

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1. Tinjauan terhadap Obyek Penelitian

1. 1. 1. Sejarah Suara Muslim Radio Network

Suara Muslim Radio Network (SMRN) berawal dari pendirian Perseroan Terbatas (PT) Radio Shamsindo Indonusa dengan nama Radio 93,8 Sham FM Suara Muslim Surabaya. Hal ini dilatarbelakangi kepedulian para pendirinya kepada masyarakat usia produktif yang haus akan informasi yang mendidik atau edukatif, memberikan pencerahan kepada wawasan namun juga menghibur dan dapat dinikmati. Para perintis SMRN menyadari bahwa masyarakat usia produktif merupakan pilar utama pengisi pembangunan sekaligus sebagai tumpuan bangsa, memiliki posisi penting dalam kehidupan berbangsa dan bernegara karena mereka adalah pelaku dan pengambil keputusan di tiap bidang yang sesuai dengan perannya. Kehadiran Radio 93,8 Sham FM Suara Muslim Surabaya diharapkan dapat menjadi wadah pencerahan dan pendidikan bagi masyarakat usia produktif, dan agar dapat meningkatkan kualitas wawasan intelektual, sikap serta akhlak yang baik dari setiap pendengarnya.

Semangat pendirian Radio 93,8 Sham FM Suara Muslim Surabaya yang saat ini menjadi Suara Muslim Radio Network merupakan bentuk tanggung jawab dan komitmen sosial para pendirinya untuk mendidik sekaligus menyebarkan nilai-nilai kebaikan dengan cita-cita yang mulia yaitu terbentuknya masyarakat yang bermoral, berakhlak, dan berbudaya luhur. Selain itu juga bertujuan menanamkan moral yang baik serta mencerdaskan bangsa agar makin produktif dengan cara yang sesuai aturan serta norma sosial yang berlaku. Komitmen Radio 93,8 Sham FM Suara Muslim Surabaya adalah memberikan pencerahan dengan siaran yang sehat, mendidik, dan bertanggung jawab. Sebagai pemain baru dalam dunia *broadcasting* khususnya di Surabaya dan umumnya Jawa Timur, Radio 93,8 Sham FM Suara Muslim Surabaya memberikan warna dan format baru bagi khalayak pendengar dengan tidak meninggalkan kodrat radio yang berfungsi untuk menyampaikan pesan atau berita, mendidik serta menghibur.

1. 1. 2. Aspek Legalitas

PT. Radio Shamsindo Indonusa atau Radio 93,8 Sham FM Suara Muslim Surabaya didirikan dengan akta notaris Liliek B, SH. Nomor 29 tanggal 12 September 2007, akta pembetulan oleh notaris Liliek B, SH. Nomor 30 tanggal 30 April 2008, akta berita acara Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) oleh notaris Emil Zulkarnain, SH., MKn. Nomor 6 tanggal 16 September 2013 dan pengesahan dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (HAM) Nomor AHU-26812.AH.01.01 tanggal 21 Mei 2008. *Call sign* berdasarkan Ijin Siaran Radio (ISR) nomor 01607373-000SU/2020132014 yang diterbitkan Kementerian Komunikasi dan Informasi adalah PM6FDE, dengan nama stasiun udara 93,8 Sham FM Suara Muslim Surabaya. Saat ini, 93,8 Sham FM Suara Muslim Surabaya bersama radio 89,9 Sentral FM Lumajang dan 88,5 Prima FM Madiun bergabung dalam jaringan radio bernama Suara Muslim Radio Network (SMRN). Kantor pusat dan studio utama SMRN berlokasi di Jalan Dinoyo Nomor 57, Surabaya.

1. 1. 3. Visi, Misi dan Prinsip Siaran

Visi Suara Muslim Radio Network adalah “Menjadi jaringan radio (*networked radio station*) Islam nomor satu di Indonesia”.

Sedangkan misinya terdiri dari lima hal yaitu:

1. Menyiarkan materi keIslaman yang shahih secara elegan, edukatif dan informatif.
2. Menerapkan manajemen profesional, berorientasi kemajuan dan tetap berpegang pada kaidah syar'i.
3. Menghasilkan SDM unggulan dan berkompentensi tinggi dalam bidang dakwah media elektronik.
4. Menggunakan teknologi terkini secara optimal dan ramah lingkungan.
5. Meningkatkan kesejahteraan karyawan dan kepuasan pendengar serta pemangku kepentingan lainnya.

Dalam melaksanakan siarannya, SMRN menerapkan prinsip “*Shining, Uniting, Soothing*” atau “Mencerahkan, Menyatukan, Menyejukkan”. Mencerahkan artinya bersiaran dengan cara penyampaian yang penuh hikmah, bijaksana, empati kepada pendengar dan mencerdaskan. Menyatukan artinya menyampaikan dengan santun baik dari sisi bahasa, konten maupun kepribadian udara (*air personality*),

mengutamakan persatuan umat, menghindari perdebatan. Sedangkan menyejukkan artinya menasehati dengan cara yang baik, tidak menggurui, menjelaskan secara tuntas, tidak menghakimi, memperbanyak bacaan/*murottal* Al Qur'an serta minimalisir lagu dan musik.

1. 1. 4. Perkembangan Usaha

Berawal dengan konsep usaha *single radio station*, saat ini SMRN berkembang menjadi *networked radio station* dengan tiga stasiun radio di Jawa Timur yaitu:

Tabel 1.1
Anggota Suara Muslim Radio Network/SMRN

Nama Perseroan	Nama Stasiun	Wilayah Siar
PT. Radio Shamsindo Indonusa	93,8 Sham FM Surabaya	Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan
PT. Suara Sentral Asia	89,9 Sentral FM Lumajang	Lumajang, Jember, Probolinggo, Banyuwangi
PT. Radio Prima Suara Mitra	88,5 Prima FM Madiun	Madiun, Caruban, Ngawi, Magetan, Ponorogo

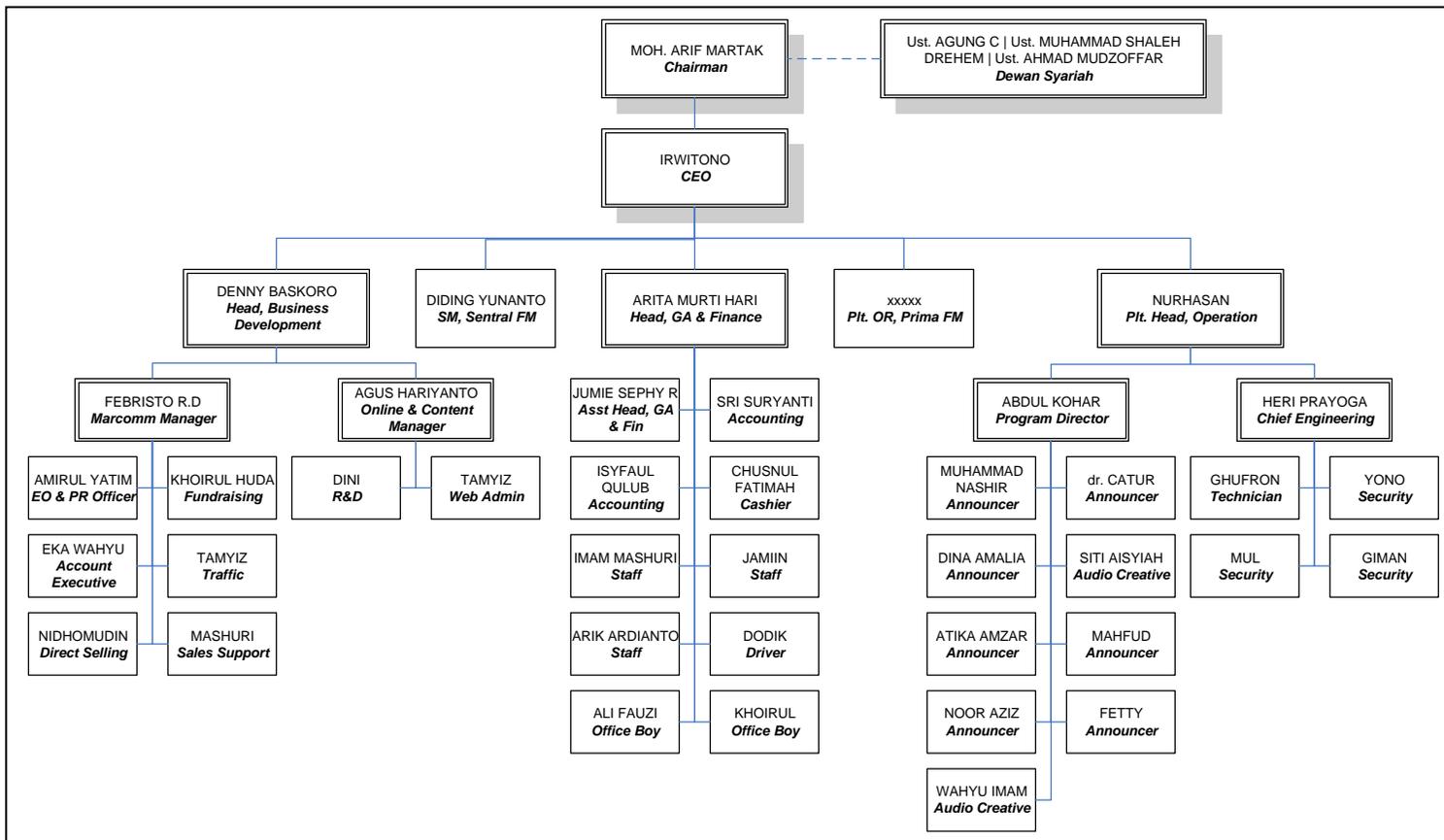
(sumber: data internal perusahaan, 2015)

SMRN menargetkan akan mempunyai tiga stasiun radio tambahan lagi dalam tiga tahun ke depan, sehingga total akan ada enam stasiun radio anggota SMRN di akhir tahun 2018.

1. 1. 5. Struktur Organisasi

Dalam struktur organisasi SMRN ada tiga unit kerja utama yaitu *Operation*, *Business Development* dan *General Affair (GA) and Finance*. *Operation* membawahi unit kerja Program dan *Engineering*, *Business Development* membawahi unit kerja pemasaran/*marketing*, humas/*communication*, *event organizer* (EO), web dan *online development* sedangkan *GA and Finance* membawahi unit kerja keuangan, *Human Resources Development* (HRD) serta kerumahtanggaan.

Berikut adalah struktur organisasi SMRN:



(sumber: data internal perusahaan, 2014)

Gambar 1.1
Struktur Organisasi Suara Muslim Radio Network

1. 2. Latar Belakang Masalah

1.2.1. Industri Radio dalam Era Persaingan

Radio sebagai salah satu bagian dari jenis jurnalistik dan media promosi saat ini mengalami persaingan yang semakin ketat, sebagai akibat dari pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Sejak pertama kali ditemukan oleh Guglielmo Marconi di tahun 1896, hingga saat ini radio telah mengalami banyak perubahan luar biasa dari semua aspek. Perkembangan teknologi *Amplitudo Modulation* (AM) dan *Frequency Modulation* (FM) hingga *Digital Audio Broadcasting* (DAB) berdampak tidak hanya pada aspek regulasi tetapi juga komersial dan pemanfaatannya. Menurut Subagijo (2012:5) di Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat sampai dengan bulan November 2012 tercatat ada 1.376 stasiun radio dan sebagian besar beroperasi lebih dari 20 jam per hari. Menurut *Nielsen Media Research*, pada tahun 2014 tingkat konsumsi radio di kota-kota baik di Jawa maupun luar Jawa hanya 20%, kalah dibandingkan dengan televisi (95%), disusul oleh internet (33%) dan masih di atas surat kabar (12%), tabloid (6%) serta majalah (5%). Konsumen di luar Jawa lebih banyak mendengarkan radio (37%) dibandingkan dengan konsumen di Jawa (18%).

(Sumber: <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html>, diakses tanggal 19 September 2015).

Ditinjau dari aspek bisnis, radio yang awal mulanya hanya sekedar sebagai sarana komunikasi dan media informasi publik dengan fungsi sosial melayani masyarakat, lambat laun berkembang menjadi penyampai pesan komersial atau media periklanan. Sebagai sebuah industri periklanan, radio saat ini mengalami dua kompetisi sekaligus yaitu kompetisi antar sesama stasiun radio dan kompetisi dengan media iklan lain seperti televisi, koran, majalah, *outdoor advertising* serta internet. Kecenderungan yang terjadi saat ini adalah semakin menurunnya *market share* iklan yang didapatkan industri radio, kalah dibandingkan media iklan lainnya. Dalam 20 tahun terakhir terjadi penurunan pendapatan iklan radio swasta (*Radio Advertising Expenditure/RADEX*) yang sangat signifikan dibandingkan dengan keseluruhan media (*Advertising Expenditure/ADEX*). Di tahun 1983 RADEX memperoleh porsi Rp. 30 milyar atau 7% dari total ADEX sebesar Rp. 176 milyar. Angka tersebut masih bisa mencatat kenaikan dalam sepuluh tahun, di mana pada tahun 1993 RADEX menjadi Rp. 113 milyar atau 8,2% dari ADEX senilai Rp. 1.381 milyar atau

sekitar Rp. 1,4 trilyun. Sepuluh tahun kemudian, meskipun secara nominal RADEX mencatat perkembangan positif sebesar Rp. 491 milyar namun secara proporsional mulai menurun menjadi 2,6% dari total ADEX senilai Rp. 19 trilyun. Dan pada 2013 RADEX semakin menurun menjadi 0,9% dengan nilai Rp. 1 trilyun dibanding ADEX Rp. 113 trilyun. Selengkapnya dapat dilihat di tabel berikut:

Tabel 1.2
Kinerja Industri Media Radio 1983 – 2013

Tahun	RADEX		ADEX
	Rp. M	%	Rp. M
1983	30	7,0	176
1984	14	7,8	180
1985	19	8,8	215
1986	23	10,2	226
1987	32	11,9	270
1988	38	12,1	314
1989	73	15,2	481
1990	105	16,4	639
1991	105	12,6	836
1992	100	9,7	1.027
1993	113	8,2	1.381
1994	139	6,1	2.286
1995	170	5,1	3.335
1996	189	4,6	4.140
1997	206	4,0	5.094
1998	136	3,6	3.757

Tahun	RADEX		ADEX
	Rp. M	%	Rp. M
1999	187	3,3	5.612
2000	257	3,3	7.889
2001	329	3,4	9.795
2002	413	3,1	13.297
2003	491	2,6	19.093
2004	612	2,4	25.230
2005	537	1,9	27.913
2006	527	1,6	32.294
2007	525	1,4	37.218
2008	584	1,3	44.894
2009	582	1,2	48.500
2010	630	1,3	81.900
2011	639	0,9	71.000
2012	828	0,9	92.000
2013	1.017	0,9	113.000

(sumber: Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia/P3I dan Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia/PRSSNI)

Semakin menurunnya prospek bisnis iklan di radio membuat perusahaan radio harus berupaya keras agar tetap bisa bertahan dalam persaingan. Ide kreatif dalam hal program, *outside broadcast*, membuat *event* adalah sebagian dari cara-cara yang dilakukan untuk menarik semakin banyak pendengar sekaligus menarik pengiklan baik yang bersifat *direct advertiser* maupun *advertising agency*.

Persaingan ketat dalam industri media radio membutuhkan Sumber Daya Manusia/SDM yang berkualitas dan berkompotensi tinggi, sebagaimana disebutkan oleh Prayudha dan Munaf (2013:9), bahwa SDM dalam industri radio adalah aset perusahaan yang sangat penting untuk mencapai tujuan bisnis. Media radio adalah industri yang mengandalkan kecepatan dan ketepatan pemberitaan dalam kesempatan pertama, artinya setiap peristiwa yang terjadi atau informasi yang penting bagi pendengar harus segera disampaikan dengan akurasi yang baik tanpa menambah atau mengurangi esensi materi yang disiarkan. Oleh karena itu karyawan media radio selain harus mempunyai kreativitas tinggi juga harus memiliki wawasan dan pengetahuan yang luas serta kondisi fisik yang prima. Karyawan juga harus bisa bekerja dengan ritme kerja cepat dan dalam tekanan yang besar terutama jika berkaitan dengan tenggat waktu atau *deadline* mengingat materi harus disiarkan sesuai jadwal yang telah ditentukan dalam *rundown* acara atau yang biasa disebut dengan istilah *hot clock*.

1.2.2. Kondisi Internal Organisasi Suara Muslim Radio Network

Tuntutan kerja yang ketat seperti dijelaskan di atas memerlukan karyawan yang mempunyai ketrampilan dan kemampuan kerja yang tinggi agar menghasilkan kinerja yang bagus. Kinerja karyawan yang bagus dapat diketahui dari penilaian kinerja yang dilaksanakan secara berkala. SMRN menerapkan penilaian kinerja karyawan sebagaimana terdapat di Lampiran A. Penilaian kinerja karyawan dilaksanakan setiap tiga bulan untuk semua karyawan oleh masing-masing atasan langsung dan hasilnya mempengaruhi penerimaan gaji (*take home pay*) setiap karyawan. Oleh karena itu gaji karyawan SMRN bisa berubah setiap tiga bulan, tergantung kinerja masing-masing.

Dalam sebuah *general meeting* seluruh karyawan di akhir tahun 2014 manajemen SMRN menyepakati sebuah gagasan perubahan konsep kerja yang lebih baik. Manajemen dan karyawan menyadari pentingnya merumuskan nilai-nilai yang merupakan cerminan ciri dan sifat organisasi, atau yang disebut dengan budaya organisasi. Sebagaimana disebutkan oleh Mangkunegara (2005:113) bahwa budaya organisasi adalah seperangkat asumsi atau sistem keyakinan, nilai-nilai dan norma yang dikembangkan dalam organisasi yang dijadikan pedoman tingkah laku bagi anggotanya untuk mengatasi masalah adaptasi eksternal dan integrasi internal.

Budaya organisasi tersebut diharapkan dapat meningkatkan kebanggaan dan loyalitas seluruh karyawan sebagai bagian dari SMRN serta menciptakan kondisi kerja yang kondusif. Kebanggaan, loyalitas dan kondisi kerja yang kondusif itu diharapkan dapat meningkatkan semangat kerja seluruh karyawan dan pada akhirnya meningkatkan kinerja karyawan.

Budaya organisasi Suara Muslim Radio Network adalah “1 – 2 – 5” yaitu 1 Dasar, 2 Pilar, 5 Sikap. Aspek 1 Dasar adalah Cinta Subuh, yaitu komitmen seluruh karyawan untuk sholat Subuh berjamaah di masjid bagi laki-laki dan di rumah di awal waktu bagi karyawan perempuan. Aspek 2 Pilar adalah Profesional dan Kerjasama/*Teamwork*, dan implementasinya adalah aspek 5 Sikap yaitu Amanah, Amal Terbaik, Disiplin, Kekeluargaan serta Saling Menasihati. Penerapan budaya organisasi ini diharapkan dapat menumbuhkan komitmen kuat karyawan dalam melaksanakan tugas-tugas yang menjadi tanggung jawab dan amanahnya.

Budaya organisasi SMRN terdapat dalam gambar berikut:



Gambar 1.2
Budaya Suara Muslim Radio Network

Manajemen SMRN juga selalu berusaha agar karyawan mencapai tingkat kepuasan kerja maksimal, sehingga diharapkan karyawan dapat bekerja dengan sungguh-sungguh, bertanggung jawab, loyal dan berdedikasi tinggi. Karyawan dengan karakteristik tersebut diharapkan dapat menghasilkan prestasi kerja yang bagus, meskipun menurut Siagian (2007:295) bahwa membahas kepuasan kerja bukanlah hal yang sederhana, salah satu buktinya ialah sukarnya menemukan jawaban pertanyaan apakah ada kaitan antara kepuasan kerja dengan prestasi seseorang. Masih menurut Siagian (2007:297), terlepas dari faktor-faktor apa yang dijadikan sebagai alat pengukur kepuasan kerja, tetap penting untuk mengusahakan agar terdapat korelasi positif antara kepuasan dengan prestasi kerja karyawan.

Manajemen SMRN menyadari, bahwa perusahaan yang gagal meningkatkan kepuasan kerja karyawan pada akhirnya sulit mengharapkan peningkatan kinerja karyawannya. Salah satu tolok ukur kepuasan karyawan adalah tingkat keluar masuk/*turnover* karyawan, sebagaimana disebutkan oleh Gomes (2003:173) bahwa jika pekerja merasa tidak puas maka ia mulai berpikir untuk pindah kerja. *Turnover* karyawan yang tinggi tidak baik untuk perkembangan perusahaan media seperti SMRN, karena awak media yang mudah berpindah perusahaan dikhawatirkan ikut membawa konsep dan ide kreatif yang menjadi salah satu unsur vital perusahaan media. SMRN menghadapi permasalahan *turnover* karyawan tersebut, tergambar dalam tabel sebagai berikut:

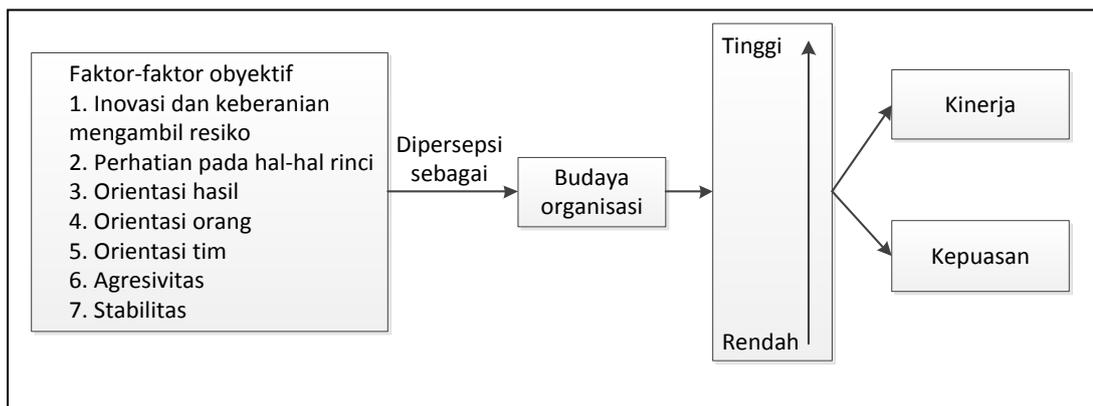
Tabel 1.3

***Turnover* Karyawan**

Tahun	Keluar	Jumlah Karyawan	Rasio Karyawan Keluar/ Jumlah Karyawan
2010	8	22	36,4%
2011	3	24	12,5%
2012	9	30	30,0%
2013	6	30	20,0%
2014	6	36	16,7%

(sumber: data internal perusahaan, 2014)

Penelitian tentang budaya organisasi, kepuasan karyawan dan kinerja karyawan diharapkan dapat membantu manajemen SMRN dalam merumuskan strategi pengelolaan SDM dengan lebih baik, dalam hal ini dilihat dari dua aspek yaitu kepuasan kerja karyawan dan kinerja karyawan. Manajemen SMRN meyakini, budaya organisasi yang kuat dapat berpengaruh kepada kepuasan kerja karyawan dan kinerja karyawan, sebagaimana disebutkan oleh Robbins dan Judge (2008:286) bahwa para karyawan membentuk persepsi subyektif yang utuh tentang organisasi berdasarkan faktor-faktor seperti tingkat toleransi terhadap risiko, penekanan pada tim dan dukungan orang. Persepsi ini pada dasarnya lalu menyusun kultur atau kepribadian organisasi. Persepsi-persepsi yang baik ataupun yang tidak selanjutnya memengaruhi kinerja dan kepuasan karyawan, dengan dampak yang semakin besar dengan semakin kuatnya kultur. Hal ini dapat dilihat dalam gambar berikut.



(Sumber: Robbins dan Judge, 2008:286)

Gambar 1.3

Dampak Kultur Organisasi terhadap Kinerja dan Kepuasan Karyawan

Perumusan dan sosialisasi budaya organisasi pada akhir tahun 2014 segera ditindaklanjuti oleh manajemen SMRN dengan berbagai program pendukung, salah satunya adalah dengan melaksanakan penilaian kinerja karyawan sebagai salah satu bentuk evaluasi. Hal ini sesuai dengan rumusan teori Robbins dan Judge di atas, bahwa kultur atau budaya organisasi mempunyai dampak terhadap kepuasan kerja dan kinerja karyawan. Berikut ini adalah penilaian karyawan Departemen Program dalam triwulan I tahun 2015 yang didapatkan dari data internal perusahaan.

Tabel 1.4
Penilaian Kinerja Karyawan Departemen Program Triwulan I Tahun 2015

No	Aspek Penilaian	Ais	Nashir	Mahfud	Elsa	Dina	Catur	Aziz	Wahyu	Hufron	Rifhan
1	Cinta Subuh	3	4	4	4	3	3	1	2	3	4
2	Disiplin waktu	1	1	3	1	1	4	4	2	1	3
3	Tanggung jawab	4	4	1	4	1	4	3	2	3	4
4	Keuletan	4	4	2	4	3	3	4	2	4	4
5	Inisiatif	4	3	2	3	3	2	2	3	3	3
6	Kejujuran	4	4	3	4	3	4	3	2	4	4
7	Kerjasama	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3
8	Sikap dan tingkah laku	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3
9	Perencanaan kerja	4	2	1	3	3	2	2	2	2	3
10	Pengambilan keputusan	3	2	1	3	4	3	3	2	2	3
11	Kinerja fisik	2	4	4	2	3	4	3	1	3	3
12	Kompetensi pekerjaan	4	4	2	3	4	3	2	3	3	4
Rata-rata		3,2	3,3	2,4	3,0	2,8	3,2	3,0	2,3	2,7	3,4
Nilai		B	B	C	B	B	B	B	C	B	A

(sumber: data internal perusahaan, 2015)

Dari pemahaman terhadap teori keterkaitan antara budaya organisasi, kepuasan kerja karyawan dan kinerja karyawan serta kondisi organisasi Suara Muslim Radio Network yang menjadi latar belakang masalah tersebut, penulis mengambil judul penelitian ini yaitu “Pengaruh Budaya Organisasi dan Kepuasan Kerja Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Suara Muslim Radio Network”.

1. 3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan di awal, maka pertanyaan penelitian yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa kuat budaya organisasi Suara Muslim Radio Network?
2. Seberapa tinggi kepuasan kerja karyawan Suara Muslim Radio Network?
3. Seberapa tinggi kinerja karyawan Suara Muslim Radio Network?
4. Bagaimana pengaruh budaya organisasi dan kepuasan kerja karyawan secara simultan terhadap kinerja karyawan Suara Muslim Radio Network?
5. Bagaimana pengaruh budaya organisasi secara parsial terhadap kinerja karyawan Suara Muslim Radio Network?
6. Bagaimana pengaruh kepuasan kerja karyawan secara parsial terhadap kinerja karyawan Suara Muslim Radio Network?

1. 4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui tingkat penerapan budaya organisasi Suara Muslim Radio Network.
2. Mengetahui tingkat kepuasan karyawan Suara Muslim Radio Network.
3. Mengetahui tingkat kinerja karyawan Suara Muslim Radio Network.
4. Mengetahui pengaruh budaya organisasi dan kepuasan karyawan secara bersama-sama atau simultan terhadap kinerja karyawan Suara Muslim Radio Network.
5. Mengetahui pengaruh budaya organisasi secara parsial terhadap kinerja karyawan Suara Muslim Radio Network.
6. Mengetahui pengaruh kepuasan karyawan secara parsial terhadap kinerja karyawan Suara Muslim Radio Network.

1. 5. Kegunaan Penelitian

Setelah dilaksanakan dan dianalisis hasilnya, penelitian ini dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Memberi tambahan wawasan teoritis tentang pengaruh budaya organisasi dan kepuasan karyawan terhadap kinerja karyawan.
2. Memperkaya khasanah penelitian dalam bidang manajemen Sumber Daya Manusia dalam organisasi.
3. Membantu perusahaan, dalam hal ini SMRN, untuk menjaga konsistensi penerapan budaya organisasi dan memperhatikan tingkat kepuasan karyawan agar mendukung tercapainya kinerja karyawan.
4. Membantu perusahaan dalam merumuskan strategi manajemen SDM yang lebih baik, khususnya dalam penerapan budaya organisasi, peningkatan kepuasan karyawan dan pencapaian kinerja karyawan yang optimal.

1. 6. Sistematika Penulisan

Agar pembahasan tesis ini terstruktur rapi, maka penulisannya dibuat dengan tata urut yang terdiri dari lima bab. Sistematikanya adalah sebagai berikut:

Bab I PENDAHULUAN.

Bab ini berisi tentang tinjauan terhadap obyek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan. Bab ini merupakan gambaran awal dari apa yang akan dilakukan dalam penelitian.

Bab II TINJAUAN PUSTAKA.

Bab ini berisi kajian teori yang terkait dengan permasalahan penelitian yaitu tentang budaya organisasi, kepuasan kerja karyawan dan kinerja karyawan.

Bab III METODOLOGI PENELITIAN.

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, operasional variabel dan skala pengukuran, tahapan penelitian, populasi dan penentuan sampel, teknik pengumpulan dan pengolahan data serta teknik analisis yang digunakan.

Bab IV ANALISA DAN PEMBAHASAN.

Bab ini berisi kerangka uji yang digunakan, analisis masalah dan alternatif pemecahan masalah.

Bab V KESIMPULAN DAN SARAN.

Bab ini berisi pernyataan kembali masalah, penjelasan singkat dan prosedur penelitian, temuan-temuan prinsip hasil penelitian, kesimpulan penelitian dan rekomendasi untuk perusahaan yang menjadi obyek penelitian.