

**EFEKTIVITAS TATA NILAI CIPTA PT. PELABUHAN
INDONESIA I TERHADAP KINERJA KARYAWAN
PERUSAHAAN**

SKRIPSI

Oleh :

HILMAN LUTHFI
NPM 1303110202

Program studi Ilmu Komunikasi



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tata nilai bagi sebuah perusahaan sangat penting. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan perlu mengadopsi tata nilai yang tepat yang didukung oleh strategi sumber daya manusia perusahaan yang tepat pula. Dalam menghadapi perubahan, diperlukan kehati-hatian untuk dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan dan sekaligus menjaga kelangsungan perusahaan agar mampu bertahan hidup.

Sejak berdirinya perusahaan, secara sadar atau tidak, pendiri meletakkan dasar bagi budaya perusahaan yang didirikan. Mereka mempunyai suatu tata nilai bagaimana seharusnya perusahaan itu, kemudian tata nilai tersebut diimplementasikan oleh karyawan perusahaan menjadi perilaku perusahaan. Dengan bertumbuhnya perusahaan sebagai hasil interaksi perusahaan dengan lingkungannya.

Pernyataan tentang tata nilai yang jelas harus sesuai dengan budaya dan kebutuhan perusahaan dan kebutuhan pasar sehingga dapat menumbuhkan komitmen karyawan terhadap pekerjaan dan memupuk semangat kerja karyawan, menumbuhkan rasa keharmonisan di dalam kehidupan kerja karyawan, dan menumbuhkan standar kerja yang prima. Rumusan nilai yang jelas akan mengantarkan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. Namun, semua hal tersebut belum dapat berfungsi dengan baik, jika tidak diimbangi dengan strategi yang tepat dalam penerapannya. Dengan demikian, rumusan nilai perusahaan perlu ditetapkan dalam suatu strategi yang tertuang dalam kebijakan perusahaan.

Dalam sebuah penelitian kecil di temukan bahwa hampir sebagai besar karyawan tidak memahami tata nilai perusahaannya, dan sepertinya para karyawan masa bodoh soal tata nilai perusahaannya, yang mereka pikirkan hanya setiap bulan dapat bayaran yang utuh dari perusahaan. Dipertegas lagi oleh sikap para manajernya yang tidak terlalu peduli pada sikap dan pola pikir karyawannya, dan akhirnya perusahaan hanya berjalan sesuai *mood* dari para manajer dalam pola rutinitas kerja yang tidak konsisten.

Kesadaran para manajer untuk mengeksplorasi bakat, potensi, dan gairah kerja dari para karyawan sama sekali tidak ditemukan. Semua ini disebabkan oleh lemahnya sikap kepemimpinan, yang mana para manajer masih dalam batas kemampuan maksimalnya sebagai seorang mandor, yang belum mampu menunjukkan kualitas kompetensinya sebagai seorang pemimpin.

Nilai-nilai perusahaan berkaitan erat dengan pemberdayaan karyawan dalam suatu perusahaan. Semakin kuat nilai perusahaan, maka semakin besar dorongan para karyawan untuk maju bersama dengan perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, pengenalan, penciptaan, dan pengembangan nilai dalam suatu perusahaan mutlak diperlukan dalam rangka membangun perusahaan yang efektif dan efisien sesuai dengan tata nilai yang hendak dicapai.

Apabila kita membahas tata nilai perusahaan, maka secara tidak langsung akan berhubungan dengan budaya organisasi (*organizational culture*). Menurut Robert G. Owens dalam bukunya *organizational behavior in education* mengemukakan definisi budaya menurut Terrence Deal dan Allan Kennedy sebagai berikut “*culture is a system of shared values and benefit that interact with*

an organization's people, organizational structures, and control system to produce behavioral norms". Dengan kata lain budaya adalah suatu sistem pembagian nilai dan kepercayaan yang berinteraksi dengan orang dalam suatu organisasi, struktur organisasi, dan sistem kontrol yang menghasilkan norma perilaku.

Tata nilai perusahaan sangat berkaitan dengan tujuan perusahaan, oleh karena itu para karyawan perlu memahami tujuan perusahaan tersebut. Sehingga akan terbentuk iklim perusahaan yang kondusif. Dampak dari nilai perusahaan yang membudaya di lingkungan organisasi akan memotivasi karyawan yang biasanya mereka akan berusaha secara maksimal untuk melaksanakan pekerjaan mereka dengan dedikasi dan semangat yang tinggi.

Tata nilai perusahaan ialah nilai-nilai dalam perusahaan yang dapat memotivasi karyawan guna mencapai tujuan perusahaan. Tata nilai dirumuskan oleh manajemen tingkat atas dan dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan.

Kinerja seorang karyawan merupakan hal yang bersifat individual, karena setiap karyawan mempunyai tingkat kemampuan yang berbeda-beda dalam mengerjakan tugasnya. Pihak manajemen dapat mengukur karyawan atas unjuk kerjanya berdasarkan kinerja dari masing-masing karyawan. Kinerja adalah sebuah aksi, bukan kejadian.

Aksi kinerja itu sendiri terdiri dari banyak komponen dan bukan merupakan hasil yang dapat dilihat pada saat itu juga. Pada dasarnya kinerja merupakan sesuatu hal yang bersifat individual, karena setiap karyawan memiliki

tingkat kemampuan yang berbeda dalam mengerjakan tugasnya. Kinerja tergantung pada kombinasi antara kemampuan, usaha, dan kesempatan yang diperoleh.

Hal ini berarti bahwa kinerja merupakan hasil kerja karyawan dalam bekerja untuk periode waktu tertentu dan penekanannya pada hasil kerja yang diselesaikan karyawan dalam periode waktu tertentu. (Timpe, 1993, p. 3). Kinerja yang tinggi dapat tercapai oleh karena kepercayaan (*trust*) timbal balik yang tinggi di antara anggota-anggotanya artinya para anggota mempercayai integritas, karakteristik, dan kemampuan setiap anggota lain. Untuk mencapai kinerja yang tinggi memerlukan waktu lama untuk membangunnya, memerlukan kepercayaan, dan menuntut perhatian yang seksama dari pihak manajemen.

Kegiatan merekrut karyawan saat ini bukan hanya sekedar mencari orang yang nantinya bekerja di perusahaan, namun lebih pada usaha untuk mencari orang yang akan menjalankan perusahaan. Sekilas hal tersebut seperti hal sama tetapi memiliki makna yang berbeda. Sehingga dengan demikian nantinya calon yang akan direkrut adalah orang yang akan menentukan berjalannya perusahaan. Dengan memasukkan kriteria kompetensi dan kesesuaian karakter dengan nilai perusahaan kepada calon karyawan, maka perusahaan akan mendapatkan karyawan yang tepat dan untuk jangka panjang.

Jika karakter tidak sesuai dengan nilai perusahaan, karyawan akan merasa tidak cocok, dan *turnover* akan menjadi tinggi. Jika *turn over* tinggi, maka ketidakefisiensian akan menjadi besar. Hal ini berdampak buruk bagi masa depan perusahaan.

Agar tata nilai perusahaan menjadi efektif, tata nilai harus berasimilasi ke dalam budaya perusahaan. Tata nilai juga harus dinilai secara internal maupun eksternal. Penilaian internal harus fokus pada bagaimana para anggota dalam perusahaan menafsirkan pernyataan tata nilai mereka. Penilaian eksternal yang mencakup kepentingan semua stakeholder bisnis, penilaian ini sangat berharga karena menawarkan perspektif yang berbeda. Perbedaan antara kedua penilaian dapat memberikan wawasan tentang efektivitas tata nilai dalam sebuah perusahaan. (<https://shelmi.wordpress.com/2009/07/22/corporate-value/>)

Tata nilai cipta PT.Pelabuhan Indonesia I (Pelindo 1) tidak mengikat bagi karyawannya, kurangnya komitmen, perhatian psikologis karyawan dari pimpinan, arahan dari pimpinan tidak menjadi momok yang menakutkan sehingga penurunan nilai cipta kerap terjadi sewaktu-waktu. Kurangnya komunikasi interpersonal antara karyawan dan pimpinan.

Perusahaan mengaktifkan tata nilai cipta kepada karyawan melalui kegiatan-kegiatan yang bersifat mempersatukan, sehingga setiap divisi dalam perusahaan bersinergi antara satu dengan lainnya, serta hamonisasi terbawa di lingkungan kerja, hal ini lah yang menjadi momentum untu menumbuhkan rasa nilai cipta.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian serta penjelasan yang telah dikemukakan pada latar belakang maka rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Sejauh mana tujuan sosialisasi tata nilai cipta PT.Pelabuhan Indonesia I (Pelindo 1) terhadap kinerja karyawannya?
2. Sejauh mana efektivitas tata nilai cipta PT.Pelabuhan Indonesia I (Pelindo 1) terhadap kinerja Karyawannya?
3. Sejauh mana efektivitas tata nilai cipta terhadap pengabdian dan tanggung jawab karyawan PT.Pelabuhan Indonesia I (Pelindo 1)?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tujuan sosialisasi tata nilai cipta PT.Pelabuhan Indonesia I (Pelindo 1) terhadap kinerja karyawannya.
2. Untuk mengetahui efektivitas tata nilai cipta PT.Pelabuhan Indonesia I (Pelindo 1) terhadap kinerja karyawannya.
3. Untuk mengetahui efektivitas tata nilai cipta terhadap pengabdian dan tanggung jawab karyawan PT.Pelabuhan Indonesia I (pelindo 1).

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Dari manfaat teoritis penelitian ini dapat memberikan kontribusi keilmuan bagi ilmu komunikasi pada umumnya dan kajian ilmu hubungan masyarakat pada khususnya terutama mengenai “Efektivitas tata nilai cipta PT.Pelabuhan Indonesia 1 terhadap kinerja karyawan perusahaan”.

2. Manfaat praktis

Dari manfaat praktis penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai “efektivitas tata nilai cipta PT.Pelabuhan Indonesia I terhadap kinerja karyawan perusahaan”. Penelitian ini juga dapat diharapkan dapat lebih memaksimalkan penguasaan fungsi keilmuan yang dipelajari selama mengikuti program perkuliahan, serta membandingkan antara teori yang di dapat dengan kenyataan lapangan.

Penelitian ini juga dapat berguna bagi mahasiswa/I fisip Umsu secara umum dan dapat dijadikan literatur bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dalam kajian yang sama.

E. Uraian Teoritis

Menurut Onong Uchjana Effendy mendefinisikan efektifitas sebagai “komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan dan jumlah personil yang ditentukan.” (Effendy,2000:14)

Model teori komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Lasswell. Teori ini memang terlihat cukup sederhana, namun mengandung seluruh unsur yang ada dalam proses komunikasi. Dan yang terpenting adalah dalam sebuah proses komunikasi kita perlu mempelajari setiap tahapannya.

1. Komunikasi

Kata atau istilah komunikasi dari bahasa Inggris “*communication*”, secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin *communicatus*, dan

perkataan ini bersumber pada kata *communis* Dalam kata *communis* ini memiliki makna ‘berbagi’ atau ‘menjadi milik bersama’ yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna.

Komunikasi secara terminologis merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi dalam pengertian ini yang terlibat dalam komunikasi adalah manusia. Karena itu merujuk pada pengertian Ruben dan Steward(1998:16) mengenai komunikasi manusia yaitu:

Human communication is the process through which individuals in relationships, group, organizations and societies respond to and create messages to adapt to the environment and one another. Bahwa komunikasi manusia adalah proses yang melibatkan individu-individu dalam suatu hubungan, kelompok, organisasi dan masyarakat yang merespon dan menciptakan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan satu sama lain.

Untuk memahami pengertian komunikasi tersebut sehingga dapat dilancarkan secara efektif dalam Effendy(1994:10) bahwa para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yaitu:

1. Komunikator (siapa yang mengatakan?)
2. Pesan (mengatakan apa?)
3. Media (melalui saluran/ *channel*/media apa?)
4. Komunikan (kepada siapa?)
5. Efek (dengan dampak/efek apa?).

Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, secara sederhana proses komunikasi adalah pihak komunikator membentuk (*encode*) pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran tertentu kepada pihak penerima yang menimbulkan efek tertentu.

Deddy Mulyana (2005:61-69) mengkategorikan definisi-definisi tentang komunikasi dalam tiga konseptual yaitu:

- 1) Komunikasi sebagai tindakan satu arah.

Suatu pemahaman komunikasi sebagai penyampaian pesan searah dari seseorang (atau lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang) lainnya, baik secara langsung (tatap muka) ataupun melalui media, seperti surat (selebaran), surat kabar, majalah, radio, atau televisi. Pemahaman komunikasi sebagai proses searah sebenarnya kurang sesuai bila diterapkan pada komunikasi tatapmuka, namun tidak terlalu keliru bila diterapkan pada komunikasi publik (pidato) yang tidak melibatkan tanya jawab. Pemahaman komunikasi dalam konsep ini, sebagai definisi berorientasi-sumber.

Definisi seperti ini mengisyaratkan komunikasi semua kegiatan yang secara sengaja dilakukan seseorang untuk menyampaikan rangsangan untuk membangkitkan respon orang lain. Dalam konteks ini, komunikasi dianggap

suatu tindakan yang disengaja untuk menyampaikan pesan demi memenuhi kebutuhan komunikator, seperti menjelaskan sesuatu kepada orang lain atau membujuk untuk melakukan sesuatu.

2) Komunikasi sebagai interaksi.

Pandangan ini menyetarakan komunikasi dengan suatu proses sebab-akibat atau aksi-reaksi, yang arahnya bergantian. Seseorang menyampaikan pesan, baik verbal atau nonverbal, seorang penerima bereaksi dengan memberi jawaban verbal atau nonverbal, kemudian orang pertama bereaksi lagi setelah menerima respon atau umpan balik dari orang kedua, dan begitu seterusnya.

Contoh definisi komunikasi dalam konsep ini, Shanon dan Weaver (Wiryanto,2004), komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni , dan teknologi.

3) Komunikasi sebagai transaksi.

Pandangan ini menyatakan bahwa komunikasi adalah proses yang dinamis yang secara sinambungan mengubah pihak-pihak yang berkomunikasi. Berdasarkan pandangan ini, maka orang-orang yang berkomunikasi dianggap sebagai komunikator yang secara aktif mengirimkan dan menafsirkan pesan. Setiap saat mereka bertukar pesan verbal dan atau pesan nonverbal.

2. Efektivitas

Efektivitas mempunyai arti yang berbeda-beda bagi setiap orang, tergantung pada kerangka acuan yang dipakainya. Mengingat ke aneka ragam

pendapat mengenai sifat dan komposisi dari efektivitas, maka tidaklah mengherankan jika terdapat sekian banyak pertentangan pendapat sehubungan dengan cara meningkatkannya, cara mengaturnya, bahkan cara menentukan indikator efektivitas, efektivitas merupakan taraf sampai sejauh mana peningkatan kesejahteraan manusia dengan adanya suatu program tertentu, karena kesejahteraan manusia merupakan tujuan dari proses pembangunan. Steers (1980:3-4).

Untuk mengetahui tingkat kesejahteraan tersebut dapat dilakukan dengan mengukur beberapa indikator spesial seperti ; pendapatan, pendidikan ataupun rasa aman dalam mengadakan pergaulan, Soekanto (1989:48).Efektivitas berasal dari kata efektif, batasan konsep ini sulit untuk diperinci, karena masing-masing disiplin ilmu memberikn pengertian sendiri.

Bagi seorang ahli ekonomi atau analisi keuangan, eektivitas semakna dengan keuntungan, atau laba investigasi bagi seorang manajer produksi, efektivitas sering kali berarti kuantitas keluaran (output) barang atau jasa. Bagi seorang ilmuan bidang riset, efektivitas dijabarkan dengan jumlah paten, penamaan atau produk baru suatu organisasi.

Bagi sejumlah sarjana ilmu sosial efektivitas sering kali di tinjau dari sudut kualitas kehidupan bekerja. Tindakan yang efektif adalah tindakan pencapaian tujuan tanpa memperhitungkan bagaimana atau seberapa pengorbanan yang diberikan atau ditimbulkan, asalkan tujuan dapat tercapai. Dengan demikian dapat terjadi penghamburan usaha (tenaga, waktu, fikiran, ruang benda dan uang) dari yang melaksanakan pekerjaan.

Menurut pengertian tersebut, efektivitas adalah kemampuan untuk memilih sasaran yang tepat. Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah di tentukan. Efektivitas di sebut juga efektif, apabila tercapainya tujuan atau sasaran yang telah di tentukan sebelumnya. Hal tersebut sesuai dengan pengertian menurut Hidayat (1986) yang menjelaskan bahwa: “efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas kualitas dan waktu) yang telah tercapai.

Dimana makin besar persentase target yang telah di capai, semakin tinggi efektivitany”(Hidayat, dalam [http://blog.wordpress.com/definisi dan pengertian efektifitas/28maret2009/](http://blog.wordpress.com/definisi-dan-pengertian-efektifitas/28maret2009/)).

Efektivitas dalah pemanfaatan sumber daya,sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atau jasa kegiatan yang dijalankannya.

Efektivitas menunjukkan keberhasilan dari segi tercapai tidaknya sasaran yang telah ditetapkannya. Jika hasil kegiatan mendekati sasaran, berarti semakin tinggi tingkat efektivitas nya Siagian (2001:24)

Pada dasarnya,dikemukakan bahwa cara yang terbaik untuk menelii efektivitas ialah memperhatikan secara serempak tiga buah konsep yang saling berhubungan, diantaranya adalah paham mengenai optimal tujuan, perspektif sistematika, tekanan pada segi tingkah laku manusia dalam susunan organisasi.

Efektivitas di jabarkan bedasarkan kapasitas suatu organisasi untuk memperoleh dan memanfaatkan sumber daya yang langka dan berharga secatra

sepandai mungkin dalam usahanya mengejar tujuan operasi dan operasionalnya, streers (1980;4-5).

Efektivitas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam mencapai sasaran yang telah di capai secara tepat. Pencapaian sasaran yang telah ditetapkan dan ukuran maupun standar yang berlaku mencerminkan suatu perusahaan tersebut telah memperhatikan efektivitas operasionalnya.

Terdapat beberapa cara pengukuran terhadap efektivitas, sebagai berikut:

- a. Keberhasilan program
- b. Keberhasilan sasaran
- c. Kepuasan terhadap program
- d. Tingkt input dan output
- e. Pencapaian tujuan menyeluruh, Campbell (1989:121).

Sementara menurut Gibson, efektivitas organisasi dapat diukur sebagai berikut:

- a. Kejelasan tujuan yang hendak di capai
- b. Kejelasan strategi pencapaian tujuan
- c. Proses analisis dan perumusan kebijaksanaan yang mantab
- d. Perencanaan yang matang
- e. Penyusunan program yang tepat
- f. Tersedianya sarana dan prasarana
- g. Sistem pengawasan dan pengendalian yang bersifat mendidik (Gibson, dalam Tangkilisan, 2005:62)

Definisi-definisi tersebut menilai efektivitas dengan menggunakan tujuan akhir atau tujuan yang di inginkan. Kenyataan dalam upaya mencapai tujuan akhir, perusahaan harus mengenali kondisi-kondisi yang dapat menghalangi tercapainya tujuan, sehingga dapat diterima pandangan yang menilai efektivitas organisasi sebagai ukuran seberapa jauh sebuah organisasi berhasil mencapai tujuan yang layak di capai.

3. Tata nilai

Perusahaan yang mampu tumbuh, berkembang, dan bertahan lama ternyata didukung oleh kuatnya penanaman tata nilai. tata Nilai tersebut melekat, diimplementasikan, dan dijunjung tinggi oleh seluruh pegawai, manajemen , hingga para pemangku kepentingan, maka perusahaan akan mampu tumbuh berkembang dan bertahan lama. Dan Tata Nilai diakui sebagai kekuatan dalam mengintegrasikan struktur, proses dan strategi dalam mencapai tujuan jangka panjang.

Kehadiran tata nilai yang dikemas dengan apik terbukti membuat organisasi berkarakter dan mampu menunjukkan eksistensinya sehingga membentengi perusahaan dari berbagai krisis. Nilai Perusahaan Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi.

Tujuan utama perusahaan menurut *theory of the firm* adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of the firm*) (Salvatore, 2005). Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga

memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan.

Menurut Husnan (2004) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Sedangkan menurut Keown (2004) nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi.

Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Wahyudi dan Pawestri (2006) menyatakan bahwa nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham, sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Pengeluaran investasi memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga meningkatkan harga saham sebagai indikator nilai perusahaan (*signaling theory*).

Hal tersebut mendasari dugaan peneliti bahwa ada hubungan antara pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan (CSR) dengan nilai perusahaan (*firm value*). Nilai perusahaan adalah struktur modal yang terbaik (Husnan, 2004). Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional.

Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris. Suharli (2006) secara umum banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan dalam penilaian perusahaan diantaranya adalah:

1. Pendekatan laba antara lain metode rasio tingkat laba atau Price Earning
2. Ratio, metode kapitalisasi proyeksi laba.
3. Pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas.
4. Pendekatan dividen antara lain metode pertumbuhan dividen.
5. Pendekatan aktiva anantara lain metode penilaian aktiva.
6. Pendekatan harga saham.
7. Pendekatan Economic Value Added (EVA).

Pada dasarnya tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Jika perusahaan berjalan lancar maka nilai saham perusahaan akan semakin meningkat, namun nilai hutang perusahaan dalam bentuk obligasi tidak berpengaruh. Nilai perusahaan dapat dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya. Ia menambahkan dalam neraca keuangan, ekuitas menggambarkan total modal perusahaan. Selain itu, nilai pasar dapat menjadi ukuran nilai perusahaan.

Penilaian nilai perusahaan tidak hanya mengacu pada nilai nominal. Menurut kondisi perusahaan mengalami banyak perubahan setiap waktu secara signifikan. Sebelum krisis nilai perusahaan dan nominalnya cukup tinggi. Tetapi setelah krisis kondisi perusahaan merosot sementara nilai nominalnya tetap.

Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari nilai sahamnya. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan bahwa nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham.

Tandellin (2001) mengatakan hubungan antara harga pasar dan nilai buku per lembar saham bisa juga dipakai sebagai pendekatan alternatif untuk menentukan nilai suatu saham, karena secara teoritis nilai pasar suatu saham haruslah mencerminkan nilai bukunya. Dalam penelitian ini nilai perusahaan pasar diukur dengan rasio nilai pasar terhadap nilai buku. Rasio nilai pasar terhadap nilai buku adalah rasio dari nilai pasar per lembar saham biasa atas nilai buku per lembar ekuitas.

Indikator ini menghubungkan nilai pasar sekarang atas dasar per lembar saham terhadap nilai buku modal pemilik yang dinyatakan dalam neraca. Nilai buku per lembar saham mencerminkan nilai ekuitas pemilik yang tercatat pada neraca perusahaan, dan mencerminkan klaim pemilik yang tersisa atas suatu aktiva.

Sedangkan nilai pasar per lembar saham mencerminkan kinerja perusahaan di masyarakat umum, di mana nilai pasar pada suatu saat dapat dipengaruhi oleh pilihan dan tingkah laku dari mereka yang terlibat di pasar, suasana psikologis yang ada di pasar, sengitnya perang pengambilalihan, perubahan ekonomi, perkembangan industri, kondisi politik dan sebagainya (Helfert, 2003).

4. Cipta

Cipta merupakan tata nilai dari perusahaan PT.Pelabuhan Indonesia I (pelindo 1) yang ditetapkan sebagai berikut :

Costumer Focus yang memiliki arti proaktif dalam melayani dan membangun hubungan dengan pelanggan, melalui perilaku kunci proaktif dan cepat tanggap, mengutamakan pelayanan prima dan kepuasan pelanggan.

Integrity yang memiliki arti mengutamakan perilaku terpuji sesuai dengan nilai, prinsip dan etika perusahaan, melalui perilaku kunci jujur & taat, serta berani & bertanggung jawab.

Professionalism yang memiliki arti penguasaan terhadap pekerjaan yang mencakup pengetahuan keterampilan dan sikap melalui perilaku kunci : kompeten & disiplin, serta berkualitas.

Team Work yang memiliki arti keinginan yang tulus untuk bekerja sama dengan orang lain, melalui perilaku kunci: berkolaborasi & bersinergi, serta tulus & saling menghargai.

5. PT.Pelabuhan Indonesia 1 (Pelindo 1)

PT Pelabuhan Indonesia I (Pelindo 1) adalah perusahaan terbatas badan usaha milik negara Indonesia yang bergerak di bidang jasa ke pelabuhanan, dan melakukan usaha di bidang penyelenggaraan untuk mengoptimalkan sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan agar menghasilkan jasa yang berkualitas dan

berdaya saing tinggi, untuk mengejar keuntungan guna meningkatkan nilai perusahaan.

PT. Pelabuhan Indonesia I (Pelindo 1) didirikan berdasarkan peraturan pemerintah No.56 Tahun 1991 dengan akte notaris Imas Fatimah SH No.1 tanggal 1 Desember 1992 sebagaimana dimuat dalam tambahan berita negara RI No. 8612 tahun 1994, beserta perubahan terakhir sebagaimana telah diumumkan dalam tambahan berita negara RI tanggal 2 Januari 1999 No. 1 nama lengkap perusahaan adalah PT. pelabuhan Indonesia I disingkat PT Pelabuhan I (Persero), berkantor pusat di Jl. Krakatau ujung No. 100 Medan 20241, Sumatera Utara, Indonesia. Telp. (061) 6610220, Fax. (061) 6610906, Website : <http://www.inaport1.co.id>, E-mail : pelabuhan1@inaport.co.id. pada masa penjajahan Belanda perusahaan ini diberi nama Haven Bedriff. Selanjutnya setelah kemerdekaan Republik Indonesia Tahun 1945 s.d 1950 perusahaan berstatus sebagai jawatan pelabuhan. Pada tahun 1960 s.d 1969 jawatan pelabuhan berubah menjadi badan usaha milik negara dengan status perusahaan negara pelabuhan disingkat dengan nama PN pelabuhan. Pada periode 1969 s.d 1983 PN pelabuhan berubah menjadi lembaga penguasa pelabuhan dengan nama badan pengusahaan pelabuhan disingkat BPP. Pada tahun 1983 berdasarkan peraturan pemerintah No. 11 tahun 1983 badan pengusahaan pelabuhan dirubah menjadi perusahaan umum pelabuhan I disingkat Perumpel I.

Wilayah kerja usaha PT Pelabuhan Indonesia I (Pelindo 1) meliputi Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam (NAD), Sumatera Utara (Sumut), Riau dan Kepulauan Riau (Kepri). Pelabuhan yang dikelola oleh PT Pelabuhan Indonesia I (Pelindo 1) mengelola 16 cabang pelabuhan yang terdiri Malahayati,

Lhokseumawe, Belawan, Belawan international container terminal (BICT), terminal peti kemas domestik Belawan, Kuala Tanjung, Tanjung Balai Asahan, Tanjung Balai Karimun, Dumai, Sei Pakning, Pekanbaru, Batam, Tanjung Pinang, Tembilahan, Sibolga, Gunung Sitoli.

Kegiatan usaha PT. Pelabuhan Indonesia I (Pelindo 1) :

1. Penyedia dan/atau pelayanan kolam-kolam pelabuhan dan perairan untuk lalu lintas dan tempat berlabuhnya kapal.
2. Penyedia dan/atau pelayanan jasa-jasa yang berhubungan dengan pemanduan (*pilotage*) dan penundaan kapal.
3. Penyedia dan/atau pelayanan dermaga dan fasilitas lain untuk bertambat, bongkar muat peti kemas, curah cair, curah kering (*general cargo*), dan kendaraan.
4. Penyedia dan/atau pelayanan jasa terminal peti kemas, curah cair, curah kering, *multi purpose*, penumpang, pelayaran rakyat dan Ro-Ro.
5. Penyedia dan/atau pelayanan gudang-gudang dan lapangan penumpukan dan tangki/tempat penimbunan barang-barang, angkutan bandar, alat bongkar muat, serta peralatan pelabuhan.
6. Penyedia dan/atau pelayanan tanah untuk berbagai bangunan dan lapangan, industri dan gedung-gedung/bangunan yang berhubungan dengan kepentingan kelancaran angkutan multi moda.
7. Penyedia dan/atau pelayanan listrik, air minum, dan instalasi limbah serta pembuangan sampah.

8. Penyedia dan/atau pelayanan jasa pengisian bahan bakar minyak untuk kapal dan kendaraan di lingkungan pelabuhan.
9. Penyedia dan/atau pelayanan kegiatan konsolidasi dan distribusi barang termasuk hewan.
10. Penyedia dan/atau pelayanan jasa konsultasi, pendidikan dan pelatihan yang berkaitan dengan kepelabuhanan.
11. Pengusahaan dan pelayanan depo peti kemas dan perbaikan, *cleaning*, *fumigasi*, dan pelayanan *logistic*.

<http://www.pelindo1.co.id/wps/portal/Home/Profile/Visi-Misi-Values/>

6. Kinerja karyawan

Menurut Simamora (2003:45) kinerja adalah ukuran keberhasilan organisasi dalam mencapai misinya. Sedangkan Shadily (1992:425), mengatakan kinerja atau performance adalah berdaya guna prestasi atau hasil. Wahyudi Kumorotomo (1996) memberikan batasan pada konsep kinerja organisasi publik setidaknya berkaitan erat dengan efisiensi, efektifitas, keadilan dan daya tanggap.

Hal ini berarti bahwa *performance* adalah sebuah tindakan yang dapat dilihat, diamati serta dimungkinkan untuk mencapai hal-hal yang diharapkan (tujuan). Kinerja juga dapat dikatakan kombinasi dari kemampuan, usaha dan kesempatan yang dapat dinilai dari hasil kerjanya yang diperoleh selama periode waktu tertentu.

Untuk mengetahui ukuran kinerja organisasi maka dilakukan penilaian kinerja. Penilaian kinerja adalah proses mengevaluasi seberapa baik karyawan

melakukan pekerjaan mereka jika dibandingkan dengan standar dan kemudian mengkomunikasikan informasi tersebut kepada karyawan.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa karyawan adalah orang yang bekerja pada suatu tempat yang resmi, memiliki data-data pribadi dan mempunyai kekuatan hukum. Tempat pekerjaan yang dimaksud adalah organisasi, lembaga, atau badan lainnya yang berhubungan dengan karyawan.

Pengertian Kinerja karyawan adalah kesediaan seseorang atau kelompok orang untuk melakukan sesuatu kegiatan dan menyempurnakannya sesuai dengan tanggung jawabnya dengan hasil seperti yang diharapkan. Jika dikaitkan dengan performance sebagai kata benda (*noun*) di mana salah satu entrinya adalah hasil dari sesuatu pekerjaan (*thing done*), pengertian performance atau kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan secara legal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral atau etika (Rivai, 2005:15-17).

Kinerja karyawan merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Faktor-faktor yang menandai kinerja adalah hasil ketentuan:

1. Kebutuhan yang dibuat pekerja
2. Tujuan yang khusus
3. Kemampuan
4. Kompleksitas

5. Komitmen
6. Umpan balik
7. Situasi
8. Pembatasan
9. Sikap pada setiap kegiatan
10. Usaha
11. Ketekunan
12. Ketaatan
13. Kesiediaan untuk berkorban
14. Memiliki standar yang jelas

Selanjutnya Gibson (1994:110) mengungkapkan beberapa metode penilaian kinerja, terdiri dari:

- 1) Metode Skala Penilaian Grafik

Metode Skala penilaian grafik skala yang mendaftarkan sejumlah ciri dan kisaran kinerja untuk masing-masing pegawai kemudian dinilai dengan mengidentifikasi skor yang paling baik menggambarkan tingkat kinerja untuk masing-masing ciri.

- 2) Metode Skala Penilaian Perilaku

Metode Skala penilaian perilaku merupakan suatu metode penilaian yang bertujuan mengkombinasikan manfaat dari insiden kritis dan penilaian

berdasarkan kuantitas dengan menjangkau skala berdasarkan kuantitas pada contoh-contoh spesifik dari kinerja yang baik dan jelek.

3) Metode Manajemen Berdasarkan Sasaran

Metode ini meliputi penetapan tujuan khusus yang dapat diukur bersama dengan masing-masing karyawan dan selanjutnya secara berkala meninjau kemajuan yang dicapai.

Menurut Soeprihanto, kinerja karyawan adalah hasil kerja seorang pegawai selama periode tertentu dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, misalnya standar, target/sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan disepakati bersama (Soeprihanto, 1996:6). Menurut Soeprihanto, aspek-aspek kinerja meliputi:

1. Kualitas pekerjaan
2. Kuantitas pekerjaan
3. Kemampuan bekerja sendiri
4. Pemahaman dan pengenalan pekerjaan
5. Kemampuan memecahkan persoalan

Di dalam buku Sistem Administrasi Negara Republik Indonesia (LAN, 2003:259), penilaian kerja adalah salah satu tahapan penting dalam siklus pembangunan sumber daya manusia, baik di sektor publik maupun swasta. Penilaian kinerja ini merupakan proses pengukuran terhadap tingkat penyelesaian (*degree of completion*) tugas-tugas yang dilakukan oleh pegawai selama masa tertentu dengan menggunakan instrumen yang sesuai dengan karakteristik tugas tersebut.

Selanjutnya agar dapat menghasilkan penilaian kinerja yang *valid* dan *readible*, maka perlu adanya instrumen pengukuran kinerja sebagai alat yang dipakai untuk mengukur kinerja individu seorang pegawai. Substansi instrumen pengukuran kinerja ini terdiri dari aspek-aspek yang berpengaruh terhadap kualitas pelaksanaan tugas dan dapat diukur, yaitu meliputi:

1. Prestasi Kerja (*Achievement*)

Yaitu hasil kerja pegawai dalam menjalankan tugas baik secara kualitas maupun kuantitas kerja.

2. Keahlian (*skill*)

Yaitu kemampuan teknis yang dimiliki oleh pegawai dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan padanya

3. Perilaku (*attitude*)

Yaitu sikap atau tingkah laku pegawai yang melekat pada dirinya dan dibawa dalam tugas-tugasnya. Perilaku disini mencakup kejujuran, tanggung jawab, dan disiplin.

4. Kepemimpinan (*leadership*)

Merupakan aspek kemampuan manajerial dan seni dalam memberikan pengaruh kepada orang lain untuk mengkoordinasikan pekerjaan secara tepat dan cepat, termasuk dalam hal pengawasan.

Dari beberapa pendapat tersebut dapat diketahui bahwa syarat-syarat yang ditentukan untuk pelaksanaan kinerja adalah sesuai dengan kualitas pekerjaan, ditentukan pula kuantitas pekerjaan yang menjadi beban dari pegawai maupun organisasi. Kesanggupan menyelesaikan tugas-tugas yang dibebankan pada setiap karyawan menjadi dasar penilaian bagi pimpinan atau atasan.

Menurut Rivai (2005:400) prestasi kerja dirancang untuk membantu mencapai hasil tertentu. Agar diperoleh hasil yang memuaskan, prestasi kerja yang tepat berfokus pada:

1. Solusi jangka panjang
2. Pemberian penghargaan terhadap kemampuan usaha dalam melaksanakan tugas
3. Memberikan penghargaan pada kepemimpinan
4. Memberikan penghargaan pada pertumbuhan dan perkembangan kinerja karyawan
5. Memberikan penghargaan pada komitmen dan loyalitas
6. Memberikan penghargaan pada kinerja tim dan kerja sama
7. Memberikan penghargaan pada kreativitas
8. Tingkat perolehan penghargaan

Dalam Keputusan MENPAN NO: 63/KEP/M.PAN/7/2003 tanggal 10 Juli 2003, kriteria yang dipakai untuk melakukan penilaian kualitas pelayanan publik adalah sebagai berikut:

1. Kriteria kualitas, dengan cakupan:
 - a. Kesederhanaan, tingkat penyelesaian terhadap tugas
 - b. Kejelasan dan kepastian
 - c. Frekuensi keluhan atau pujian terhadap kinerja karyawan, (jumlah pekerjaan yang tidak tertunda)
 - d. Penggunaan perangkat-perangkat modern untuk mempercepat dan mempermudah pekerjaan

Setiap karyawan atau masing-masing karyawan tidak sama dalam hal penilaian kualitas maupun kuantitas pekerjaan. Tingkat penyelesaian dan kesalahan dalam pelaksanaan tugas masing-masing karyawan juga berbeda. Demikian juga jumlah pekerjaan yang diselesaikan, waktu yang dibutuhkan, dan pekerjaan yang ditunda masing-masing karyawan berbeda. Berdasarkan hasil karyawan dalam menjalankan pekerjaan baik secara kualitas dan kuantitas pekerjaan maka dapat menghasilkan prestasi kerja. Beberapa ukuran tersebut dapat menjadi tujuan penyelesaian tugas secara efektif dan cermin setiap karyawan dalam penentuan kemandirian karyawan.

Manfaat penilaian kinerja sumber daya manusia, menurut Handoko (1992) adalah sebagai berikut:

- 1) Perbaikan kinerja
- 2) Penyesuaian-penyesuaian kompensasi
- 3) Keputusan-keputusan penempatan
- 4) Kebutuhan-kebutuhan latihan dan pengembangan
- 5) Perencanaan dan pengembangan karir
- 6) Penyimpangan-penyimpangan proses staffing
- 7) Ketidak akuratan informasi
- 8) Kesalahan-kesalahan desain pekerjaan

Berkaitan dengan masalah kinerja, dalam rangka terlaksananya pemerintahan yang lebih berdaya guna dan berhasil guna, bersih, serta bertanggung jawab, telah diterbitkan Instruksi Presiden Nomor 7 Tahun 1999 tentang Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah dalam mencapai misi

organisasi dan tujuan-tujuan serta sasaran organisasi. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kinerja pegawai adalah hasil yang telah dicapai, atau yang dikerjakan karyawan dalam melaksanakan kerja atau tugas tertentu dalam mencapai tujuan organisasi.

Berdasarkan uraian teori-teori dan konsep-konsep kinerja karyawan di atas, maka indikator-indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja karyawan PT.Pelabuhan Indonesia 1

1. Kualitas pekerjaan
 - a. Tingkat penyelesaian terhadap pelaksanaan tugas
 - b. Tingkat kesalahan dalam pelaksanaan tugas
2. Kuantitas pekerjaan
 - a. Tingkat kecepatan dalam penyelesaian tugas
 - b. Tingkat produktivitas karyawan
3. Prestasi kerja
 - a. Tingkat keaktifan dalam bekerja
 - b. Tingkat pencapaian prestasi

7. Anggapan Dasar/Hipotesis

Ha: “Ada pengaruh antara efektivitas sosialisasi tata nilai cipta PT.Pelabuhan Indonesia 1 terhadap l kinerja karyawannya.”

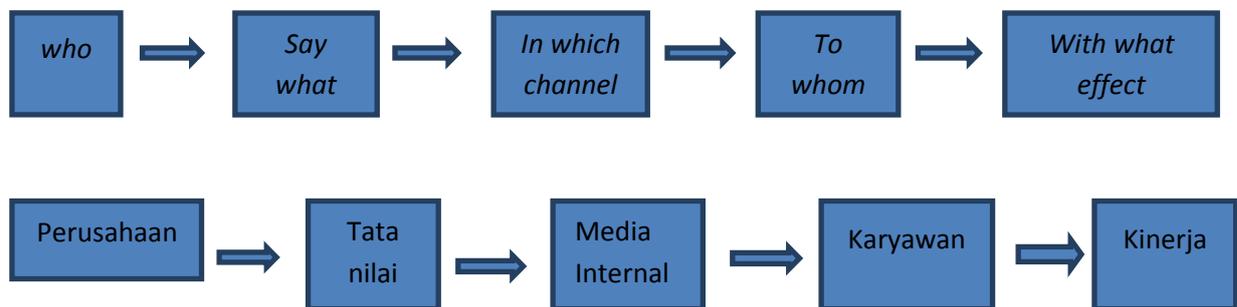
Ho: “Tidak ada pengaruh antara efektivitas sosialisasi tata nilai cipta PT.Pelabuhan Indonesia I (Pelindo 1) terhadap kinerja karyawannya.”

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif melalui teknik analisis deskriptif yaitu suatu metode yang bertujuan melukiskan secara sistematis.

2. Kerangka Konsep



3. Definisi Konsep

1) *Who* (siapa/sumber)

Who dapat diartikan sebagai sumber atau komunikator yaitu, pelaku atau pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dan juga yang memulai suatu komunikasi. Pihak tersebut bisa seorang individu, kelompok, organisasi, maupun suatu Negara sebagai komunikator.

2) *Says what* (pesan)

Says menjelaskan apa yang akan disampaikan atau dikomunikasikan kepada komunikan (penerima), dari komunikator (sumber) atau isi informasi.

3) *In which channel* (saluran/media)

Suatu alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik).

4) *To whom* (siapa/penerima)

Seseorang yang menerima siapa bisa berupa suatu kelompok, individu, organisasi atau suatu Negara yang menerima pesan dari sumber. Hal tersebut dapat disebut tujuan (*destination*), pendengar (*listener*), khalayak (*audience*), komunikan, penafsir, penyandi balik (*decoder*).

5) *With what effect* (dampak/efek)

Dampak atau efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber seperti perubahan sikap dan bertambahnya pengetahuan.

4. Operasional Variabel





5. Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi disini semua karyawan yang telah diangkat menjadi pegawai tetap oleh PT.Pelabuhan Indonesia 1 yaitu berjumlah 204 orang.

Sampel

Pada penelitian ini penulis menggunakan *simple random sampling* atau sampel acak sederhana dari masing-masing bagian yang ada di PT.Pelindo 1.

Dengan rumus penentuan jumlah sampel di tiap-tiap bagian sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)2+1}$$

Keterangan :

n = jumlah sample

N = jumlah populasi

d = nilai presisi atau tingkat kesalahan

Jumlah populasi kemudian dimasukkan ke dalam rumus dengan nilai presisi 10%.

6. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data:

1. Angket.

2. Observasi.
3. Studi kepustakaan.
4. Internet searching.

7. Teknik analisis data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif, yaitu metode analisis data yang menggunakan pengukuran dan pembuktian-pembuktian khususnya pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya dengan menggunakan metode statistik (Singarimbun, 1995:263). Dalam penelitian analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan utama atau pengujian hipotesis adalah *Pearson's Correlation (Product Moment)*, berikut adalah rumusnya:

$$r = \frac{\Sigma xy - \frac{(\Sigma x)(\Sigma y)}{n}}{\sqrt{\left(\Sigma x^2 - \frac{(\Sigma x)^2}{n}\right)\left(\Sigma y^2 - \frac{(\Sigma y)^2}{n}\right)}}$$

Dimana : r = *pearson correlation coefficient*

N = jumlah sampel

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Pearson's Correlation (product moment). Rumus statistik ini digunakan untuk mengetahui koefisien korelasi atau derajat kekuatan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan antara variabel/data/skala interval dengan interval lainnya.

8. Lokasi dan waktu

Lokasi penelitian:

Kantor pusat PT.pelabuhan Indonesi 1 (Pelindo 1) Jalan Krakatau ujung no 100 Medan.

Penelitian ini berjalan selama 3 bulan, dimulai pada Januari 2017 sampai Maret 2017.

G. Sistematika Penulisan

Pada penulisan skripsi ini peneliti membuat suatu sistematika dengan membagi tulisan menjadi 5 (lima) bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti menguraikan latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II URAIAN TEORITIS

Pada bab ini peneliti menguraikan tentang apa itu komunikasi, efektivitas, tata nilai, cipta kinerja karyawan dan PT.Pelabuhan Indonesia I (Pelindo 1)

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menguraikan tentang metode penelitian yang mencakup jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan lokasi dan waktu

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini berisikan hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada Bab ini berisi kesimpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA

- Campbell,1989, *Riset dalam efektivitas organisasi*, terjemahan Sahat Simamora, Jakarta; Erlangga
- Cutlip,Scott,M,2007, *Effective public relations*, Jakarta; Kencana
- Effendy,Onong uchjana, 2003,*Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*, Bandung; PT.Citra Aditya Bakti
- Gibson, Ivancevich & Donnely, 1994.*Organisasi dan manajemen, perilaku, struktur,proses*, Edisi keempat, Jakarta; Erlangga
- Hidayat,1986, *Teori efektivitas dalam kinerja karyawan*, yogyakarta; Gajah mada university press
- Kumorotomo, Wahyudi, Purwanto, Erwan Agus, 2005, *Anggaran berbasis kinerja, konsep & aplikasinya*,Yogyakarta;MAP UGM
- Rahmad, Jalaludin. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997
- Richard, M. Steers, 1980, *Efektivitas organisasi*, Jakarta; Erlangga
- Rivai, Veithzal, Dato'Ahmad Fawzi, Mohd.Basri,2005, *Performance Appraisal, sistem yang tepat untuk menilai kinerja karyawan dan meningkatkan daya saing perusahaan*, Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada
- Simamora, Bilson,2003, *Penilaian kinerja dalam manajemen perusahaan*, Jakarta; Gramedia Pustaka
- Sugiyono, 2010, *Metode penelitian kualitatif kuantitatif & RND*, Bandung; Alfabeta
- Sumber Lainnya (*Internet searching*)
- Hidayat,<http://blog.wordpress.com/definisiandanpengertian-efektifitas/28maret2009/>).diakses 31/12/2016. 21:20 Pm
- <http://www.pelindo1.co.id/wps/portal/Home/Profile/Visi-Misi-Values/> diakses 31/12/2016. 21:26 Pm
- <https://shelmi.wordpress.com/2009/07/22/corporate-value/> diakses 04/01/2017. 18:30 P