

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Studi Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kumpulan dari beberapa penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya, dimana penelitian ini mempunyai keterkaitan dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang terkait tentang variabel-variabel yang ada pada penelitian ini :

Tabel 2.1 Studi Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun, Sumber Ref	Judul	Hasil Riset	Perbedaan
1	Asriandi, Mursalim Umar Gani, A.M. Hasbi (2018) Jurnal Of Economic, Mannagement and Accounting Vol. 1 No. 2	Pengaruh Budaya Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Karyawan PT. Industri Kapal Indonesia (Persero) Makassar	Budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan. Hal ini berarti semakin tinggi budaya organisasi yang melekat pada karyawan maka loyalitas karyawan semakin meningkat.	Menggunakan variabel independen lingkungan kerja dan variabel dependen kinerja karyawan. Objek yang diteliti PT. Industri Kapal Indonesia

2	Mei Habibah Dalimunthe, Rifka Fachrina, Suhairi (2021) Vol. 1 No. 1 Jurnal of Communication and Islamic Broadcasting	Dampak Komunikasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan	Budaya organisasi dan Komunikasi di suatu organisasi dapat memberikan pengaruh dan dampak yang positif terhadap kinerja para karyawan.	Menggunakan variabel dependen yang lain, yaitu kinerja karyawan
3	Annisa R Manikotama, Hairani Lubis, Dian Dwi N Rahmah (2022) Jurnal Ilmiah Psikologi Vol. 10 No. 1	Budaya Organisasi Dan Keterlibatan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan	Terdapat pengaruh yang signifikan antara budaya organisasi dan keterlibatan karyawan terhadap loyalitas kerja karyawan millennial di kota Balikpapan.	Penelitian ini menggunakan variabel keterlibatan kerja dan tidak menggunakan variabel komunikasi
4	Nur Annisa Agustini, Ninuk Purnaningsih Jurnal komunikasi pembangunan Vol. 16 No.1	Pengaruh Komunikasi Internal Dalam Membangun Budaya Organisasi	Proses komunikasi internal dan budaya organisasi yang tercipta tergolong cukup baik dan efektif. Namun variabel kekuatan leadership dikategorikan cukup tinggi dan menyebabkan kekuatan leadership tidak signifikan	Penelitian ini menggunakan variabel komunikasi internal. Dan tidak menggunakan variabel independen loyalitas karyawan.

			berpengaruh terhadap budaya organisasi.	
5	Rudy Fahrurazi, Saladin Ghalib, Hasanur Arifin (2014) Jurnal Bisnis dan Pembangunan Vol.1 No.1	Pengaruh Komunikasi dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan PT. Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Selatan Wilayah Banjarmasin	Ada pengaruh yang signifikan antara variabel Komunikasi dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan . Serta dari dua variabel yang diteliti terbukti variabel budaya organisasi lebih dominan pengaruhnya terhadap kinerja karyawan.	Penelitian ini menunjukan variabel dependen kinerja karyawan

2.2 Landasan Teori

Landasan teori merupakan pernyataan yang disusun secara sistematis dan memiliki variabel yang kuat. Landasan teori secara isi memuat teori-teori dan hasil penelitian yang digunakan sebagai kerangka teori peneliti untuk menyelesaikan penelitian.

2.2.1 Budaya Perusahaan

1. Pengertian Budaya Perusahaan

Budaya atau kebudayaan berasal dari kata Sanskerta budhayah, jamak dari buddhi badi atau akal, dan diartikan sebagai yang berkenaan dengan akal dan akal manusia. Dalam bahasa Inggris, budaya disebut culture, berasal dari bahasa Latin Colere, yang berarti “to process” atau “to commit to”. Bisa juga diartikan mengolah tanah

atau mengolah. Kata kebudayaan juga kadang diterjemahkan sebagai “kebudayaan” dalam bahasa Indonesia.

Budaya memiliki definisi yang sangat variatif, oleh Kroeber dan Klucckhohn (1952) definisi budaya dikelompokkan menjadi 6 sebagai berikut :

- 1) Deskriptif, Menekankan budaya sebagai totalitas yang komprehensif.
- 2) Normatif, Menekankan pentingnya peran kaidah-kaidah yang dipahami.
- 3) Psikologis, Menekankan ciri, karakteristik psikologis sebagai ungkapan.
- 4) Historis, Menekankan tradisi misalnya hubungan darah dan keturunan.
- 5) Struktural, Menekankan pentingnya struktur, pola, atau organisasi budaya.

Budaya juga memiliki konotasi nilai-nilai yang dianut oleh orang-orang dalam suatu kelompok, dan cenderung bertahan dari waktu ke waktu bahkan ketika keanggotaan kelompok berubah. Budaya juga menggambarkan pola perilaku atau gaya organisasi sehingga karyawan baru secara otomatis terdorong untuk meniru perilaku teman-temannya yang lain.

Budaya perusahaan dapat didefinisikan sebagai sistem nilai, keyakinan, asumsi atau norma yang efektif dalam jangka panjang

yang diakui dan diikuti oleh anggota perusahaan, sebagai panduan perilaku dan metode untuk memecahkan masalah perusahaan. Budaya perusahaan, juga dikenal sebagai budaya organisasi, adalah seperangkat nilai atau norma yang berlaku untuk jangka waktu yang lama dan dianut bersama oleh anggota perusahaan (karyawan) sebagai pedoman perilaku untuk memecahkan masalah perusahaan (perusahaan).

Budaya perusahaan adalah kekuatan sosial yang tidak terlihat yang dapat membuat orang-orang dalam organisasi bekerja. Secara tidak sadar, setiap orang di perusahaan belajar tentang budaya perusahaan mereka masing-masing. Budaya perusahaan yang kuat mendukung tujuan perusahaan, sedangkan budaya yang lemah atau negatif menghambat atau bertentangan dengan tujuan perusahaan. Dalam perusahaan dengan budaya perusahaan yang kuat, sebagian besar anggota perusahaan (karyawan) memahami, mengadopsi, dan mempertahankan nilai-nilai bersama.

Setiap perusahaan pasti memiliki budaya organisasi tersendiri, yang diciptakan oleh para pendiri perusahaan dan kemudian dikembangkan menjadi pedoman sikap dan tindakan bagi seluruh bidang perusahaan. Menurut Robbins (2014), budaya organisasi adalah nilai-nilai dominan dan mengatur dalam organisasi serta filosofi kerja karyawan dan pedoman bagi para pengambil keputusan organisasi dalam mengelola karyawan dan konsumen.

2. Fungsi Budaya Perusahaan

Menurut Robbins (2014), budaya perusahaan memiliki beberapa fungsi. Pertama, budaya memainkan peran yang membedakan. Artinya budaya kerja membuat perbedaan yang jelas antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Kedua, budaya perusahaan memberi anggota perusahaan rasa identitas. Ketiga, budaya perusahaan mendorong komitmen terhadap sesuatu yang melampaui kepentingan individu itu sendiri. Keempat, budaya perusahaan meningkatkan stabilitas sistem sosial. Dari perspektif masyarakat, budaya bertindak sebagai perekat sosial yang membantu menyatukan organisasi dengan menetapkan standar yang sesuai untuk apa yang harus dikatakan dan dilakukan karyawan.

Budaya perusahaan membantu mengarahkan sumber daya manusia untuk mencapai visi, misi dan tujuan perusahaan. Selain itu, ini meningkatkan kohesi tim antara departemen, departemen, atau unit bisnis yang berbeda dan dengan demikian dapat menjadi perekat yang menyatukan orang-orang dalam sebuah perusahaan. Budaya perusahaan meningkatkan motivasi karyawan dengan memberi mereka rasa memiliki, loyalitas, kepercayaan dan nilai-nilai, serta mendorong mereka untuk berpikir positif tentang diri mereka sendiri dan perusahaan. Dengan cara ini, perusahaan dapat memaksimalkan potensi karyawan mereka dan menegaskan diri terhadap persaingan.

Namun, budaya perusahaan harus selalu berkembang sesuai dengan evolusi lingkungan.

3. Karakteristik Budaya Organisasi

Robbins (2014) menyatakan bahwa ada 7 aspek yang menjadi karakteristik budaya organisasi, sebagai berikut :

a) Perhatian akan detail.

Suatu sikap organisasi yang mengharapkan sejauh mana karyawan mampu bekerja dengan cermat teliti serta mampu menganalisis dan perhatian terhadap rincian dalam tugas yang dikerjakan.

b) Orientasi hasil.

Merupakan ukuran sejauh mana manajemen lebih menitikberatkan pada hasil daripada proses dan teknik yang digunakan untuk mencapai hasil. Nilai hasil dan kualitas hasil menjadi indikator orientasi hasil.

c) Orientasi manusia.

Ini adalah ukuran sejauh mana proses akuntansi membuat keputusan manajemen yang mempengaruhi hasil individu dalam organisasi. Indikator orientasi manusia adalah nilai-nilai partisipasi karyawan dalam kegiatan perusahaan di luar pekerjaan, partisipasi karyawan dalam pekerjaan dan dalam proses pengambilan keputusan manajemen, serta nilai evaluasi kerja.

d) Orientasi tim.

Yaitu sejauh mana organisasi mengorganisasikan kegiatan kerja tidak hanya untuk individu-individu tetapi juga kepada tim untuk mendukung sesama. Indikator orientasi tim terdiri nilai-nilai kerja sama dengan atasan, nilai apresiasi terhadap kerja serta penilaian kerja antar rekan kerja.

e) Inovasi dan pengambilan risiko.

Indikatornya memuat nilai-nilai kemampuan berinovasi dan nilai-nilai keberanian pengambilan risiko.

f) Agresivitas.

Merupakan sesuatu yang bersifat maju dan menyerang dalam suatu kegiatan. Se jauh mana orang-orang itu agresif dan kompetitif.

g) Stabilitas.

Merupakan suatu kemandirian dan keseimbangan. Indikatornya memuat nilai yang konsisten dalam mengambil keputusan dan tindakan.

2.2.2 Komunikasi Perusahaan

1. Pengertian Komunikasi Perusahaan

Komunikasi merupakan kegiatan dasar manusia. Melalui komunikasi, manusia dapat saling berhubungan dalam kehidupan sehari-hari di rumah, di tempat kerja, di pasar, di masyarakat atau dimanapun manusia berada. Tidak ada orang yang tidak berpartisipasi dalam komunikasi. Komunikasi sangat penting bagi kehidupan

manusia. Perkembangan pengetahuan manusia hari demi hari berkat komunikasi. Komunikasi juga membentuk sistem sosial yang saling membutuhkan, sehingga komunikasi dan masyarakat tidak dapat dipisahkan.

Definisi komunikasi berasal dari etimologi (bahasa) dan terminologi (konsep). Dari segi etimologis, menurut Roudhonah terbagi menjadi beberapa kata dalam Kitab Ilmu Komunikasi, antara lain “communicate” artinya “berpartisipasi atau menginformasikan”, “communist opinion” artinya opini Umum yang dikutip oleh Raynond S. Ross dalam buku Ilmu Komunikasi karya Deddy Mulyana menyebutkan: “Communication, atau pengantar bahasa Inggris communication, berasal dari kata latin communis, bermaksud melakukan hal yang sama”.

Meskipun banyak ahli mencoba mendefinisikan "terminologi", termasuk Hovland, Janis, dan Kelley, seperti dicatat Forsdale, komunikasi adalah "proses dimana individu mengirimkan rangsangan, biasanya dalam bentuk verbal, untuk mengubah perilaku orang lain." Menurut Laswell, “Komunikasi adalah jawaban atas siapa mengatakan apa dengan media apa kepada siapa dengan efek apa (who says what dengan media apa kepada siapa dengan efek apa). John B. Hoben berasumsi bahwa komunikasi (harus) berhasil.” Komunikasi adalah pertukaran pikiran atau gagasan yang diucapkan”.

Organisasi adalah “wadah kegiatan” bagi orang-orang yang melakukan tugas yang berbeda untuk mencapai tujuan bersama. Mereka bekerja dalam struktur hubungan yang dibatasi oleh tanggung jawab pekerjaan mereka. Dinamika perilaku yang ditunjukkan dicapai melalui “negosiasi” antara “usaha yang diperlukan” dan “usaha yang diperhitungkan” yang mencirikan produktivitas kelompok dan individu (Satoro, 2002-2003:1).

Meskipun Daryanto (1996:3). mengungkapkan: “Organisasi adalah suatu sistem kerjasama antara dua orang atau lebih yang secara sadar bertujuan untuk mencapai tujuan.” Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa setiap kelompok orang yang bekerjasama, sesuai dengan tugas yang mereka lakukan, memiliki komunikasi atau hubungan yang menunjukkan perilaku yang mendorong kesadaran dalam komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi yang diberikan.

Menurut Arni (2019), komunikasi adalah pertukaran verbal atau non-verbal antara pengirim dan penerima pesan perubahan perilaku. Komunikasi dalam organisasi selalu merupakan komunikasi dua arah yang menguntungkan setiap orang yang terlibat. Dalam komunikasi kita menciptakan kesamaan pemahaman, gagasan, pemikiran dan sikap tentang perilaku kita terhadap orang lain.

Menurut Goldhaber (1986), definisi komunikasi organisasi berikut menawarkan: “Komunikasi organisasi adalah proses

menciptakan dan bertukar pesan dalam jaringan hubungan yang saling tergantung untuk menghadapi ketidakpastian lingkungan.” Atau dengan kata lain, komunikasi organisasi adalah proses penciptaan dan pertukaran pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling tergantung untuk menghadapi lingkungan yang tidak pasti atau berubah. .

2. Fungsi Komunikasi Perusahaan

Ditinjau dari fungsinya, menurut Effendy dalam Mudzammil & Dasrun (2015) komunikasi memiliki fungsi sebagai berikut:

a) Informasi (to inform)

Informasi sebagai kegiatan mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar, sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi diluar dirinya.

b) Mendidik (to educate)

Menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana cara bersikap sesuai dengan nilai-nilai yang ada.

c) Menghibur (to entertain)

Media massa telah menyita banyak waktu luang dari semua golongan usia dengan difungsikannya media komunikasi sebagai alat hiburan rumah tangga.

d) Mempengaruhi (to influence)

Mendorong seseorang untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca, lihat, dan dengar melalui massa.

Sedangkan fungsi komunikasi secara universal menurut Kasali (2005:

15) adalah sebagai berikut :

a) Memenuhi Kebutuhan Fisik.

Berdasarkan hasil berbagai penelitian, komunikasi dapat membantu memperbaiki manusia. Adler dan Rodman (2003) menjelaskan bahwa orang yang kurang atau bahkan jarang menjalin hubungan dengan orang lain memiliki kemungkinan tiga sampai empat kali lebih besar untuk meninggal. Di sisi lain, mereka yang sering menjalin hubungan memiliki peluang empat kali lebih tinggi untuk bertahan hidup. Ini menunjukkan kepada kita bagaimana interaksi (termasuk komunikasi) dapat menghasilkan seseorang meningkatkan kualitas fisiknya .

b) Memenuhi Kebutuhan Identitas.

Beberapa berlatih berkomunikasi dengan orang lain karena mereka ingin memberi tahu kami bahwa mereka bersama kami. Komunikasi tersebut dapat diibaratkan dengan KTP (Kartu Tanda Penduduk). KTP adalah kartu yang memuat identitas pemegangnya seperti nama, alamat, tanggal lahir, dll. KTP ini sangat berguna ketika seseorang ingin memberitahu orang yang membutuhkan informasi ini siapa dirinya. Jadi kalau soal

komunikasi, itu menjadi sangat penting. Demikianlah manusia mengetahui atau mengalami siapa dia dan siapa saya . (Adler dan Rodman, 2003)

c) Memenuhi Kebutuhan Sosial.

Komunikasi dapat membantu seseorang memenuhi kebutuhan sosialnya, seperti mengisi waktu luang, kebutuhan untuk dicintai, kebutuhan untuk diikutsertakan, kebutuhan untuk menyingkirkan masalah yang kompleks, kebutuhan untuk bersantai dan mengendalikan diri atau orang lain. .

d) Memenuhi Kebutuhan Praktis.

Salah satu fungsi utama komunikasi adalah memungkinkan kita memenuhi berbagai kebutuhan latihan sehari-hari. Bagi kami, komunikasi tampaknya menjadi kunci yang membuka kemampuan kami untuk memenuhi kebutuhan praktis saat kami berinteraksi dengan orang lain. .

3. Jenis Komunikasi Perusahaan

Pada umumnya setiap orang dapat berkomunikasi satu sama lain, tidak hanya makhluk individu, tetapi juga makhluk sosial yang selalu memiliki kebutuhan untuk berkomunikasi satu sama lain. Namun, karena tidak semua orang dapat berkomunikasi, diperlukan berbagai cara untuk menyampaikan informasi. Berdasarkan cara menyampaikan informasi dapat dibedakan menjadi komunikasi verbal dan non verbal sebagai berikut:

1. Komunikasi verbal (Lisan)

- a) Yang terjadi secara langsung serta tidak dibatasi oleh jarak ,dimana kedua belah pihak dapat bertatap muka. Contohnya dialog dua orang.
- b) Yang terjadi secara tidak langsung akibat dibatasi oleh jarak. contohnya komunikasi lewat telepon.

2. Komunikasi nonverbal (Tertulis)

- a) Naskah, yang biasanya digunakan untuk menyampaikan kabar yang bersifat kompleks.
- b) Gambar dan foto akibat tidak bisa dilukiskan dengan kata-kata atau kalimat.

4. Indikator Komunikasi Perusahaan

Didalam kehidupan perkantoran, komunikasi efektif menjadi sebuah kebutuhan. Komunikasi yang efektif sangat membantu peningkatan kinerja dan ketepatan dalam penyelesaian suatu urusan. Menurut Suranto AW (2010:105), ada beberapa indikator komunikasi yang efektif, antara lain :

a) Pemahaman.

Pemahaman adalah kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator.

b) Kesenangan.

Apabila proses komunikasi tidak hanya berhasil menyampaikan informasi, juga dapat berlangsung dalam suasana yang

menyenangkan bagi kedua belah pihak. Padahal, tujuan komunikasi bukan hanya acara berita, tetapi juga untuk berinteraksi dengan cara yang menyenangkan untuk mempromosikan hubungan antarmanusia. .

c) Pengaruh pada sikap.

Komunikasi dikatakan mempengaruhi sikap ketika sikap penerima berubah sesuai dengan makna pesan. Mempengaruhi orang lain adalah bagian dari kehidupan sehari-hari di kantor. Dalam berbagai situasi, kita berusaha mempengaruhi sikap orang lain dan membuat orang lain berperilaku positif sesuai keinginan kita. .

d) Hubungan yang semakin baik.

Proses komunikasi yang sangat efektif secara tidak sengaja menaikkan tingkat hubungan manusia. Di kantor-kantor sering terjadi bahwa komunikasi tidak hanya tentang menyampaikan informasi atau mempengaruhi sikap, tetapi terkadang Anda juga ingin membangun hubungan yang baik. .

e) Tindakan.

Kedua pihak yang berkomunikasi bertindak berdasarkan pesan yang dikirimkan. Komunikasi yang efektif memerlukan kepekaan seseorang terhadap situasi dan kondisi yang ada, bahkan kegagalan suatu organisasi berkaitan dengan komunikasi yang buruk akibat kurangnya perhatian pendengar.

5. Proses Komunikasi dalam Perusahaan

Istilah proses komunikasi pada dasarnya menjelaskan bagaimana komunikasi berlangsung dalam fase-fase yang berbeda, yang berkesinambungan, bergantian dan tidak terputus dalam penyampaian pesan. Proses komunikasi merupakan proses dua arah, karena pengirim dan penerima pesan saling mempengaruhi. Melalui proses komunikasi, dapat ditentukan keputusan apa yang akan diambil oleh masing-masing individu atau kelompok tentang langkah atau hasil apa yang akan dicapai di masa depan, karena komunikasi dapat bertindak sebagai panduan untuk memutuskan apakah kerjasama dapat dilakukan atau tidak.

Komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan manusia karena komunikasi dibangun sebagai mekanisme pengaturan diri manusia. Mekanisme pengaturan diri adalah alat bagi orang untuk membantu mereka mengenali dan menanggapi hal-hal yang mengancam keberadaan mereka .

6. Komunikasi sebagai Kebutuhan Perusahaan

Setiap pesan yang dikirimkan dalam komunikasi bisnis memiliki alasan tertentu mengapa dikirim dan diterima oleh orang-orang tertentu dalam komunitas organisasi. Menurut Muhammad (1995:99) komunikasi korporat mengemban beberapa fungsi utama sehubungan dengan tugas-tugas kemanusiaan dan pembaharuan dalam perusahaan, yaitu:

- a) Pesan tugas, yaitu Komunikasi yang berkaitan dengan pelaksanaan tugas keorganisasian para anggota organisasi. Pesannya termasuk memberi tahu bawahan untuk memungkinkan mereka melakukan tugas secara efektif seperti pelatihan, kepemimpinan, penetapan tujuan, produktivitas, dll. .
- b) Pesan pemeliharaan, yaitu Pesan yang terkait dengan kebijakan dan kesepakatan organisasi. Pesan-pesan ini mencakup peraturan, perintah, prosedur, aturan, dan kontrol yang diperlukan untuk memfasilitasi pergerakan organisasi untuk mencapai hasil sistem.
- c) Pesan kemanusiaan, yaitu Pesan ini ditujukan kepada orang-orang dalam organisasi mengingat sikap mereka dan berkisar pada hubungan interpersonal, perasaan pemahaman diri dan moralitas. Kategori pesan ini mencakup penghargaan atas hasil yang dicapai, penyelesaian konflik dan kepemimpinan di antara individu atau kelompok kegiatan informal. .
- d) Pesan pembaharuan, yaitu pesan yang memungkinkan organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan. Itu sebabnya organisasi membuat rencana baru, kegiatan baru, program baru, proyek baru, dan juga proposal baru. .

Komunikasi dalam organisasi memerlukan pemahaman yang jelas dan harus efektif tentang kebutuhan orang-orang dalam organisasi, hal ini diperlukan agar organisasi berjalan dengan efektif dan efisien.

2.2.3 Loyalitas Karyawan

1. Pengertian Loyalitas Karyawan

Menurut Meyer & Herscovits (Oei, 2010), loyalitas adalah keadaan psikologis yang mengikat karyawan dan perusahaannya. Artinya kondisi psikologis ini membuat karyawan merasa menjadi bagian dari organisasi. Loyalitas tidak hanya terbatas pada cara anggota bertahan, tetapi juga pada perasaan menjadi bagian dari organisasi sehingga karyawan dapat melakukan pekerjaannya dengan lebih baik. Dalam hal ini loyalitas juga dapat diartikan sebagai tekad dan kemampuan seseorang untuk mengikuti, melaksanakan dan mengamalkan sesuatu dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab (Chaerudin, et al., 2020).

Kemudian Iskandar & Yuhansyah (2018) mengatakan bahwa loyalitas adalah kesetiaan seorang pegawai terhadap kantor tempatnya bekerja. Meliputi loyalitas terhadap jabatan, pekerjaan dan organisasi. Pegawai harus selalu setia dan membela kepentingan instansi dalam segala keadaan. Karena kesetiaan pada agensi adalah nilai yang paling utama. Menurut Bambang (2014), loyalitas didefinisikan sebagai loyalitas ketika seseorang hanya ingin bekerja pada suatu perusahaan sampai pensiun karena mereka percaya bahwa perusahaan atau instansi tempat mereka bekerja akan menjaga karir dan kesejahteraan mereka.

Chairina (2019) mendefinisikan loyalitas sebagai loyalitas yang tercermin dari kesediaan karyawan untuk menjaga dan mempertahankan organisasi agar tidak dirusak oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab, baik di dalam maupun di luar pekerjaan. Umar (2019) Kesetiaan secara tradisional dipahami sebagai sesuatu yang menciptakan dirinya sendiri. Ketika seseorang bergabung dengan suatu jabatan, otomatis mereka loyal, tetap setia pada organisasi dan melakukan yang terbaik untuk organisasi. Di sisi lain diasumsikan bahwa organisasi selalu memperhatikan perkembangan karyawan dan menyediakan apa yang diperlukan.

Kemudian menurut Octavia (2019), loyalitas kerja diartikan sebagai dasar dan arah perilaku kerja, yaitu keinginan untuk mengejar dan menindaklanjuti isu-isu menarik. Menurut Walker (Umar, 2019), loyalitas didefinisikan sebagai karyawan yang puas yang tetap setia ketika mereka melihat bahwa perusahaan menawarkan kesempatan untuk belajar dan berkembang, sambil memberikan jalur karir yang jelas yang dapat mereka capai.

Menurut Yuliana (2022), loyalitas berarti patuh dan setia mengikuti seseorang, suatu sistem atau aturan. Dan satu hal yang tidak bisa dibeli dengan uang. Disini tentunya peran dan tanggung jawab supervisor yang sesungguhnya, segala sikap, keputusan dan tindakan supervisor sangat berpengaruh bahkan berperan, sehingga dapat berperan sebagai pendamping fungsi dan motivasi karyawan sebagai

keseluruhan dalam bentuknya. dan tugas pekerjaan positif yang dapat meningkatkan moral karyawan dan kepuasan kerja, bahkan loyalitas.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa loyalitas adalah keadaan psikologis yang memaksa seorang karyawan dan perusahaannya untuk tetap tinggal, tetapi juga bagaimana seseorang merasa menjadi bagian dari organisasi dan hal-hal yang mengikat, termasuk kesetiaan terhadap pekerjaan, setia dipatuhi dan dipatuhi. dipatuhi, posisi dan posisi. sebuah organisasi dimana karyawan juga ingin menjaga dan mempertahankan organisasi agar tidak dirusak oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab di dalam dan di luar pekerjaan. .

2. Ciri-Ciri Loyalitas Karyawan

Penjabaran sikap setia kepada perusahaan menurut Poerwopoespito (2000) antara lain adalah :

a) Kejujuran

Kejujuran memiliki banyak dimensi dan area. Dalam konteks loyalitas perusahaan, ketidakjujuran perusahaan merugikan banyak orang, tidak hanya perusahaan, tetapi pemilik, manajer, karyawan, keluarga pekerja, masyarakat, pemasok dan lain-lain. .

b) Mempunyai rasa memiliki perusahaan

Menciptakan pemahaman bahwa karyawan merasa menjadi bagian dari perusahaan berarti memahami bahwa perusahaan adalah sebuah badan imajiner yang semua anggotanya terlibat. .

c) Mengerti kesulitan perusahaan

Sadarilah bahwa apa yang terbaik bagi perusahaan adalah juga yang terbaik bagi karyawan. Dan apa yang terbaik untuk karyawan belum tentu terbaik untuk perusahaan. Cara cerdas agar karyawan memahami dan memahami kesulitan perusahaan adalah dengan bahu membahu membantu perusahaan pulih, daripada keluar dan langsung pindah ke perusahaan lain.

d) Bekerja lebih dari yang diminta perusahaan

Sepertinya sulit karena mengerjakan job description saja sudah sulit, apalagi yang lainnya. Melampaui kebutuhan bisnis adalah konsep yang hebat dan memberikan hasil yang sangat besar bagi masing-masing karyawan dalam jangka panjang. Bisnis bisa bangkrut, tetapi orang yang kompeten dan kompetitif tidak mungkin bangkrut .

e) Menciptakan suasana yang menyenangkan di perusahaan

Suasana yang tidak kondusif sangat mempengaruhi kinerja karyawan yang berujung pada produktivitas. Alat yang paling penting dari perusahaan adalah manajer. Semakin tinggi jabatan manajer, semakin besar pengaruhnya terhadap suasana di perusahaan, karena ia memiliki kekuasaan dan wewenang yang lebih besar.

f) Menyimpan rahasia perusahaan

Rahasia perusahaan adalah segala data atau informasi dari perusahaan yang dapat digunakan oleh pihak lain, terutama kompetitor untuk perusahaan.

g) Menjaga dan meninggikan citra perusahaan

Merupakan kewajiban setiap karyawan untuk menjaga citra positif perusahaan. Jika citra perusahaan positif, maka citra pribadi setiap individu karyawan secara logika juga akan berpengaruh positif .

h) Tidak apriori terhadap perubahan.

Perubahan pada dasarnya adalah hukum alam. Anda tidak bisa menolak perubahan dan tidak ada pilihan selain terus menjadi bagian dari perubahan. Karena melawan perubahan dengan selalu melihat kesuksesan dan prestasi masa lalu sama dengan melawan hukum alam. .

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Karyawan

Menurut Jusuf (2010) faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas karyawan sebagai berikut :

1) Faktor Rasional.

Menyangkut hal-hal yang bisa dijelaskan secara logis, seperti: gaji, bonus, jenjang karir dan fasilitas-fasilitas yang diberikan lembaga kepada karyawan.

2. Faktor Emosional.

Perasaan atau ekspresi diri seperti pekerjaan yang menantang, lingkungan kerja yang menggairahkan, rasa aman bahwa perusahaan adalah tempat kerja jangka panjang, pemimpin yang karismatik, pekerjaan yang membanggakan, penghargaan perusahaan dan budaya kerja. .

3. Faktor Kepribadian.

Menyangkut sifat, karakter, tempramen yang dimiliki oleh karyawan.

4. Indikasi Turunnya Loyalitas Karyawan

Menurut Nitisemito (1991) Indikasi-indikasi turunnya loyalitas karyawan antara lain :

a) Rendahnya produktivitas kerja

Turunnya produktivitas tenaga kerja dapat diukur atau dibandingkan dengan periode sebelumnya. Produktivitas kerja yang berkurang ini mungkin karena kemalasan atau keterlambatan kerja.

b) Tingkat absensi yang naik

Secara umum, jika loyalitas dan etos kerja karyawan memburuk, karyawan akan enggan masuk kerja setiap hari. Jika gejala peningkatan ketidakhadiran terjadi, hal ini harus segera dijelaskan .

5. Pengertian Loyalitas Karyawan

Langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk memperbaiki atau meningkatkan loyalitas menurut Soetjipto (dalam Saydam, 2000) antara lain :

- a) Kami memeriksa semua posisi dan tugas di perusahaan dan membuat deskripsi pekerjaan yang benar
- b) Manajer harus lebih memperhatikan kepuasan karyawan
- c) Melibatkan karyawan dalam berbagai kursus pelatihan tergantung pada keahlian mereka
- d) Meningkatkan kualitas sistem evaluasi kinerja karyawan
- e) Memperbaiki sistem kompensasi sehingga mencerminkan keadilan eksternal
- f) Meningkatkan komunikasi internal perusahaan dalam rangka memberikan umpan balik atas hasil kerja

6. Aspek-Aspek Loyalitas Karyawan

Menurut Steers & Porter (2003) dalam Loyalitas memiliki 3 dimensi yang berkaitan dengan sikap karyawan dan merupakan proses psikologis yang terciptanya loyalitas kerja dalam suatu organisasi, antara lain:

- a) Keinginan yang kuat untuk tetap menjadi anggota perusahaan.
Kekuatan aspek ini sangat dipengaruhi oleh keadaan individu, baik kebutuhan individu, tujuan maupun kesesuaian organisasi.

- b) Keinginan untuk berusaha semaksimal mungkin bagi perusahaan.
Kesamaan persepsi karyawan dan perusahaan yang didukung oleh kesamaan tujuan dalam perusahaan menimbulkan keinginan yang kuat untuk berusaha semaksimal mungkin, karena secara pribadi perusahaan juga harus mewujudkannya.
- c) Beberapa kepercayaan dan penerimaan penuh terhadap nilai-nilai perusahaan. Keamanan kepercayaan yang ditunjukkan oleh karyawan dihasilkan dari kegiatan operasional perusahaan, yang tidak dapat dipisahkan dari kepercayaan yang dimiliki perusahaan terhadap karyawan itu sendiri.

7. Indikator Loyalitas Karyawan

Menurut Jaya (2011) dalam Rahma dan Novita, Loyalitas berarti kesediaan untuk memperpanjang ikatan dengan organisasi, bahkan jika perlu untuk melepaskan kepentingan sendiri tanpa mengharapkan imbalan apa pun. Menurut Soegandhi et al (2013) loyalitas memiliki 6 indikator sebagai berikut :

- a) Taat pada peraturan
- b) Tanggung jawab pada perusahaan
- c) Kemauan untuk bekerja sama
- d) Rasa memiliki
- e) Hubungan antar pribadi
- f) Kesukaan terhadap pekerjaan

2.3 Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan Budaya Perusahaan Dan Loyalitas Karyawan

Budaya organisasi pada intinya adalah filosofi inti organisasi dalam hal keyakinan, norma, dan nilai-nilai yang menjadi ciri organisasi. Tingkat kepatuhan karyawan terhadap lingkungan organisasi menunjukkan tingkat asimilasi budaya organisasi sebagai nilai dan keyakinan bersama sebagai pribadi (Ardiansyah & Andri) dalam Sardika Qorfianalda (2021). Dalam penelitian Asriandi, dkk (2018) menghasilkan temuan yang sama dimana budaya organisasi berpengaruh positif terhadap loyalitas kerja karyawan. Hal ini menjadi landasan untuk menduga bahwa semakin kuat budaya organisasi yang dimiliki karyawan Auto 2000 Jombang semakin tinggi pula loyalitas kerjanya.

H1 : Budaya Perusahaan Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Loyalitas Karyawan.

2. Hubungan Komunikasi Dan Loyalitas Karyawan

Komunikasi merupakan hal yang penting dalam sebuah perusahaan, misalnya ketika karyawan terlibat dalam pengambilan keputusan maka loyalitas karyawan terhadap perusahaan akan meningkat. Berdasarkan penelitian Ayu Praga, dkk (2020) yang menyatakan bahwa komunikasi berpengaruh terhadap loyalitas karyawan positif dan signifikan berdasarkan analisis hasil penelitian ini.

H2 : Komunikasi Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Loyalitas Karyawan.

3. Hubungan Budaya Perusahaan dan Komunikasi Terhadap Loyalitas Karyawan

Loyalitas karyawan merupakan salah satu sumber untuk mencapai suatu tujuan perusahaan. Menurut Hasibuan dalam Melino dan Fahmi (2019) bahwa Loyalitas atau kesetiaan merupakan salah satu unsur yang digunakan dalam penilaian karyawan yang mencakup kesetiaan terhadap pekerjaan dan jabatannya dan organisasi.