



PENGARUH IKLIM KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN WARALABA

Joachim Lumban Toruan

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik,

Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan waralaba fastfood Popeyes Grand Wisata berdasarkan aspek Kepercayaan, Pengambilan keputusan bersama, Kejujuran, Komunikasi upward & downward dan yang terakhir yaitu perhatian berkinerja. Teori yang digunakan adalah teori Iklim Komunikasi Organisasi, dimana pada teori ini berasumsi bahwa aspek-aspek iklim komunikasi organisasi dan penekanan pada individu akan meningkatkan produktivitas kinerja anggota Perusahaan maupun organisasi. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan penarikan sampel menggunakan metode Non Probability Sampling dengan teknik sampling jenuh.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Iklim Komunikasi Organisasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan. Temuan lainnya mengungkapkan bahwa nilai pengaruh iklim komunikasi organisasi cukup tinggi dengan nilai sebesar 87,9% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada di dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Iklim Komunikasi Organisasi, Kinerja Karyawan, Waralaba Fastfood.

PENDAHULUAN

Komunikasi adalah bagian penting dari suatu organisasi. Bagaimana pemimpin dan anggota organisasi berkomunikasi berpengaruh pada seberapa baik organisasi beroperasi. Hubungan antar pimpinan dan anggota

mempengaruhi efektivitas bahkan kinerja perusahaan maka dari itu komunikasi harus tetap terjaga agar efektivitas organisasi tetap terjaga.

Kinerja karyawan sangat berpengaruh pada tujuan perusahaan semakin rendah kinerja karyawan

*Correspondence Address : Joachim.lumbantoruan@gmail.com

DOI : 10.31604/jips.v12i4.2025. 1587-1590

© 2025UM-Tapsel Press

semakin tidak tercapai juga tujuan perusahaan. Tingkat kinerja karyawan yang tinggi akan membantu perusahaan mencapai tujuannya. (Deswanti, 2023)..

Waralaba (franchise) adalah perikatan antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dimana Penerima Waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba dengan sejumlah kewajiban konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba. Popeyes merupakan Restoran makanan cepat saji yang berasal New Orleans, Louisiana, Amerika Serikat restoran cepat saji yang terkenal dengan ayam goreng gaya Louisiana (Louisiana-style fried chicken) yang didirikan pada tahun 1972 oleh Al Copeland. Merek ini terkenal dengan ayam goreng yang dibumbui rempah-rempah Cajun khas Louisiana, yang memberikan cita rasa pedas dan renyah yang unik.

METODE PENELITIAN

Penelitian kali ini merupakan penelitian survey menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Menurut Kerlinger (Sugiyono, 2012) Penelitian survey melibatkan populasi dengan skala besar maupun kecil. Data yang dikumpulkan untuk penelitian ini disebut sampel populasi, dan digunakan untuk mengeksplorasi hubungan antara variabel sosiologis dan psikologis dan distribusi mereka. Dalam pendekatan kuantitatif, instrumen penelitian yang biasanya digunakan adalah kuesioner. seperti yang diungkapkan oleh (Anufia, 2019).

Penelitian kuantitatif menggunakan alat pengumpulan data untuk mengumpulkan data. Alat ini

biasanya disebut kuisioner dan digunakan untuk mengukur peristiwa atau kejadian dan mengumpulkan informasi tentang subjek penelitian. (Dewi & Sudaryanto, 2020)

Teknik analisis data yang diterapkan pada penelitian kali ini adalah menggunakan analisis regresi linear sederhana dimana analisis data ini ingin menguji apakah ada pengaruh antara variabel X dengan variabel Y. Paradigma yang dipakai didalam penelitian ini adalah paradigma positivisme, paradigma postivisme memiliki salah satu asumsi dasar yaitu bahwasannya realitas sosial memiliki hukum sebab-akibat, dalam konteks penelitian ilmu sosial ini bisa dipakai dalam rangka untuk memprediksi kejadian yang akan terjadi dengan teori yang sebelumnya sudah ditemukan. Dengan demikian masyarakat memiliki kemungkinan untuk meneliti dan memperkirakan kemungkinan yang akan terjadi dengan meneliti menggunakan paradigma positivisme (Yuhlrtiana, 2008).

Menurut (Ghozali 2016) Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi variabel independen dan dependen adalah normal. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau hampir normal. Untuk menguji normalitas dalam penelitian ini menggunakan One Sample Sollgolmorov Sminolv Test. Dasar pengembalian kelputusannya adalah jika $2\text{-tailed} > 0,05$, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan sebaliknya Uji Test (Uji Secara Parsial)

Uji T dalam penelitian ini untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel belbasnya (Kelpelrcayaan, Pelngambilan kelputusan belrsama, Kejujuran, Komunikasi upward & dolwnward, Pelrhatian telrhada belrkinelrja tinggi) selcara masing-masing telrhada variabel telrikatnya (Kinelrja Pelngurus).

Dasar pengambilan keputusan dalam penelitian ini yaitu (Sriwahyuni, 2020):

- Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan gambar diatas mengenai hasil dari uji normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2- tailed) sebesar 0,200, maka hal ini menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal karena nilai Signifikansi nya lebih besar $0,200 > 0,05$. Hasil penelitian dapat disajikan dengan dukungan tabel, grafik atau gambar sesuai kebutuhan, untuk memperjelas penyajian hasil secara verbal. Judul tabel dan grafik atau keterangan gambar disusun dalam bentuk frase (bukan kalimat) secara ringkas.

SIMPULAN

1. Hasil pengolahan data pada SPSS 29.0 Version pada sub-variabel X1 (Kepercayaan) didapatkan nilai signifikansi kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0.020, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel kepercayaan dalam iklim komunikasi organisasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja Karyawan pada waralaba fastfood Popeyes Grand Wisata.

2. Hasil pengolahan data pada SPSS 29.0 Version pada sub-variabel X2 (Pembuatan keputusan bersama) didapatkan nilai signifikansi kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0.008, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel Pembuatan keputusan

bersama dalam iklim komunikasi organisasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja Karyawan pada waralaba fastfood Popeyes Grand Wisata.

3. Hasil pengolahan data pada SPSS 29.0 Version pada sub-variabel X3 (Kejujuran) didapatkan nilai signifikansi kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0.001, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel Kejujuran dalam iklim komunikasi organisasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja Karyawan pada waralaba fastfood Popeyes Grand Wisata.

4. Hasil pengolahan data pada SPSS 29.0 Version pada sub-variabel X4 (Komunikasi Upward & Downward) didapatkan nilai signifikansi kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0.037, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel Komunikasi Upward & Downward dalam iklim komunikasi organisasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja Karyawan pada waralaba fastfood Popeyes Grand Wisata.

5. Hasil pengolahan data pada SPSS 29.0 Version pada sub-variabel X5 (Perhatian terhadap berkinerja tinggi) didapatkan nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 yaitu sebesar 0.040, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti variabel Komunikasi Upward & Downward dalam iklim komunikasi organisasi berpengaruh tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja Karyawan pada waralaba fastfood Popeyes Grand Wisata.

DAFTAR PUSTAKA

Al-fashli, S. H. (2010). Iklim Komunikasi Organisasi Perpustakaan Universitas Indonesia. [https://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20160816-RB13S29i-Iklim komunikasi.pdf](https://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20160816-RB13S29i-Iklim%20komunikasi.pdf)

Alexandro Hutagalung, B. (2022). Analisa Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi

Kinerja Pegawai: Kompetensi, Motivasi Dan Lingkungan Kerja (Penelitian Literature Review Manajemen Sumber Daya Manusia). Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 3(1), 201–210.

<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.866>Suharyanto, A. (2016). Pusat Aktivitas Ritual Kepercayaan Parmalim di Huta Tinggi Laguboti, *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA*, 4 (2): 182-195.

Azwina, D., & Yusuf, S. (2020). Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Gapa Citramandiri, Radio Dalam – Jakarta Selatan. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(1), 28–43.

Badawi. (2023). Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pengurus Organisasi PMK UNSIKA.

Deswanti, A. I., Asbari, M., Novitasari, D., & Purwanto, A. (2023). Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Pengalaman Kerja terhadap Kinerja Karyawan : Narrative Literature Review. 02(03), 34–40. Contoh:

Saputro, U. G., Basuki, I. A., & Anggraini, A. E. (2023). Primary : Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar Volume 12 Nomor 3 Juni 2023 Analysis of Elementary Students ' Public Speaking Skills Primary : Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar Volume 12 Nomor 3 Juni 2023. 12, 576–583.

Sihaloho, R. D., & Siregar, H. (2020). Pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan Pada PT. Super setia sagita medan. *Jurnal Ilmiah Socio Secretum*, 9(2), 273–281.

Siregar, R. T., Enas, U., Putri, D. E., Hasbi, I., Ummah, A. H., Arifuddin, O., Hanika, I. M., Zusrony, E., Chairunnisah, R., Ismainar, H., Syamsuriansyah, Bairizki, A., Lestari, A. S., & Utami, M. M. (2021). Komunikasi Organisasi. In Widina Bhakti Persada Bandung. Contoh: