

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Pengaruh Komunikasi Internal Terhadap Kinerja Karyawan

Dari hasil statistika sebelumnya dapat di ketahui bahwa ada beberapa nilai loading yang tidak valid atau tidak dapat berkorelasi dengan item score lainnya. Seperti X1 menunjukkan nilai 0,470 sebenarnya hampir mendekati angka 0,50 berarti responden hampir setuju dengan pernyataan tersebut, namun pemimpin sebagian besar tidak memberikan intruksi yang jelas pada saat menjalankan tugas. Selain itu pada item X2 nilai score sangat rendah yaitu hanya 0,362. Sehingga item score pertanyaan tersebut berkorelasi rendah dengan item lainnya. Item X6 menunjukkan angka 0,270 begitu juga dengan item score X15 dan X16 yaitu 0,126 dan 0,160. Hal ini berarti item item tersebut tidak berkorelasi dengan yang lainnya dan membuat tidak valid, selain itu ketika peneliti mengambil data responden tidak secara murni memberikan pendapat mereka secara individu. Para responden masih tergantung dengan rekan kerjanya sehingga lebih memilih pertanyaan disamakan saja semuanya, responden merasa mereka satu divisi sehingga jawaban tidak akan jauh berbeda. Fakta yang seperti ini memberikan jawaban jawaban yang tidak beragam sehingga data bersifat homogen semua dan tidak ada perbedaan pernyataan antara satu dan responden lainnya.

Hasil pengujian hipotesis yang pertama menunjukkan pengaruh komunikasi internal terhadap kinerja karyawan menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,349 nilai t sebesar 3,025 berarti nilai lebih besar dari t tabel 1,96. Hal ini berarti komunikasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Seperti yang diketahui komunikasi sangat dibutuhkan dalam organisasi. Menurut Thayer (dalam Hardjana, 2016:129) sistem ini dibutuhkan oleh setiap organisasi untuk menjalankan fungsi-fungsi internal dan eksternal organisasi, yang berpengaruh pada kemampuan organisasi

untuk mencapai tujuan dan memelihara perkembangan. Untuk organisasi yang besar, adalah penting untuk merancang sistem komunikasi yang sekaligus dapat membuat organisasi mampu menangani lingkungan, memelihara kerja fungsi internal, dan mengerti dan mampu melakukan perubahan yang dibutuhkan atau yang cocok. Selain itu peran seorang eksekutif atau disebut pimpinan harus dapat membangun, memelihara sebuah komunikasi yang efektif, serta meningkatkan produktivitas kerja anggota organisasi, pemimpin harus merumuskan dan menentukan arah tujuan organisasi. Dari hasil kuesioner bisa diketahui cukup banyak karyawan masih tidak setuju dengan bahwa pimpinan mendengarkan saran dari karyawan direalisasikan, hal ini juga pasti kepala divisi dan manager memiliki kebijakan sendiri, untuk langsung menjalankan saran tersebut atau menimbang dahulu.

Dalam hal ini hortimart Agro center masing kurang dalam membangun komunikasi internal antara pimpinan dan karyawan, pada doktrin tujuan organisasi misalnya pemimpin atau atasan tidak memiliki visi dan misi yang harus di sampaikan ke karyawan selain itu menekankan seberapa pentingnya perusahaan di mata masyarakat juga masing sangat kurang. Padahal menurut Cutlip, center dan Broom (2009), (dalam Ruliana, 2016:102) menyatakan komunikasi internal yang berlangsung dalam organisasi didasarkan pada pernyataan visi dan pernyataan misi organisasi. Istilah pernyataan visi dan misi saling terkait erat, akan tetapi perbedaannya adalah jika visi (*vision statements*) memberikan gambaran tentang tujuan organisasi dalam pebgertian yang luas. Sementara pernyataan visi merupakan titik awal untuk menyusun pernyataan misi organisasi secara spesifik dan operasional. Pernyataan misi membantu karyawan menentukan prioritas dan tujuan sehingga organisasi berkomitmen untuk mencapai misi yang dinyatakan dalam pernyataan tersebut.

Selain itu struktur organisasi sangat penting untuk dicantumkan di perusahaan, di dalam skema organisasi akan terlihat penempatan tugas yang paling atas sampai dengan paling bawah. Struktur deskripsi organisasi ini menggambarkan informasi atau pesan kepemimpinan serta

menunjukkan hirarki hubungan wewenang dan tanggung jawab dari setiap unit, komunikasi pekerjaan yang saling berinteraksi satu sama lain melalui komunikasi guna mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Di Hortimart Agro Center masih belum menunjukkan skema organisasi sehingga ini bisa menjadi bahan evaluasi kedepannya, para karyawan hanya tahu mereka di atasi oleh Manager, selain itu untuk kepala divisi mereka tidak mengetahui. Padahal kepala divisi akan lebih mempermudah untuk menyampaikan informasi dari pimpinan ke bawahan lainnya, informasi yang diterima akan lebih valid. Kepala divisi sangat bisa membantu untuk selalu memotivasi team kerjanya dan dapat mengendalikan organisasi yang sedang menghadapi masalah di divisi atau di perusahaan. Hal ini juga berguna dengan kerja sama tim dan dapat melatih komunikasi sesama karyawan. Seperti yang ada pada teori sebelumnya ada Kendali organisasi yang terjadi di Hortimart seperti kendali sederhana yaitu manager saat mengawasi karyawannya melakukan tugas seperti packing buah atau melayani pelanggan. Kemudian kendali teknis seperti mesin press udara, komputer untuk transaksi dikasir dan berbagai alat yang membantu semua pekerjaan di Hortimart atau menggunakan chat grup di *whatsapp* agar pemimpin mengetahui laporan laporan terkini dari divisi, sehingga tidak harus bertemu namun cukup lewat *mobile phone*. Kendali birokrasi masih kurang dirasakan di Hortimart seperti tidak adanya peraturan yang ditempel untuk tata tertib karyawan, bahkan belum ada training rutin untuk beberapa divisi tapi upah untuk lembur para karyawan yang rutin dilaksanakan karena merupakan kebijakan perusahaan. Kendali kultural yang terjadi adalah kerjasama yang kuat antar karyawan di divisi hal ini secara tidak sengaja terbentuk karena dorongan dari individu untuk lebih membanfun koneksi yang kuat antar personal dan menciptakan perasaan yang loyalitas terhadap perusahaan. Kemudian bentuk kendali yang terlihat di Hortimart adalah kendali konsertif (*concertive control*) dimana seorang manager menggunakan hubungan interpersonal dan kerja sama tim sebagai cara kendali di perusahaan. Di Hortimart meskipun struktur organisasi dan visi misi yang belum ditekankan secara

menyeluruh bahkan mungkin tidak terlihat secara visualnya tetapi setiap karyawan mengetahui bahwa mereka adalah satu tim dan memiliki tanggung jawab untuk pencapaian bersama dan memiliki misi kedepannya. Terlihat setiap karyawan hanya patuh terhadap satu manager padahal mereka memiliki kepala divisi yang juga merupakan pemimpin. Namun selain kendali konsertif di Hortimart yang terlihat di lapangan bahwa tercapainya empat cara dalam kendali disipliner.

Pertama melibatkan kendali yang tidak menonjol, saat seperti menggunakan seragam yang sesuai pada setiap harinya, jam kerja bahkan jam istirahat perusahaan semuanya secara tidak langsung mentaati hal tersebut dan menjadikan kebiasaan mereka di perusahaan. Padahal aturan aturan tersebut tidak tertulis dan peraturan perusahaan saja tidak di pajang pada area tertentu.

Kedua disiplin dihasilkan secara kolaboratif, di Hortimart setiap divisi bekerja sama untuk menciptakan sebuah kegiatan yang harus menjadi *goals* mereka, seperti menciptakan kegiatan wisata baru yang menarik perhatian pengunjung. Divisi Agro Tour misalnya, mereka selalu berupaya menciptakan inovasi-inovasi baru untuk meningkatkan pendapatan padahal mereka tidak tahu apa visi dan misi perusahaan yang ingin di capai kedepannya. Kurangnya doktrin tujuan organisasi juga menjadi kelemahan bagi perusahaan ini sehingga setiap divisi tidak memiliki pondasi yang kuat dalam menjalankan setiap tugas mereka.

Ketiga kendali merupakan bagian dari hubungan sosial hal ini terjadi ketika setiap divisi menjadi solid sehingga memunculkan aturan aturan yang tidak tertulis namun tetap menghasilkan kegiatan yang ternomalkan, seperti memberikan saran kepada pimpinan seharusnya Hortimart menyiapkan sarana ini dengan baik sehingga karyawan yang memiliki argument bisa tersampaikan dengan baik pula. Bahkan setiap divisi juga memiliki grup *chatting*

menggunakan aplikasi *whatsapp*, ada beberapa hal yang tidak bisa langsung dibicarakan di grup sehingga harus mendiskusikan lagi dengan rekan kerja.

Keempat cara kendali yang paling efektif didasarkan pada nilai-nilai mendorong anggota organisasi hal yang paling dasar mereka perjuangkan adalah mendapatkan uang (gaji), waktu, pencapaian dan pemahaman kerja sama tim. Identitas pribadi mereka terbentuk karena mereka mulai memikirkan nilai-nilai dan cita-cita organisasi. Identifikasi ini membentuk asumsi dan perilaku anggota dan ini merupakan intisari kendali konsertif di mana para anggota dapat sama-sama berpikir dengan dasar pemikiran bersama.

Dari variabel kinerja karyawan ada indikator yang dijelaskan yaitu, inisiatif, pengeluaran efektif, kerja sama dan pengaruh diri. Dari indikator tersebut ada beberapa indikator yang berkorelasi dengan item lainnya atau tidak valid.

Maka dari itu beberapa divisi di Hortimart sangat membutuhkan kerjasama, hal ini bisa menjadi konsentrasi sendiri untuk pemimpin untuk lebih mengeratkan kerja sama akan tetapi memiliki kemandirian juga baik untuk kelangsungan divisi sehingga bisa diberikan pelatihan untuk setiap divisi. Agro Estate adalah divisi yang memiliki jumlah karyawan paling banyak karena langsung berhubungan dengan lahan dan kebanyakan responden dari divisi ini sangat mementingkan kerja sama atau memecahkan masalah bersama, seperti membersihkan lahan yang luas, memanen buah atau sayur bahkan melakukan perawatan pada lahan dan tanaman, perlunya ekstra tenaga dan pikiran sangat penting di Agro Estate karena tanggung jawab mereka sangat besar, apalagi daya jual Hortimart adalah tour keliling kebun dan petik buah, sehingga kerja sama Agro Estate dan Agro tour sangat penting.

Indikator kerja sama dan pengaruh diri memiliki nilai loading yang paling tinggi dari yang lainnya, sehingga item ini memiliki korelasi yang tinggi dengan item lainnya. Seperti yang diketahui divisi di Hortimart sangat menjunjung tinggi nilai kerja sama karena bergerak secara

divisi, selain itu karyawan di Hortimart juga sangat tahu untuk selalu bersikap positif di perusahaan sehingga memberikan dampak yang baik juga untuk pekerjaan dan sesama rekan kerja.

4.2 Pengaruh Komunikasi Internal Terhadap Inovasi

Pada hasil analisis statistik sebelumnya menjelaskan indikator-indikator yang di *take down* atau di buang karena tidak memenuhi nilai loading yaitu $> 0,70$ tapi karena penelitian tahap awal yang di ambil yaitu $>0,50$. Pada variabel inovasi (Z) memiliki tiga indikator yaitu inovasi produk, inovasi teknologi, dan inovasi organisasi. Dari hasil statistik sebelumnya bahwa ada beberapa nilai loading yang tidak valid atau tidak dapat berkorelasi dengan item score lainnya. Seperti item score **Z1** dengan nilai 0,229 dan **Z10** dengan nilai 0,450. Kedua item ini memiliki nilai yang sangat rendah dan tidak valid dengan item lainnya, sehingga kedua item tersebut di buang.

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan pengaruh komunikasi internal terhadap inovasi menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,606 nilai t sebesar 9,447 berarti nilai t lebih besar dari t tabel 1,96. Sehingga membuktikan bahwa komunikasi internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi.

Dalam penelitian Men (2015) menjelaskan bahwa komunikasi internal memiliki jalur sendiri untuk menunjukkan inovasi dan menumbuhkan perasaan positif karyawan saat pemimpin langsung berbicara secara personal atau melewati sosial media. Selain itu menurut (Verčiča, Verčičb, & Srirameshc, 2012) benefit komunikasi internal adalah meningkatkan level dari inovasi sendiri, meningkatkan produktivitas, mengurangi ketidakhadiran dan mengurangi kerugian dalam sebuah organisasi. Komunikasi internal sangat diperlukan dalam sebuah organisasi sehingga kreativitas yang muncul dari individu, bisa dibicarakan dan

didukung oleh pimpinan sehingga nantinya bisa menjadi sebuah inovasi terbaru untuk perusahaan. Komunikasi yang baik antara pimpinan dengan karyawan akan menciptakan suasana yang positif dalam pekerjaan, sehingga pimpinan harus bisa menentukan saluran yang tepat untuk menyalurkan ide-ide baru yang nantinya menjadi inovasi untuk kedepannya.

Bahkan menurut Welch (2012) Keterlibatan karyawan dinyatakan melalui pekerjaan fisik, kognitif, dan emosional yang positif kinerja peran memungkinkan organisasi untuk berinovasi dan bersaing dan memiliki implikasi komunikasi internal, untuk berkontribusi dalam keterlibatan, praktik organisasi komunikasi internal perusahaan diperlukan pertimbangan praktis dan teoritis untuk memungkinkan komunikasi yang dirasakan sesuai oleh karyawan.

Meskipun begitu masih banyak hasil dari jawaban responden bahwa mereka belum sepenuhnya ikut dalam menciptakan inovasi baru. Kebanyakan responden menjawab tersebut adalah mereka yang bekerja di Agro Estate karena mereka bekerja di lahan. Perusahaan harus memiliki program seperti pelatihan terhadap karyawan supaya mereka lebih menjadi kreatif dan menjadi bagian dari penciptaan inovasi tersebut.

4.3 Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Karyawan

Pada hasil statistika sebelumnya sudah dijelaskan ada beberapa indikator yang tidak berkorelasi dengan item lainnya. Pada variabel inovasi (Z) memiliki tiga indikator yaitu inovasi produk, inovasi teknologi, dan inovasi organisasi. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan pengaruh inovasi terhadap kinerja karyawan menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,487 nilai t sebesar 5,265 berarti nilai t lebih besar dari t tabel 1,96. Sehingga membuktikan bahwa komunikasi inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Indikator inovasi produk memiliki pernyataan tentang kontribusi karyawan terhadap penciptaan produk, mampu mengembangkan produk sebelumnya, serta terus berinovasi

untuk meningkatkan kualitas produk. Hasil responden cukup bervariasi Karena sebagian besar responden masih belum melakukan pernyataan-pernyataan tersebut. Mereka belum bisa berkontribusi dalam menciptakan produk terbaru atau memperkenalkan produk terbaru setiap tahunnya. Padahal Menurut Osman, Shariff, & Lajin (2016) inovasi produk sangat berkorelasi dengan kinerja karyawan, inovasi produk memberikan benefit untuk karyawan yang berkompeten dan memotivasi menciptakan alat bantu untuk mengatasi masalah baru dalam perusahaan, kreatif bisa terlahir jika di dukung lingkungan yang benar dan pemimpin yang mendukung. Menurut (Sadikoglu & Zehir, 2012) sumber daya manusia yang berkomitmen menghasilkan membangkitkan inovasi sebagai produk baru atau layanan dapat meningkatkan kinerja, dan kepuasan pelanggan secara langsung.

Selain inovasi produk ada juga inovasi teknologi. Inovasi teknologi memiliki pernyataan tentang menggunakan inovasi teknologi terbaru, inovasi teknologi sangat membantu pekerjaan, dan karyawan ikut mengembangkan teknologi di perusahaan. Semua responden kebanyakan menjawab setuju dan sangat setuju. sehingga diketahui bahwa inovasi teknologi sangat membantu pekerjaan karyawan selama ini, perlunya teknologi yang mampu menangani beberapa masalah di Hortimart sangat penting seperti alat packing produk buah, sayur bahkan cemilan atau makanan, selain itu teknologi yang membantu memproses makanan agar tidak cepat busuk, sehingga para konsumen tidak di kecewakan. Agro market contohnya mereka sangat memerlukan teknologi pendukung, karena Agro Market menjadi salah satu favorit pelanggan. Divisi ini menyiapkan buah segar, sayur, asinan buah bahkan produk olahan seperti jamu dan susu. Bisa di bayangkan jika divisi ini tidak memiliki alat seperti *freezer* atau mesin *press*, maka akan banyak bahan bahan yang terbuang dan busuk. Selain Agro market ada juga Agro estate, dimana karyawan bisa terbantu di lahan dengan adanya dukungan teknologi, penyemprot tanaman, dan alat untuk memanen. Sehingga inovasi teknologi sangat berguna untuk menunjang kinerja karyawan. Menurut Osman, Shariff, & Lajin (2016) bahwa inovasi

teknologi berkaitan erat dengan produk, servis dan produksi secara keseluruhan yang melibatkan teknologi yang sudah ada dengan pengetahuan baru. Inovasi ini membantu organisasi untuk belajar dan mencari ide baru, dan penelitian ini menemukan bahwa inovasi produk ini memberikan perubahan yang signifikan kedepannya untuk kinerja karyawan.

Pada indikator inovasi organisasi memiliki pernyataan tentang divisi selalu berinovasi dalam menciptakan terobosan baru, prosedur selalu diperbaharui, menerima informasi untuk mengembangkan kinerja, dan divisi memiliki rutinitas sendiri untuk mengeratkan kerja sama. Menurut Osman, Shariff, & Lajin (2016) inovasi organisasi dapat mengimplementasi metode dalam praktek bisnis perusahaan, tempat kerja, dan hubungan eksternal. Inovasi organisasi berhubungan dengan semua upaya administrasi dalam memperbaharui rutinitas, prosedur, dan mekanisme organisasi.

Hortimart atau setiap divisi harus terus berupaya dalam mengembangkan inovasi organisasi karena hasil dari proses ini sangat baik untuk kemajuan divisi bahkan perusahaan, seperti rutinitas setiap divisi, setiap divisi perlu kegiatan yang dapat membangkitkan suasana menyenangkan di dalam divisi, seperti pelatihan atau *gathering* hal ini bisa menghilangkan kejenuhan di kantor dan semakin mengeratkan tim. Munculnya organisasi yang selalu memiliki ide ide baru dan dipadukan dengan teknologi serta prosedur baru akan memberikan hal positif untuk semua karyawan, sehingga karyawan juga memiliki suasana baru di tempat kerja.

Inovasi ini bukan hanya untuk individu melainkan untuk perusahaan juga. Dari tiga inovasi ini Hortimart harus terus berupaya untuk mewujudkannya, selain itu pada indikator kinerja karyawan khususnya inisiatif bisa harus ditingkatkan yaitu bisa menjadi tolak ukur perusahaan untuk berinovasi terhadap elemen-elemen penting di perusahaannya. Begitu juga variabel inovasi menjadi variabel intervening dan melalui metode sobel dengan nilai sebesar 4.19134668, nilai ini lebih besar dari nilai t hitung yaitu 1,96 berarti variabel inovasi

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Selain itu juga intervening berpengaruh secara parsial yang artinya pengaruh variabel dependen terhadap variabel pemediasi signifikan dan pengaruh variabel independen terhadap variabel pemediasi juga signifikan maka dapat dikatakan bahwa hasil temuan penelitian ini mendukung pengaruh mediasi secara parsial (*partially mediated*).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel komunikasi Internal (X) dan Inovasi (Z) terhadap Kinerja karyawan (Y).

1. Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara komunikasi internal terhadap kinerja karyawan. Pada indikator Komunikasi Internal yang harus di perhatikan adalah doktrin tujuan organisasi pada Hortimart Agro Center yaitu penyampaian visi dan misi. Visi dan misi merupakan hal dasar dalam komunikasi internal di organisasi, secara langsung pemimpin mendoktrin apa yang ingin dicapai dan disepakati bersama. Perancangan visi dan misi yang baik akan memberikan sebuah pengetahuan kepada karyawan, untuk apa yang dicari organisasi untuk kedepannya selain itu strategi-strategi yang ada di organisasi yang akan di pelajari. Visi dan misi memberikan fokus sendiri untuk mencapai kesepakatan dalam organisasi. Kepala divisi dan pimpinan perusahaan harus terus berkomunikasi dan saling terbuka dalam segala khususnya untuk kemajuan perusahaan sendiri.
2. Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara komunikasi internal terhadap inovasi. Pada indikator kinerja karyawan juga harus diperhatikan adalah inisiatif karena masih rendah dari para karyawan di Hortimart Agro Center. Dalam hal ini Hortimart harus bekerja sama untuk meningkatkan hal tersebut, meskipun kerja tim sangat di butuhkan, namun menciptakan pekerja yang memiliki inisiatif yang tinggi sangat penting bagi perkembangan perusahaan.

3. Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan inovasi terhadap kinerja karyawan. Pada indikator inovasi memiliki tiga indikator yaitu inovasi produk, inovasi teknologi dan inovasi organisasi. Ketiga hal ini harus ditingkatkan di Hortimart Agro Center untuk menciptakan karyawan yang kreatif dan memiliki ide-ide baru untuk perusahaan. Masih banyak yang harus dibenahi dalam inovasi, perusahaan harus memiliki prosedur dan mekanisme yang selalu diperbarui supaya dapat bersaing dengan perusahaan lain dan mengikuti perkembangan bisnis kedepannya.

5.2 Saran

5.2.1 Teoritis

Penggunaan teori kendali organisasi pada penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana komunikasi yang digunakan dapat memberikan kendali untuk karyawan di perusahaan Hortimart Agro Center Dalam teori ini memiliki lima jenis kendali yaitu kendali sederhana, kendali teknis, kendali birokrasi, kendali kultural dan kendali konsertif. Selain itu juga menggunakan komunikasi internal dan inovasi untuk melihat kinerja karyawan yang terjadi di perusahaan tersebut. melalui teori ini dapat diketahui bahwa masih ada beberapa yang harus dibenahi khususnya komunikasi antara pimpinan dan bawahan, visi dan misi perusahaan, serta inisiatif dari karyawan karena memiliki rerata yang rendah pada pengambilan data.

Secara teoritis penulis merasa masih harus banyak dukungan teori yang belum disampaikan di penelitian ini untuk mendukung fakta fakta yang terjadi dilapangan sehingga diharapkan kedepannya bisa menggunakan variabel lain atau teori yang berbeda Peneliti selanjutnya yang hendaknya melakukan penelitian inovasi yang lebih mendalam, dan variabel kinerja karyawan dengan indikator yang berbeda atau menambahkan yang

sudah ada. Penelitian selanjutnya bisa menggunakan metode penelitian kualitatif, untuk menggali lebih dalam lagi tentang komunikasi internal, inovasi dan kinerja karyawan.

5.2.2 Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan perusahaan Hoertimart lebih berbenah untuk organisasi yang ada di perusahaan dengan lebih memantapkan visi dan misi karena merupakan awal komunikasi internal untuk karyawan dan perusahaan. Selain itu perlunya inovasi pada setiap divisi dengan kapasitas yang berbeda sehingga bisa memberikan keuntungan untuk perusahaan dan karyawan. Masih kurangnya kegiatan untuk lebih meningkatkan kemampuan karyawan juga harus diperhatikan, dalam mencapai tujuan perusahaan maka harus didukung juga dengan karyawan yang kompeten maka perusahaan juga harus menyediakan pelatihan untuk setiap karyawannya. Bahkan masih banyak karyawan yang merasa kurangnya kegiatan antar divisi untuk lebih mempererat tim di perusahaan.

Diharapkan pada penelitian selanjutnya juga dapat meneliti perusahaan yang berbeda atau sama dengan cakupan populasi dan demografis yang lebih luas sehingga permasalahan yang ada lebih beragam dan memberikan fakta-fakta baru di lapangan.

5.2.3 Sosial

Penelitian ini hanya meneliti satu perusahaan yang bergerak di bidang agrowisata saja, padahal masih banyak perusahaan yang masih berkembang dan terus berupaya dalam meningkatkan kinerja karyawan. Melalui penelitian ini juga perusahaan bisa lebih mengetahui apa saja yang harus ditingkatkan dalam kinerja karyawan perusahaan. Karyawan yang memiliki dedikasi yang tinggi untuk perusahaan pasti akan menciptakan inovasi-inovasi baru yang nantinya digunakan menarik konsumen. Sehingga konsumen

juga terpuaskan oleh pelayanan yang diberikan perusahaan pada saat mereka berkunjung ke Hortimart

5.3 Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini masih memiliki keterbatasan sebagai berikut :

1. Penelitian melakukan dengan metode kuantitatif sehingga jawaban dari kuesioner tidak bisa menggali lebih dalam tentang jawaban responden, selain itu penelitian ini hanya dilakukan di Hortimart Agro Center di Bawen, jadi tidak bisa di sama ratakan untuk semua perusahaan.
2. Ada beberapa indikator yang tidak valid atau item score sangat berkorelasi rendah, berarti ada beberapa indikator yang mungkin tidak memiliki korelasi terhadap variabel latennya. Sehingga kedepannya hal ini bisa di analisis lagi dengan metode yang sama atau berbeda.
3. Responden penelitian ini hanya 91 orang, diharapkan penelitian selanjutnya bisa dengan cakupan populasi yang tempat yang lebih luas sehingga memberikan masalah yang bervariasi dan pembahasannya akan lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Dama, J., & Ogi, I. W. (2018). *Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Bank Mandiri (Persero) Tbk. Manado* . Jurnal EMBA, 41-50.
- Ghozali, I. (2006). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square. Edisi 2*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Johannessen, John Arild. & Olaisen, Johan. (2015). *Information, Communication And Innovation*. Information Management & Computer Security, Vol. 1 Iss 4 pp
- Kusumawati, Ratna. (2008). *Analisis Pengaruh Budaya Organisasi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Kerja dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan*.
- Linke, Anne. & Zerfass, Ansgar. (2011). *Internal communication and innovation culture: developing a change framework*. Journal of Communication Managemen, Vol 15 No 4
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2005. *Evaluasi Kinerja SDM*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Men, L. R. (2005). *Review The internal communication role of the chief executive officer: Communication channels, style, and effectiveness*. Public Relation Review, 1-11.
- O'Hair, D., Friedrich, W. G. & Dexon, L. D. (2009). *Strategic Communication In Business and Professions*, Edisi Keenam. Jakarta: Kencana .
- Osman, S., Shariff, S. H., & Lajin, M. N. (2016). *Does Inovation Contribute To Employee Perfomance*. Science Direct, 571-579.
- Pace, W. R., & Faules, D. F. (2005). *Komunikasi Organisasi*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Priansa, D. J. (2014). *Perencanaan dan pengembangan SDM*. Bandung : Alfabeta .
- Ratna, Kusumawati. (2008). *Analisis Pengaruh Budaya Organisasi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Kerja dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan*.
- Ruliana, P. D. (2016). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sadikoglu, E., & Zehir, C. (2012). *Investigating the effects of finnovation and employee performance on the relationship between total quality management practices and firm performance: Anempirical study of Turkish firms*. Int. J. Production Economics, 13-26.
- Simorangkir, S. S. (2010). *Pengaruh Komunikasi Internal Terhadap Kinerja Karyawan Studi Kasus pada CV. ENY N. Leather and Handicraft*. Skripsi.
- Sudarmanto. (2009) *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suh, Jiwon. (2018). *Understanding the Link Between Organizational Communication and Innovation: An Examination of Public, Nonprofit, and For-Profit Organizations in South Korea*. *Public Personnel Management*, 1-28
- Utami, Yekti. (2008) . *Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Industri Batik Di Yogyakarta*.
- Verčič, A. T., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2012). *Internal communication: Definition, parameters, and the future*. *Public Relation Review*, 223-230.
- Vercic, A. T., & Vokic, N. P. (2017). *Engaging Employee Through Internal Communication* . *Public Relation Review*.
- Welch, M. (2012). *Appropriateness and acceptability: Employee perspectives of internal*. *Public Relations Review*, 246-254.
- Wenny, & wirawati, S. (2016). *Evaluasi Pengelolaan Agrowisata Menjadi Agrocenter Yang Berkelanjutan (Studi Kasus : Hortimart Agro Center)*. *Seminar Nasional Teknologi dan Sains (SNTS) II* , 26-35.