

Strategi Komunikasi Seorang Dosen Dalam Menciptakan Suasana Pembelajaran Yang Menarik Di Prodi Komunikasi Universitas Sari Mutiara

Mega Ulva Sari Sihombing^{1*}, Evi Enitari Napitupulu², Nurhawati Simamora³, Jose Setiawan Loi⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Perpustakaan, Universitas Sari Mutiara Indonesia

* corresponding author

Artikel Informasi

Received : 20 Mei 2024
Revised : 27 Mei 2024
Available Online : 31 Mei 2024

Keyword

Strategi Komunikasi, kejenuhan belajar, gaya komunikasi

Korespondensi

Phone :
Email : megaulfasari@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the Communication Strategy of a Lecturer in overcoming learning boredom of Communication Science students. The study emphasizes a qualitative approach, involving 2 lecturers, one lecturer as an observer and one lecturer acting as a direct participant, while the number of students is 45 people in class A. The results of the study indicate that in overcoming learning boredom, lecturers develop an active Communication Strategy of a Lecturer, but still prioritize assertiveness, take full social initiative so that students can imitate, are able to integrate with their social environment, are able to express their opinions emotionally but in a controlled manner, send information with full attention, give orders but show assertiveness, and attention. In addition, lecturers have an imperfect Emotive style Communication Strategy of a Lecturer, an less established Director style, a Reflective style, and have a cautious supportive style. The Communication Strategy of a Lecturer in learning will have an impact on the actualization and implementation of their social life.

PENDAHULUAN

Upaya mencapai output pendidikan yang baik, diperlukan input melalui proses yang bersinergi. Selanjutnya upaya tersebut dalam pendidikan di Indonesia disebut sebagai proses memanusiakan manusia. Konsep pendidikan di Indonesia adalah membentuk manusia seutuhnya, yakni manusia yang memiliki kecerdasan spiritual, kecerdasan emosional dan kecerdasan intelektual melalui proses pembelajaran. Kegiatan pembelajaran menanamkan 3 (tiga) aspek penting yaitu; aspek kognitif, afektif dan psikomotor. Ketiga aspek ini harus mencapai keberhasilan melalui interaksi dalam pembelajaran sesuai tujuan pembelajaran yang hendak dicapai. Proses mencapai tujuan pembelajaran, maka dosen harus mampu menciptakan pembelajaran yang aktif, kreatif dan menyenangkan. Metode harus sesuai dengan materi pembelajaran yang akan membuat mahasiswa mudah memahami dan mencerna

materi yang disajikan. Selanjutnya jika pembelajaran yang dilaksanakan dalam kelas monoton dan tidak menarik perhatian mahasiswa, maka akan membuat mahasiswa menjadi sulit belajar yang akhirnya mendatangkan kejenuhan belajar. Kesulitan belajar adalah salah satu gejala yang nampak pada mahasiswa yang ditandai dengan prestasi belajar yang lebih rendah dibandingkan dengan mahasiswa yang lainnya, bahkan prestasi belajar jauh lebih rendah dari pada sebelumnya. Mahasiswa yang mengalami kesulitan belajar akan menghambat proses belajar mereka, yang pada akhirnya mendatangkan kejenuhan belajar, sehingga membuat prestasi belajar mereka menjadi menurun. Kejenuhan belajar membuat mahasiswa menjadi malas belajar dan sulit berkonsentrasi, sehingga berdampak pada menurunnya daya serap mahasiswa terhadap materi dan berimbas kepada menurunnya prestasi belajar atau tidak adanya peningkatan prestasi sesuai yang diharapkan

dalam proses pembelajaran (Sugihartono, 2007: 81).

Ilmu Komunikasi merupakan Ilmu yang sejak kita atau manusia mulai terbentuk sudah ada komunikasi antara ibu dan anak hal ini menyebabkan komunikasi sangatlah dibutuhkan oleh banyak orang baik itu pribadi, kelompok ataupun organisasi. Pemikiran negatif tentang sejarah berkembang bahwa sejarah hanya menghafal tanggal dan nama belaka. Ini semakin membuat matakuliah sejarah, tidak banyak diminati. Namun berbeda dengan mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi yang memang menggeluti bidang ilmu ini. Faktor penyebab lain dapat dilihat dari Strategi Komunikasi Seorang Dosen dosen yang mengajar. Apalagi jika kegiatan pembelajaran tidak menyenangkan, kurang variatif atau hanya menggunakan metode ceramah dan tanya jawab. Kurang pahamiya terhadap manfaat pembelajaran sejarah membuat mahasiswa tidak termotivasi belajar sejarah. Hal inilah yang membuat mahasiswa mengalami kejenuhan belajar. Kejenuhan belajar yang dialami oleh mahasiswa ini berdasar hasil observasi dan hasil wawancara di lapangan, salah satu penyebabnya adalah Strategi Komunikasi Seorang Dosen dosen dalam matakuliah sejarah masih dianggap kurang optimal.

Hasil observasi awal sebanyak 2 kali yang dilakukan peneliti pada bulan September 2023 terhadap matakuliah ilmu komunikasi di Kelas A dan wawancara yang dilakukan peneliti kepada dosen dengan Kode NU, pada bulan September 2023, maka ditemukan hambatan belajar disebabkan oleh kejenuhan belajar yang dialami beberapa mahasiswa tersebut. Unit analisis subyek terhadap 45 orang mahasiswa, dengan pendekatan studi kasus sebanyak 9 orang. Dari 45 (Empat Puluh Lima) mahasiswa, terdapat 9 (Sembilan) mahasiswa yang mengalami kejenuhan belajar, terlihat dengan beberapa aktivitas yang tidak mendukung proses belajar mereka seperti bercerita dengan teman saat dosen sedang memberikan materi pelajaran (1 orang), bermain

handphone (2 orang), mencoret-coret kertas (1 orang), dan mengerjakan tugas matakuliah lain (2 orang). Selain 5 mahasiswa yang menunjukkan aktivitas kejenuhan di dalam kelas, ada 2 mahasiswa yang tidak hadir ketika proses pembelajaran berlangsung.

Ketidakhadiran mahasiswa tersebut merupakan indikasi bahwa mereka jenuh terhadap matakuliah sejarah yang tiap hari diskusi dan tanya jawab saja. Bercerita dengan teman sebangku saat dosen sedang menyajikan materi sangat mengganggu konsentrasi belajar mahasiswa lain. Mahasiswa yang melakukan hal tersebut dalam proses pembelajaran, dosen mengambil tindakan dengan menegur langsung. Setelah ditegur, mahasiswa tersebut diam dan mendengarkan kembali materi yang disampaikan, namun beberapa saat kemudian mahasiswa tersebut kembali bercerita dengan teman sebangku. Adapun mahasiswa yang membuka HP, HP-nya untuk sementara diambil, setelah matakuliah berakhir dikembalikan dengan memberikan pembinaan dan teguran. Selain itu, adapula mahasiswa yang mencoret-coret kertas dan meja. Inipula mendapat perhatian khusus. Namun teguran dan pembinaan yang dilakukan pada hari itu akan mengulang kembali tindakannya di pertemuan berikut.

Penelitian yang berkaitan dengan topik di atas pernah dilakukan oleh Hutapea (2016). Penelitian menunjukkan bahwa komunikasi merupakan aspek penting yang dibutuhkan oleh manusia. Sebagai makhluk sosial siapapun dihadapkan dengan proses interaksi yang menekankan keterampilan komunikasi dan kontak sosial. Pada praktiknya, proses komunikasi tersebut dihadapkan dengan beragam permasalahan yang menuntut adanya pola dan Strategi Komunikasi Seorang Dosen tertentu, sehingga tujuan dari komunikasi yang diinginkan dapat tercapai, baik oleh komunikator maupun komunikan. Penelitian Setyanto (2012) menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan dan Strategi Komunikasi Seorang Dosen berpengaruh terhadap iklim komunikasi dalam sebuah organisasi. Komunikasi dapat meningkatkan

kepuasaan komunikasi anggota. Kepuasan komunikasi dapat pula meningkatkan kinerja dan performa organisasi.

Strategi Komunikasi Seorang Dosen memiliki pengaruh terhadap kualitas layanan dan kepuasan. Strategi Komunikasi Seorang Dosen diukur menggunakan indikator posisi tubuh, kontak mata, ekspresi wajah, dan intonasi suara. Indikator-indikator tersebut menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan meningkatkan performa organisasi (Mazaya, Setiabudi, & Santosa, 2013). Selain itu, Strategi Komunikasi Seorang Dosen juga dapat dijadikan sebagai ruang pengungkapan diri. Kemampuan komunikasi dan kepemimpinan akan mewujudkan efektifitas organisasi (Teviana, 2011).

Komunikasi, lisan dan nonverbal, dalam suatu kelompok adalah sesuatu yang khas dari kelompok dan sifatnya unik. Sulitnya menemukan artikel terkait Strategi Komunikasi Seorang Dosen dalam mengatasi kejenuhan belajar mendorong menelusuri penelitian terkait gaya belajar dikaitkan dengan kejenuhan belajar mahasiswa (Giri, 2006). She dan Fisher mengkategorikan lima pola komunikasi dalam proses belajar-mengajar, sebagai berikut: Challenging (Menantang), Challenging yaitu gaya bertanya untuk meningkatkan kemampuan peserta didik dalam memahami materi tertentu, Encouragement and praise (Memotivasi dan Memuji) Interaksi ini berhubungan dengan sejauh mana guru tersebut memuji dan mendorong mahasiswa menjadi lebih baik didalam ruang kelas. Pujian dapat meningkatkan motivasi, yang mungkin diberikan oleh dorongan guru atau pujian mahasiswa, serta meningkatkan minat dan keterlibatan di kelas, Non-verbal support (dukungan non-verbal) mengacu kepada sejauh mana guru menggunakan komunikasi non verbal untuk berinteraksi secara positif dengan mahasiswa, Understanding and friendly (memahami dan bersahabat) Pola ini mengacu pada bagaimana guru memahami dan bersikap bersahabat terhadap mahasiswa, dan Controlling (mengontrol) yakni pola

komunikasi kelima ini berhubungan dengan bagaimana guru mengendalikan dan mengelola perilaku mahasiswa di kelas (Mahanani, 2014: 60)

Komunikasi antarpribadi yang interaktif tersebut mengandalkan gaya berkomunikasi yang dihubungkan dengan nilai-nilai yang dianut orang. Banyak tipe atau gaya personal yang dimiliki manusia dalam melakukan proses komunikasi. Strategi Komunikasi Seorang Dosen personal dapat ditunjukkan dengan cara kognitif maupun sosial. Komunikasi yang terjadi antara seseorang dengan orang lain ini, berlangsung pada taraf kedalaman yang berbeda-beda. Strategi Komunikasi Seorang Dosen setiap orang tentunya berbeda-beda dan memiliki ciri khas tersendiri. Dengan terpaan media sosial, tentu tidak menutup kemungkinan memengaruhi Strategi Komunikasi Seorang Dosen sehari-hari dari pengguna media sosial tersebut di kehidupan nyata. Contohnya adalah Strategi Komunikasi Seorang Dosen Sujiwo Tedjo di twitter dengan ciri khas “urakan” yang follower-nya mencapai ribuan. Beberapa dari follower Sujiwo Tedjo yang tergolong ABG (Anak Baru Gede) ikut menggunakan Strategi Komunikasi Seorang Dosen tersebut karena dinilai lebih membumi apabila diaplikasikan di kehidupan nyata (Mahanani, 2014:60).

Hal ini diperkuat dengan teori bahwa, Strategi Komunikasi Seorang Dosen merupakan cara yang digunakan komunikator dalam menyampaikan pesan. Setiap komunikator mempunyai Strategi Komunikasi Seorang Dosen dan ciri khas berbeda-beda. Perbedaan ini dapat dilihat dari segi budaya, pendidikan, lingkungan keluarga, pengalaman dan lain sebagainya. Persoalan pengimplementasian strategi yang harus selalu diingat bahwa sebaik apapun rumusan strategi, hanya akan menjadi retorika belaka jika tidak dapat diimplementasikan dengan baik. Oleh karena itu, agar perusahaan dapat mencapai tujuan secara optimal, maka selain harus mampu merumuskan strategi (Sudarman, 2018).

Strategi Komunikasi Seorang Dosen ada tiga yaitu: Strategi Komunikasi Seorang Dosen Asertif, non asertif dan agresif. Strategi Komunikasi Seorang Dosen Asertif ialah gaya ini memiliki ciri mampu mengekspresikan perasaan dan harga diri berdasarkan pikiran yang etis. Sehingga dalam mengekspresikan diri dengan memberi perhatian, martabat dan rasa hormat. Gaya non asertif lebih menunjukkan pada perasaan takut dan bimbang, mengingkari diri, serta lebih memberikan keuntungan pada orang lain. Gaya Agresif ialah Gaya ini berusaha mendominasi dalam interaksi dengan orang lain baik verbal maupun non verbal. Gaya ini sangat tidak efektif karena ada pemaksaan hak orang lain. Tiga macam Strategi Komunikasi Seorang Dosen antara lain: non assertive ditandai dengan kecenderungan untuk menyembunyikan atau berdiam diri apabila terdapat suatu masalah. Hal tersebut mendorong individu untuk memilih berdiam diri dari pada memicu keramaian demi terciptanya perdamaian, assertive merupakan sebuah gaya yang ditandai dengan menyatakan opini secara langsung atau terbuka agar tujuan orang tersebut terpenuhi, agresive adalah Strategi Komunikasi Seorang Dosen yang ditandai dengan usaha individu untuk selalu hadir atau mendekatkan diri disetiap kesempatan (Hutapea, 2016). Adanya penerapan Strategi Komunikasi Seorang Dosen guru yang menyenangkan, secara tidak langsung hal ini dapat juga menumbuhkan semangat atau motivasi belajar mahasiswa terhadap suatu mata pelajaran. Motivasi belajar yang timbul dalam diri mahasiswa disebabkan karena adanya cita-cita atau dorongan untuk memperoleh hasil yang diharapkan (Sucia, 2016). Pendidikan adalah komunikasi dalam arti bahwa, dalam proses tersebut terlibat dua komponen, yang terdiri atas manusia, yakni pengajar sebagai komunikator dan pelajar sebagai komunikan. Lazimnya, pada tingkatan bawah dan menengah pengajar itu disebut guru, sedangkan pelajar itu disebut murid, pada tingkatan tinggi pengajar itu dinamakan dosen, sedangkan pelajar dinamakan mahasiswa. Pada tingkatan apa

pun, proses komunikasi antara pengajar dan pelajar itu pada hakikatnya sama saja. Perbedaannya hanyalah pada jenis pesan serta kualitas yang disampaikan oleh dosen kepada mahasiswa.

Perbedaan antara komunikasi dengan pendidikan terletak pada tujuannya atau efek yang diharapkan. Ditinjau dari efek yang diharapkan, tujuan komunikasi sifatnya umum, sedangkan tujuan pendidikan sifatnya khusus. Kekhususan inilah yang dalam proses komunikasi melahirkan istilah-istilah khusus seperti penerangan, propaganda, indoktrinasi, agitasi, dan pendidikan. Tujuan pendidikan adalah khas, yakni meningkatkan pengetahuan seseorang mengenai suatu hal sehingga ia menguasainya (Sucia, 2016).

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Komunikasi

Biaya pemasaran adalah semua biaya yang sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai dengan produk tersebut berubah kembali dalam bentuk uang tunai (Mulyadi, 2016).

Indikator biaya pemasaran terdiri dari:

1. Fungsi Penjualan
2. Fungsi Advertensi
3. Fungsi Pergudangan
4. Fungsi Pembungkusan
5. Fungsi Kredit
6. Fungsi Akuntansi

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di PT. Aeon Delight Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan dan konsumen PT. Aeon Delight Indoneisa sebanyak 127 respondek.. Adapun untuk menentukan jumlah sampel (n) yang digunakan adalah mengacu pada pendekatan rumus Slovin. Dari hasil perhitungan jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini berjumlah 96 responden. Skala pengukuran data pada penelitian ini menggunakan skala Likert. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah (1) observasi, (2) kuesioner dan (3) dokumentasi.

Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

- Uji Instrument terdiri dari (1) uji validitas dan (2) uji reliabilitas.
- Uji Asumsi Klasik terdiri dari (1) uji normalitas dan (2) uji multikolinieritas dan (3) uji heterokedastisitas
- Analisis regresi linier berganda.
- Uji hipotesis terdiri dari uji parsial (Uji t) dan uji simultan (Uji F)
- Uji koefisien determinasi (R^2)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan 5%, dengan jumlah responden 96 sehingga diperoleh r_{tabel} 0,2006 untuk itu jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item instrument tidak valid. Dan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item instrument tersebut valid. r_{hitung} dari semua item instrumen hasilnya adalah lebih besar dari r_{tabel} pada tingkat kesalahan 5% dan tingkat kepercayaan 95% untuk 96 responden yaitu 0,2006. Dengan demikian, item-item instrument pada kuesioner ini hasilnya valid, dan item kuesioner yang valid dapat dijadikan instrument bagi penelitian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas data dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha. Apabila nilai Cronbach's Alpha lebih kecil dari 0,6 maka termasuk ke dalam tingkat yang realibilitasnya kurang baik. Nilai di atas 0,7 sampai 0,8 dalam tingkat reliabilitas dapat diterima, dan nilai di atas 0,8 tingkat reliabilitasnya baik. Adapun hasil perhitungan adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

| No. | Variabel | Nilai Cronbach's Alpha |
|-----|----------------------|------------------------|
| 1 | Biaya Pemasaran (X1) | 0,747 |
| 2 | Gaji Karyawan (X2) | 0,625 |
| 3 | Laba Perusahaan (Y) | 0,659 |

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel yang dilakukan pada 96 responden nilainya lebih besar dari 0,6. Dengan demikian, uji reliabilitas dari keseluruhan item instrument yaitu 17 item pertanyaan pada kuesioner sudah dikatakan reliabel, karena nilai Cronbach's Alpha masing-masing variabel lebih besar dari 0,6.

Uji Normalitas

Peneliti melakukan uji normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov-Sminornov dengan melihat tingkat signifikansinya. Distribusi data penelitian dinyatakan normal jika nilai probabilitas (sig) $> 0,05$. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dengan uji Kolmogorov-Sminornov adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Sminornov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 96 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.17461128 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .082 |
| | Positive | .082 |
| | Negative | -.052 |
| Test Statistic | | .082 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .113 ^c |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel diatas, maka diketahui bahwa nilai signifikansi 0,113 lebih besar dari 0,05 atau $0,113 \geq 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan diantara variabel-variabel independen ada atau tidak pada model regresi dan bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan kesimpulan. Dengan melihat nilai tolerance dan variance factor (VIF) dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut bebas dari multikolinieritas atau tidak terjadi gejala multikolinieritas antar variabel independen, apabila nilai VIF < 10 dan nilai tolerance $> 0,10$ yang artinya tidak terjadi gejala multikolinieritas. Berikut hasil pengujiannya:

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinieritas

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Collinearity Statistics | |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 8.566 | 3.064 | | |
| | Biaya Pemasaran | .320 | .081 | .991 | 1.009 |
| | Gaji Karyawan | .209 | .092 | .991 | 1.009 |

Dari hasil perhitungan, didapatkan nilai tolerance pada masing-masing persamaan lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Nilai tolerance untuk variable Biaya Pemasaran (X_1) dan Gaji Karyawan (X_2) adalah 0,991 lebih besar dari 0,10. Sedangkan untuk nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk variabel Biaya Pemasaran (X_1) dan Gaji Karyawan (X_2) adalah 1,009 lebih kecil dari 10. Jadi dapat disimpulkan pada model regresi tidak mengandung multikolinieritas. Artinya bahwa variabel bebas tidak saling mempengaruhi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda bertujuan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut hasil pengujianya:

Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | Sig. |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | |
| 1 | (Constant) | 4.021 | 1.129 | | .001 |
| | Biaya Pemasaran | .299 | .033 | .610 | .000 |
| | Gaji Karyawan | .351 | .060 | .396 | .000 |

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + bX_1 + bX_2$$

$$\hat{Y} = 4,021 + 0,299X_1 + 0,351X_2$$

Dari persamaan diatas, maka koefisien regresi dapat diartikan sebagai berikut :

1. Nilai constan (a) = 4,021 berarti apabila Biaya Pemasaran dan Gaji Karyawan bernilai konstan, maka Laba Perusahaan adalah sebesar 4,021.

2. Nilai $bX_1 = 0,299$ berarti bahwa apabila Biaya Pemasaran mengalami peningkatan satu satuan atau 1% maka akan menyebabkan kenaikan terhadap Laba Perusahaan 0,299, jika variabel lain dianggap konstan.
3. Nilai $bX_2 = 0,351$ berarti bahwa apabila Gaji Karyawan mengalami peningkatan satu satuan atau 1% maka akan menyebabkan kenaikan terhadap Laba Perusahaan sebesar 0,351, jika variabel lain dianggap konstan.

Uji Hipotesis

Uji parsial (Uji t) dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 7 Hasil Uji Parsial (Uji t)

| Model | | Unstandardized Coefficients | | t | Sig. |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | | |
| 1 | (Constant) | 4.021 | 1.129 | 3.561 | .001 |
| | Biaya Pemasaran | .299 | .033 | 9.038 | .000 |
| | Gaji Karyawan | .351 | .060 | 5.869 | .000 |

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa:

- a) Nilai t_{hitung} variabel Biaya Pemasaran adalah 9,038 dan t_{tabel} bernilai 1,98498 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,038 > 1,98498$) dan nilai signifikan (sig.) $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Biaya Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Perusahaan Jasa Outsourcing di PT. Aeon Delight Indonesia, dengan demikian hipotesis 1 diterima.
- b) Nilai t_{hitung} variabel Gaji Karyawan adalah 5,869 dan t_{tabel} bernilai 1,98498 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,869 > 1,98498$) dan nilai signifikan (sig.) $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Gaji Karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Perusahaan Jasa Outsourcing di PT. Aeon Delight Indonesia, dengan demikian hipotesis 2 diterima.

Sedangkan uji simultan (Uji F) pada penelitian ini untuk menguji signifikansi pengaruh variabel X terhadap Y secara simultan. Hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 8 Hasil Uji Simultan (Uji F)

| ANOVA ^a | | | | | |
|--------------------|----------------|----|-------------|---|------|
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |

| | | | | | | |
|---|----------|---------|----|--------|--------|-------------------|
| 1 | Regressi | 182.167 | 2 | 91.083 | 64.627 | .000 ^b |
| | Residual | 131.073 | 93 | 1.409 | | |
| | Total | 313.240 | 95 | | | |

a. Dependent Variable: Laba Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Gaji Karyawan, Biaya Pemasaran

c) Berdasarkan perbandingan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan tingkat signifikan 5% menggunakan rumus $F_{tabel} = df1 = k-1, df2=n-k$ di dapatkan rumus $(k;n-k)$, maka menghasilkan angka $(2; 93)$. Berdasarkan nilai $F_{tabel} (2;93)$ adalah 2,70. Sehingga dapat disimpulkan F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} atau $64,627 > 2,70$. Sedangkan untuk nilai Sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Biaya Pemasaran dan Gaji Karyawan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Perusahaan Jasa Outsourcing di PT. Aeon Delight Indonesia, dengan demikian hipotesis 3 diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur proporsi atau persentase atas persentase kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antar nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Jika R^2 semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Hal ini model yang digunakan semakin kuat menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan demikian sebaliknya. Adapun hasil dari perhitungan uji koefisien determinansi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .763 ^a | .582 | .573 | 1.187 |

a. Predictors: (Constant), Gaji Karyawan, Biaya Pemasaran

b. Dependent Variable: Laba Perusahaan

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0,582 atau 58,20% yang berarti bahwa variabel Biaya Pemasaran dan Gaji Karyawan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Laba Perusahaan sebesar 58,20%. Hal ini dapat diartikan bahwa 41,80% dipengaruhi oleh

variabel lain diluar persamaan variabel yang tidak diteliti.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan maka disimpulkan bahwa:

1. Biaya Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Laba Perusahaan Jasa Outsourcing di PT. Aeon Delight Indonesia.
2. Gaji Karyawan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Laba Perusahaan Jasa Outsourcing di PT. Aeon Delight Indonesia.
3. Biaya Pemasaran dan Gaji Karyawan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Laba Perusahaan Jasa Outsourcing di PT. Aeon Delight Indonesia.

Adapun saran yang diberikan sebaiknya PT. Aeon Delight Indonesia meningkatkan biaya pemasaran serta gaji karyawan yang lebih kompetitif sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Mulyadi. (2016). Sistem Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat
- Mangkunegara, A.A.Anwar Prabu. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Harahap, Sofyan Syafri. (2015). Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Jakarta: Rajawali Pers
- Assauri, S. (2015). Manajemen Pemasaran (4 ed.). Jakarta, Indonesia: PT. RajaGrafindo Persada.
- Hasman, Haryaji C. P., Cindy N., & Alfifto (2021). Pengaruh Advertising dan Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. Jurnal manajemen tools, 13(2), ISSN: 2088-3145
- Indrasari, Methiana (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan. Unitomo Press.
- Irawan, Handi. 2002. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta. Elex Media Komputindo
- Toruan, Rachel Mia Lumban, Evi Enitari

- Napitupulu, Nurhawati Simamora, Mega Ulva Sari Sihombing, and Sinilia Bohalima. "Pelatihan Membaca dan Menulis Naskah Berita pada Siswa/i di SMA Negeri 5 Medan." *Jurnal Abdimas Mutiara* 6, no. 1 (2025): 56-61.
- Toruan, Rachel Mia Lumban, et al. "Pelatihan Membaca dan Menulis Naskah Berita pada Siswa/i di SMA Negeri 5 Medan." *Jurnal Abdimas Mutiara* 6.1 (2025): 56-61.
- Napitupulu, E. E., Lumbantoruan, R. M. L., Simanjuntak, O. D. P., Simamora, N., & Luga, N. (2024). Pelatihan Teknik Negosiasi Dalam Organisasi Di Komisi Kepemudaan Keuskupan Agung Medan. *Tour Abdimas Journal*, 3(2), 103-108.
- Lumbantoruan, R., Napitupulu, E., & Zebua, A. (2024). Gaya Komunikasi Seorang Pemimpin Dalam Memotivasi Para Dosen Untuk Melakukan Tridarma. *Jurnal Visi Komunikasi*, 23(01), 31-41.
- Napitupulu, E. E., & Toruan, R. M. L. L. (2023). Efektivitas Komunikasi Verbal Dan Non Verbal Dalam Komunikasi Antarbudaya Progam Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sari Mutara Indonesia. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 5(2), 252-262.
- Toruan, R. M. L. L., Napitupulu, E. E., Sibagariang, E. E., & Halawa, A. P. (2023). Sosialisasi Public Relations dan Manajemen Krisis. *Jurnal Abdimas Mutiara*, 4(2), 163-167.
- Napitupulu, E. E., Toruan, R. M. L. L., & Simanjuntak, M. (2023). Pola komunikasi suami istri dalam penyelesaian masalah di awal masa pernikahan. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 5(1), 47-55.
- Toruan, R. M. L., Napitupulu, E. E., Simamora, N., Sihombing, M. U. S., & Bohalima, S. (2025). Pelatihan Membaca dan Menulis Naskah Berita pada Siswa/i di SMA Negeri 5 Medan. *Jurnal Abdimas Mutiara*, 6(1), 56-61.
- Napitupulu, E. E., Luga, N., & Simamora, N. (2023). Pelatihan public speaking yang baik dan benar bagi mahasiswa yang dilaksanakan di Universitas Sari Mutiara Indonesia. *Jurnal Abdimas Mutiara*, 4(1), 82-85.
- Simanjuntak, O. D. P., Panggabean, E. P. A., Purba, A., & Napitupulu, E. E. (2023). Pemanfaatan media booklet berbahasa daerah Batak terhadap pengetahuan dan sikap tentang pencegahan karies gigi siswa di SD Negeri Lumbanjulu Kabupaten Toba. *Tour Abdimas Journal*, 2(1), 37-41.
- Napitupulu, E. E., Simamora, N., & Luga, N. (2022). Perubahan Perilaku Komunikasi Anak Semasa Pandemi Covid-19 Di Proses Pembelajaran Daring Sampai pada Pembelajaran Tatap Muka Yang Diadakan Setiap Sekolah Pada Bulan Juli 2020 Di Kota Medan Sumatera Utara. *JURNAL TEKNOLOGI KESEHATAN DAN ILMU SOSIAL (TEKESNOS)*, 4(2), 377-382.
- Luga, N., Lumbantoruan, R. M. L., Napitupulu, E. E., Fitria, R. I., & Sianturi, S. (2023). Analisis Positioning Nike. *JURNAL TEKNOLOGI KESEHATAN DAN ILMU SOSIAL (TEKESNOS)*, 5(1), 244-252.
- Lumban Toruan, R. M. L. (2018). Terpaan Iklan Vivo V7+ dan Minat Membeli Produk (Studi Korelasional Tentang Pengaruh Terpaan Iklan Vivo V7+ Versi Agnez Mo "Clearer Selfie" Di Televisi Terhadap Minat Beli pada Kalangan Mahasiswa USU) (Doctoral dissertation).
- Lumban Toruan, R. M. L. (2021). Efektivitas Aplikasi Ruang Guru sebagai Medium Komunikasi dalam Kegiatan Bimbingan Belajar Daring di Kalangan Siswa SMA di Kota Medan (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Lumbantoruan, R. M. L., Napitupulu, E. E., Luga, N., Samosir, C., & Zega, H. (2023). Pola Komunikasi Antara Dosen Dan Mahasiswa Dalam Proses Pembelajaran Mata Kuliah Hubungan Internal Dan Eksternal. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 5(1), 253-260.
- Lumbantoruan, R. M. L. (2023). Ceramah Tentang Keterampilan Berbicara. *Jurnal Abdimas Mutiara*, 4(1), 394-397.
- Lumbantoruan, R. M. L., & Napitupulu, E. E. (2023). Pengabdian Masyarakat Bertajuk Satu Langkah Kecil untuk Semangat Berbagi. Altifani: *Jurnal Pengabdian*

- Masyarakat Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, 3(2), 155-164.
- NAPITUPULU, EVI ENITARI (2020) REVITALISASI ULOS DALAM MENDUKUNG EKONOMI KREATIF SAMOSIR SUMATERA UTARA. S2 thesis, Universitas Mercu Buana Jakarta
- Napitupulu, E. E., & Toruan, R. M. L. L. (2023). Efektivitas Komunikasi Verbal Dan Non Verbal Dalam Komunikasi Antarbudaya Progam Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sari Mutara Indonesia. Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos), 5(2), 252-262.
- Napitupulu, E. E., Toruan, R. M. L. L., & Simanjuntak, M. (2023). Pola Komunikasi Suami Istri Dalam Penyelesaian Masalah Di Awal Masa Pernikahan. Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos), 5(1), 47-55.
- Simamora, N., Ginting, S., Lumbantoruan, R. M. L., Bohalima, S., & Telaumbanua, D. M. (2023). Komunikasi Antar Pribadi Dalam Mempertahankan Kepuasan Pelanggan. JURNAL TEKNOLOGI KESEHATAN DAN ILMU SOSIAL (TEKESNOS), 5(1), 236-243.
- Sitepu, Y. S., Februati Trimurni, & Lumbantoruan, R. M. L. (2023). Pelatihan Pembuatan Konten Literasi Digital Berbasis Kearifan Lokal di Radio Komunitas Desa (RKD) di Kabupaten Deli Serdang . Jurnal SOLMA, 12(3), 1100–1109.
<https://doi.org/10.22236/solma.v12i3.13103>
- Ginting, S., Lumbantoruan, R. M. L., Luga, N., Gulo, N. H., & Harefa, S. B. (2023). Pemanfaatan Media Komunikasi Dan Informasi Sebagai Pembangunan Nasional. JURNAL TEKNOLOGI KESEHATAN DAN ILMU SOSIAL (TEKESNOS), 5(1), 218-226.
- Sihombing, M., Luga, N., Lumbantoruan, R. M. L., Laia, H. A. M., & Buulolo, E. (2023). Komunikasi Virtual Melalui Media Instagram Pada Remaja. JURNAL TEKNOLOGI KESEHATAN DAN ILMU SOSIAL (TEKESNOS), 5(1), 227-235.
- Toruan, R. M. L. L., Napitupulu, E. E., Sibagariang, E. E., & Halawa, A. P. (2023). Sosialisasi Public Relations dan Manajemen Krisis. Jurnal Abdimas Mutiara, 4(2), 163-167.