organisasi yang meliputi: (a) perbaikan perencanaan, (b) perbaikan proses, dan (c) perbaikan evaluasi. Hasil evaluasi selanjutnya merupakan informasi untuk perbaikan "perencanaan-proses-evaluasi" selanjutnya. Proses "perencanaan proses-evaluasi" harus dilakukan secara terus-

menerus (*continuous process improvement*) agar faktor strategik (keunggulan bersaing) dapat tercapai.

Penilaian kinerja perusahaan dapat diukur dengan ukuran keuangan dan non keuangan. Ukuran keuangan untuk mengetahui hasil tindakan yang telah dilakukan dimasa lalu dan ukuran keuangan tersebut dilengkapi dengan ukuran non keuangan tentang kepuasan *customer*, produktivitas dan *cost effectiveness* proses bisnis/*intern* serta produktivitas dan komitmen personel yang akan menentukan kinerja keuangan masa yang akan datang. Ukuran keuangan menunjukkan akibat dari berbagai tindakan yang terjadi diluar non keuangan.

Peningkatan *financial returns* yang ditunjukkan dengan ukuran *ROE* merupakan akibat dari berbagai kinerja operasional seperti: (1) meningkatnya kepercayaan *customer* terhadap produk yang dihasilkan perusahaan, (2) meningkatnya produktivitas dan *cost effectiveness* proses bisnis/*intern* yang digunakan oleh perusahaan untuk menghasilkan produk dan jasa, (3) meningkatnya produktivitas dan komitmen *personel*.

Jadi jika manajemen puncak berkehendak untuk melipatgandakan kinerja keuangan perusahaannya, maka fokus perhatian seharusnya ditujukan untuk memotivasi *personel* dalam melipatgandakan kinerja di perspektif non keuangan atau operasional, karena disitulah terdapat pemacu sesungguhnya kinerja keuangan berjangka panjang. Pada perspektif penilaian kinerja yang lebih luas.

Hal diatas menjelaskan bahwa aktivitas penilaian kinerja terdapat dua jenis pengukuran yaitu; keuangan dan non keuangan. Pengukuran ini dirancang untuk menaksir bagaimana kinerja aktivitas dan hasil akhir yang dicapai. Ada juga penilaian kinerja yang dirancang untuk menyingkap jika terjadi kemandekan perbaikan yang akan

dilakukan. Penilaian kinerja aktivitas pusat dibagi kedalam tiga dimensi utama, yaitu: (1) efisiensi, (2) kualitas, (3) waktu. Hal senada juga dijelaskan oleh Kaplan dan Norton, (2000); pengukuran kinerja non keuangan didesain untuk menilai seberapa baik aktivitas yang berhasil dicapai dan dipusatkan pada tiga dimensi utama yaitu efisiensi, kualitas dan waktu.

Menurut Dess dan Lumpkin (2003) ada 2 (dua) pendekatan yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan yaitu; pendekatan yang pertama analisis *ratio* keuangan (*financial ratio analysis*) dan pendekatan yang kedua dilihat dari perspektif pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder perspective*). Dalam *financial ratio analysis* dapat dibedakan atas 5 tipe yaitu; (1) *Short-term solvency or liquidity*, (2) *Long-term solvency measures*, (3) *Asset management (or turn over)*, (4) *Profitability*, (5) *Market value*.

Kinerja perusahaan merupakan konstruk (faktor) yang umum digunakan untuk mengukur dampak dari sebuah strategi perusahaan. Strategi perusahaan selalu diarahkan untuk menghasilkan kinerja baik berupa kinerja pemasaran maupun kinerja keuangan (Ferdinand, 2000). Penelitian- penelitian terdahulu telah menggunakan kinerja bisnis dengan ukuran *return on asset* atau tingkat pengembalian modal, pertumbuhan penjualan dan keberhasilan produk baru (Narver dan Slater, 1994). Johnson (1999) pada penelitiannya mengukur kinerja suatu perusahaan dengan *market share*, pertumbuhan penjualan dan pentingnya hubungan antar mitra.

Menurut Menon, Jaworki dan Kohli (1997) kualitas layanan adalah salah satu bagian yang berhubungan dengan penciptaan superior *value* bagi pelanggan yang merupakan batu loncatan bagi perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan tersebut pada akhirnya akan

mempengaruhi kinerja perusahaan (Droge, Vickery dan Markland, 1995). Nur Pribadiyanto dan Mudiantono (2004,) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang tercermin dalam kecepatan dan keakuratan kinerja layanan, kecepatan dan keakuratan dalam merespon dan menyelesaikan komplain dari pelanggan, perhatian pada pelanggan akan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan yang tercermin dalam volume penjualan, pertumbuhan pelanggan dan kemampuan perusahaan

Churchill, et al, dalam Baldauf, A, et al, 2001, menyatakan kinerja yang efektif digambarkan sebagai evaluasi hasil penjualan suatu organisasi/perusahaan, yang biasanya dapat diukur melalui beberapa indikator : volume penjualan total, porsi pasar, *cost*, *ROA*, kontribusi profit, dan kepuasan pelanggan. Ukuran kinerja perusahaan menurut Pelham, Alfred M (1997), dalam hipotesisnya dipengaruhi oleh tiga factor yaitu 1). efektifitas perusahaan (*firm effectiveness*), 2). pertumbuhan/porsi (*growth/share*), dan 3). kemampuan (*profitability*).

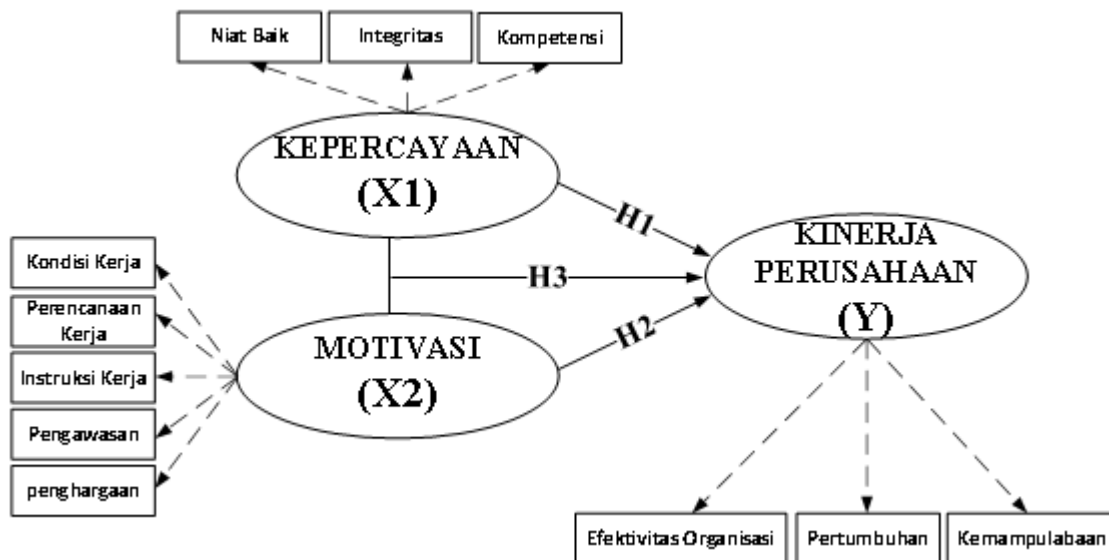
METODOLOGI PENELITIAN

Kerangka Pemikiran

Dari fenomena – fenomena yang terkait dengan kepercayaan dan motivasi terhadap kinerja perusahaan maka dicari korelasi (hubungan) antara masing-masing variabel yang dikembangkan dari indikator – indikator sebagai berikut: Variabel **Kepercayaan** dari McKnight et al, dalam Donni (2017) dengan indikator - indikator: **1). Niat Baik (*Benevolence*)** **2). Integritas (*Integrity*)** **3). Kompetensi (*Competence*)** dan Variabel **Motivasi**, dari Hasibuan dalam Hendri Herman (2017), dengan indikator - indikator adalah **1). Kondisi kerja**, **2). Perencanaan kerja**, **3). Instruksi kerja**, **4). Pengawasan** dan **5). Penghargaan.**

terhadap Variabel **Kinerja organisasi**: Alfred M (1997), yaitu dengan indikator - indikator **1). Efektifitas perusahaan (firm effectiveness), 2). Pertumbuhan /**

porsi (growth / share), dan 3). Kemampulabaan (profitability).



Gambar. 2
Sebaran Indikator Masing-masing variabel

Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara mengenai hubungan antar variabel dalam suatu penelitian yang kebenarannya perlu dibuktikan. Hipotesis disusun berdasarkan teori dan temuan empirik yang terkait dengan variabel-variabel yang dapat diuraikan dan dijelaskan.

Hipotesis 1 (X1 terhadap Y)	
H ₀	Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan
H ₁	Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan
Hipotesis 2 (X2 terhadap Y)	
H ₀	Motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan
H ₁	Motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan
Hipotesis 3 (X1 dan X2 simultan terhadap Y)	
H ₀	Kepercayaan dan motivasi tidak berpengaruh secara simultan terhadap kinerja perusahaan
H ₁	Kepercayaan dan motivasi berpengaruh secara simultan terhadap kinerja perusahaan

HASIL PENELITIAN

Uji Instrumen

Dari ketiga ringkasan hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen, dimana nilai korelasi lebih besar dari 0,227 maka dinyatakan *valid* dan *unidimensional*. Berdasarkan tabel memperlihatkan butir - butir pertanyaan memiliki nilai korelasi di atas 0,227 hal ini menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada tiga variabel penelitian adalah *valid*. Untuk uji *reliabilitas* (*reliabel* = nilai *cronbach's alpha* (α) \geq 0,60). Terlihat bahwa semua nilai *cronbach's alpha* (α) masing-masing variabel adalah 0,875 baik variabel kepercayaan, motivasi, maupun kinerja perusahaan, semuanya adalah lebih besar dari 0,60 sehingga bisa dikatakan bahwa semua butir pernyataan pada tiga variabel yang diteliti adalah *reliabel*. Dengan demikian, instrumen penelitian yang mengukur ke tiga variabel dinyatakan *valid* dan *reliabel*, dan data hasil pengukuran menggunakan kuesioner layak untuk digunakan.

Hasil Analisis Deskriptif.

Metode analisis data dengan menggunakan analisis statistik *deskriptif* dimaksudkan untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban responden dari hasil kuesioner, yaitu dengan cara mengumpulkan data dari hasil jawaban responden, selanjutnya ditabulasi dalam tabel dan dilakukan pembahasan secara *deskriptif*. Penelitian ini dilakukan melalui metode *survey* yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dari hasil menyebar sebanyak 48 kuesioner yang kembali semua.

Pada deskriptif variabel kepercayaan, berdasarkan indikator niat baik, integritas dan kompetensi dengan rata-rata jawaban responden menjawab setuju. Skor rata-rata (*mean*) adalah 3,6 yang berada dalam kategori mendekati setuju (4). Pada deskriptif variabel motivasi, berdasarkan indikator – indikator kondisi kerja, perencanaan kerja, instruksi kerja, pengawasan dan penghargaan dengan rata-rata jawaban responden menjawab setuju. Skor rata-rata (*mean*) adalah rerata 3,8 yang berada dalam kategori mendekati setuju (4).

Pada deskriptif variabel kinerja perusahaan, berdasarkan indikator-indikator efektifitas perusahaan, pertumbuhan/porsi, dan kemampuan dengan rata-rata jawaban responden menjawab setuju. Skor rata-rata (*mean*) adalah 3,7 yang berada dalam kategori mendekati setuju (4). Artinya secara deskriptif dibuktikan bahwa kepercayaan dan motivasi mempengaruhi kinerja perusahaan.

Hasil Analisis Hipotesis

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 ditentukan apabila t hitung > t tabel, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Kemudian, Apabila t hitung < t tabel, maka H₀ diterima dan H₁ ditolak. Maka berdasar hasil penelitian diketahui hasil statistik dari tabel koefisien uji parsial untuk hipotesis 1 yaitu mutu pelayanan terhadap kinerja karyawan, sebagaimana dijelaskan pada tabel koefisien uji parsial kepercayaan terhadap kinerja perusahaan.

Tabel. 1
Koefisien Uji Parsial kepercayaan terhadap Kinerja Perusahaan

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	40,540	3,700		10,693	,000
	Kepercayaan	,641	,038	,721	12,755	,000

a. Dependent Variable: KINERJA PERUSAHAAN

Dari tabel diketahui bahwa Nilai t = 12,755 lebih besar dari t Tabel 1,65 (α = 0,05) dan diketahui hasil signifikan 0,000 lebih kecil daripada 0,05, oleh karena itu, H₀ ditolak dan H₁ diterima, artinya kepercayaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Hipotesis 2 juga menggunakan kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 ditentukan apabila t hitung > t tabel, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. H₀ : motivasi tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan atau H₁ : motivasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Maka berdasar hasil

penelitian diketahui hasil statistik dari tabel koefisien uji parsial motivasi terhadap kinerja perusahaan, sebagaimana dijelaskan pada tabel

koefisien uji parsial motivasi terhadap kinerja perusahaan.

Tabel. 2
Koefisien Uji Parsial Motivasi terhadap Kinerja Perusahaan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	38,673	4,374		8,551	,000
	Motivasi	,673	,046	,720	12,022	,000

a. Dependent Variable: KINERJA PERUSAHAAN

Dari tabel diketahui bahwa Nilai $t = 12,022$ lebih besar dari t Tabel 1,65 ($\alpha = 0,05$) dan diketahui hasil signifikan 0,000 lebih kecil daripada 0,05, oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya motivasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Untuk hipotesis 3 akan menggunakan analisis uji F karena bersifat simultan dimana pengujian hipotesis dengan statistik F dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_1 dan sebaliknya.

Dalam hipotesis 3 dimana H_0 dan H_1 adalah: H_0 : kepercayaan dan motivasi secara simultan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan sedangkan H_1 : kepercayaan dan motivasi secara simultan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Maka berdasar hasil penelitian diketahui hasil statistik dari tabel anova uji simultan kepercayaan dan motivasi terhadap kinerja perusahaan, sebagaimana dijelaskan pada tabel Anova kepercayaan dan motivasi secara simultan terhadap kinerja perusahaan.

Tabel. 3
Anova Kepercayaan dan Motivasi secara simultan terhadap Kinerja Perusahaan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5038,589	0	2532,879	124,530	,000 ^b
	Residual	3006,000	48	20,320		
	Total	8044,589	48			

a. Dependent Variable: KINERJA PERUSAHAAN
b. Predictors: (Constant), MOTIVASI, KEPERCAYAAN

Nilai $F = 124,530$ lebih besar dari F Tabel 3,94 ($\alpha = 5\%$) dan signifikan 0,000 lebih kecil daripada 0,05, oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya kepercayaan dan motivasi secara simultan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

INTREPRETASI PENELITIAN

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kinerja perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung Flavian dan Giunaliu (2007) dalam Rezha dan Suparwati, (2018) bahwa kepercayaan menumbuhkan Kejujuran,

Kebajikan dan Kompetensi, bahwa dalam membangun kinerja perusahaan, diperlukan kepercayaan dari karyawan, sehingga menjadi satu kesatuan motivasi menumbuhkan kinerja pribadi menjadi kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya terkait motivasi karyawan untuk pemberian daya perangsang kepada karyawan agar bekerja dengan segala daya dan upaya, karena motivasi merupakan suatu kondisi yang menggerakkan manusia ke suatu tujuan tertentu, melalui kondisi kerja, perencanaan kerja, instruksi kerja, pengawasan dan penghargaan (Hasibuan, 2003).

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian (Rezsa, 2008) yang menyatakan kinerja perusahaan bertujuan untuk memberikan pelayanan yang mendahulukan kepentingan menyeluruh, mempermudah urusan semua pihak, mempersingkat pelayanan dan memberikan kepuasan. Selain itu, lingkungan kerja yang nyaman serta pemberian motivasi yang pada dasarnya merupakan hak para karyawan dan kewajiban dari pihak perusahaan untuk mendukung kontribusi para karyawannya dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan, bahwa dalam membangun kinerja perusahaan, diperlukan kerja bersama untuk volume penjualan, pertumbuhan pelanggan dan kemampuan perusahaan menumbuhkan kinerja pribadi menjadi kinerja perusahaan.

PENUTUP

Kesimpulan.

Berdasarkan analisis hasil data penelitian deskriptif dan analisis statistik dapat ditetapkan kesimpulan bahwa:

- 1) Kepercayaan berpengaruh langsung terhadap kinerja perusahaan. Artinya semakin baik nilai kepercayaan maka semakin baik pula nilai kinerja

perusahaan.

- 2) Motivasi karyawan berpengaruh langsung terhadap kinerja perusahaan. Artinya semakin baik nilai motivasi maka semakin baik pula nilai kinerja perusahaan.
- 3) Kepercayaan dan motivasi karyawan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Artinya hasil penelitian membuktikan adanya pengaruh yang signifikan kepercayaan dan motivasi karyawan secara simultan terhadap kinerja perusahaan.

Saran

Berdasarkan hasil-hasil temuan sehingga disampaikan beberapa saran penting yang dapat dikemukakan sebagai berikut:

- 1) Berdasar kesimpulan temuan kepercayaan berpengaruh pada kinerja perusahaan, maka disarankan semua indikator kepercayaan dalam penelitian ini agar diimplementasi di Perusahaan.
- 2) Berdasar kesimpulan motivasi karyawan berpengaruh pada kinerja perusahaan, untuk itu disarankan agar indikator-indikator motivasi karyawan diimplementasikan di perusahaan.
- 3) Berdasar kesimpulan kepercayaan dan motivasi karyawan secara simultan mempengaruhi kinerja perusahaan, maka disarankan agar memastikan kedua variabel ini dapat dilaksanakan sekaligus di perusahaan beserta seluruh indikator yang mengikutinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfred M. Pelham, (1997) "*Market orientation and performance: the moderating effects of product and customer differentiation*", *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 12 Issue: 5, pp.276-296.

- Atkinson, Anthony A., Rajiv D. Banker, Robert S. Kaplan, and S. Mark Young . 1995. 1 st ed. *Management Accounting*. Englewood Cliff, New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Baldauf et al. 2001. "Examining Business Strategy, Sales Management, and Salesperson Antecedents of Sales Organization Effectiveness", *Journal of Personal Selling & Management*, Vol. XXI, Number 2 (Spring), p. 109- 222.
- Bass, B.M., B.J. Avolio, D.I. Jung & Y. Berson. (2003). *Predicting unit performance by assessing transformational and transactional leadership*. *Journal of Applied Psychology*. Vol. 88, No. 2, pp. 207-218.
- Bintoro, & Daryanto. (2017). *Manajemen Penilaian Kinerja Karyawan* (1st ed.). Yogyakarta: Gava Media.
- Budiman, N. P., Saerang, I. S., & Sendow, G. M. (2016). Pengaruh Kompetensi, Motivasi, Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. 4(4), 321–332.
- Budiman & Riyanto,A. (2013). *Kapita Selekta Kuesioner Pengetahuan dan sikap dalam penelitian Kesehatan*. Jakarta : Salemba Medika
- Bowers, D. (1976), *Systems of Organization*, University of Michigan, Ann Arbor, MI.
- Campbell, J.P., Dunnette, M.D., Lawler, E.E. and Weick, K.E. (1970), *Managerial Behaviour, Performance and Effectiveness*, McGraw-Hill, New York, NY.
- Chakravarthy (1986), *Measuring Strategic and performance*, Strategic management Jurnal 7 (5), 437 – 458.
- Cornelia Dröge, Shawnee K. Vickery and Robert E. Markland, (1994), *Sources and Outcomes of Competitive Advantage: An Exploratory Study in the Furniture Industry*, *Decision Sciences*, 25:5/6.
- Darmawan, D. H. (2013). *Prinsip-prinsip Perilaku Organisasi*. Surabaya: Pena Semesta.
- Dess, Gregory R., dan G.T. Lumpkin. 2003. *Strategic Management*. International Edition. McGraw Hill.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Droge, C.& Vickrey, Shownee. (1994). *Source and Outcomes of Competitive Advantage: An Explanory Study in The Furniture Industry*. *Decision Sciences*, p.669-689.
- Field, G.R. and Ableson, M.A. (1982), *Climate: a reconceptualization and proposed model*", *Human Relations*, Vol. 35 No. 3, pp. 191-201.
- Ferdinand, Augusty. (2000). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fletcher, B. and Jones, F. (1992), *Measuring organizational culture: the cultural audit*",
- Flavian dan Giunaliu.2007. *Measure onweb usability Website*. *Journal of Computer Information Systems* 48 (No.1) hal 17-23
- Garbarino, E and Johnson, M.S. 1999. *The Different Roles of Satisfaction*,

- Trust, and Commitment in Customer relationships. Journal of Marketing*, Vol. 63, April: 70-87.
- Hasibuan, M. 2003. Organisasi dan Motivasi Dasar Peningkatan Produktivitas. Jakarta: Bumi Aksara
- Herman, H. (2017). Pengaruh Kompetensi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Torindo Internusa Batam. 5.
- Heryenzus, & Laia, R. (2018). Pengaruh Kompensasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Karyawan Sebagai Variabel Intervening Pada PT Bank Negara Indonesia Cabang Batam. 6, 21.
- Irfan Bahar Nurdin, (2018), Faktor-Faktor Motivasi Kerja Pada Karyawan Lembaga Huda Group Di Kecamatan Tamansari Kabupaten Bogor, STAI Al Hidayah Bogor, Islamic Management; Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol.I, No.1, Januari 2018.
- Jurnal pengaruh motivasi, disiplin kerja dan kompensasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Benwin Indonesia di kota batam sherlie1, hikmah2 universitas putera batam, Motivasi Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 5 Nomor 1 2020,
- Katidjan, P. S., Pawirosumarto, S., & Isnaryadi, A. (2017). Pengaruh Kompensasi, Pengembangan Karir dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan. VII, 446
- Kaplan, R.S.; Norton, D.P. (2000). *Balanced Scorecard: Menerapkan Strategi Menjadi Aksi*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotter, J.P. and Heskett, J.L. (1992). *Corporate Culture and Performance*, Free Press, New York
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, "Manajemen Pemasaran" Jilid 1 dan 2 edisi 13 tahun 2009, Penerbit Erlangga dicetak PT. Gelora Aksara pratama. Original ISBN : 978-0-13-600998-6
- Liando, L., Tewal, B., & Walangitan, M. D. (2016). Pengaruh Kompensasi, Komunikasi, Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Pt. Telkom Tbk Manado. 4(5), 433–446.
- Lidia Lusri dan Hotlan Siagian (2017), Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi Pada Karyawan Pt. Borwita Citra Prima Surabaya, Agora Vol. 5, No. 1,
- Maharani, Astri Dhiah, Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Syariah Cabang Semarang (Skripsi), Semarang: Universitas Diponegoro Semarang, 2010
- Matsuno, Ken dan Mentzer, John T, 2000, "The Effects of Strategy Type on the Market Orientation - Performance Relationship", Journal of Marketing, Vol. 64, October, p; 1-16.
- Miner, B. John, 1980, Theories of Organizational Behavior, Illinois: The Dryden Press. Narver, John C dan Slater, Stanley F, 1990, "The Effect of a Market Orientation on Business Profitability", Journal of Marketing, October, p; 20-35.
- Menon, A, Jaworski, B.J, and Kohli, A.K. (1997). *Product Quality:*

- Impact Interdepartmental Interactions*. Journal of The Academy of Marketing Science, Vol. 25.
- Murtiyoko, H. (2018). Pengaruh Kompensasi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. 1(4), 117–128. 8) Supomo, R., & Nurhayati, E. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia (1st ed.; L. Malyani, ed.). Bandung: Yrama Widya.
- Narver, J., Slater, S., 1994, *Does Competitive Environment Moderate the Market Orientation – Performance Relationship*, Journal of Marketing, vol 58
- Nur Pribadiyanto, Mudiantono dan Utami Tri S (2004), “Analisis Faktor – Faktor Orientasi Pasar Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan dan Relevansinya Terhadap Kinerja Perusahaan”, Jurnal Studi Manajemen & Organisasi, Vol. 1 No. 2 Mei, Hal. 50 – 60
- Rao, Purba, 1996, "Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis", *The Asian Manager* (February - March)
- Rezsa, Primanda. 2008. Pengaruh Budaya Organisasi, Locus of control dan penerapan Sistem Informasi Terhadap Kinerja Aparat Unit-unit Pelayanan Publik. Surakarta.
- Robbins, S. P. “Organisational behavior”: *global and Southern African perspectives*. Cape Town, Pearson Education South Africa (2006).
- Satriani, Sodik, Nasharuddin Mas, (2020) Analisis Motivasi & Lingkungan Kerja Serta Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Badan Pemberdayaan Masyarakat & Pemerintah Desa Kabupaten Konawe, Jurnal Ilmu Manajemen Volume 6, Nomor 1, Maret 2020, Program Pascasarjana Universitas Widyagama Malang.
- Suparwati, Y. K. & Atiningsih, S. (2018). Pengaruh *Corporate Governance dan Leverage* Terhadap Integritas Laporan Keuangan . Vol. 9, No. 2, ISSN: 2086-3748, 110-124.
- Scott, George M, 1999, "Top Priority Management Concerns About New Product Development", *Academy of Management Executive*, Vol. 13 No. 3, p; 77-84
- Sekaran, U. 2006. *Research methods for business: metodologi Penelitian untuk Bisnis. Edisi keempat*. Salemba Empat, Jakarta.
- Singarimbun dan S. Efendi. 1996, *Metode Penelitian Survei*, PT. Pustaka LP3ES, Jakarta.
- Sugiyono, 1999, "Metode Penelitian Bisnis", Alfabeta, Bandung.
- Verni Kurniasari dan Gesti Memarista, (2017), Analisis Kinerja Perusahaan Menggunakan Metode Balanced Scorecard (Studi Kasus Pada PT. Aditya Sentana Agro), Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra, AGORA Vol. 5, No. 1, (2017)
- Walker, Orville C. Jr, 1992, "Marketing Strategy - Planning and Implementation", Wahyono, 2002, Orientasi Pasar dan Inovasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol.1, No.1, Mei.