

Dampak Komunikasi dan Kepercayaan terhadap Performa Tim Manajemen Wakaf Air Minum di Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto

Joko Wiyono^{a*}

^aProgram Studi Manajemen Bisnis Syariah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Riyadlul Jannah Mojokerto

*Koresponden penulis: azzamnoval@gmail.com

Abstract

The achievement of organizational goals in Islam is strongly influenced by the performance of its leaders. Quality of Organizational Communication with the strength of a leadership position to create a strong influence on subordinates and colleagues is seen as an indicator of a good leader. The purpose of this study was to analyze the influence of communication simultaneously, partially and dominantly on the variables of communication and trust on team performance. The research method explains that the location of Waqf Drinking Water Management in Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto as a Government Institution, the type of research is explanatory research, namely research that aims to determine the relationship between the two variables Communication and Trust on Team Performance. The population of the study was the employees of Waqf Drinking Water Management at the Riyadlul Jannah Islamic Boarding School Pacet Mojokerto. The number of samples was 93 people, while the data analysis used multiple linear regression. The results showed that: 1) There was a simultaneous effect of communication and trust on team performance. 2) There is a partial effect of communication on team performance and there is a partial effect of trust on team performance. 3) communication has a more dominant effect on team performance than trust.

Keywords: *Communication, Trust, Team Performance*

A. Latar Belakang

Aktivitas bisnis adalah fungsi yang bermanfaat secara sosial dalam Islam; Nabi Muhammad terlibat dalam perdagangan untuk sebagian besar hidupnya. Oleh karena itu Islam memuat aturan-aturan yang mengatur perilaku bisnis, kebebasan ekonomi pasar, dan pemecahan masalah selama perdagangan barang dan jasa, yang semuanya harus didasarkan pada memaksimalkan kepentingan individu dan masyarakat, serta non-profit sharing. (Al-Buraiy, 2004 dalam Sandıkcı & Rice, 2011:212). Beberapa nilai dasar tersebut antara lain kejujuran, keikhlasan niat, rasa hormat, kebaikan, kedamaian, kesucian, kesopanan dan kebersamaan. Lebih lanjut, bagi umat Islam, branding tidak dapat dipisahkan dari iman (Alserhan, 2010 dalam Sandıkcı & Rice, 2011:212). Misalnya, hubungan dagang mencerminkan niat yang tulus oleh dua pihak bisnis untuk melakukan perbuatan baik, bukan hanya mendapatkan keuntungan materi yang nyata dari transaksi tersebut (Alserhan, 2010). Logika ini mempengaruhi semua domain pemasaran Islam: manufaktur, penjualan, periklanan, pembelian dan sebagainya (Sandıkcı & Rice, 2011:212). Itulah etika bisnis yang dalam ajaran Islam menjadi pedoman bagi terwujudnya kemanusiaan yang bermartabat dengan mengacu kepada prinsip kemashlahatan berbagai aspek (Susminingsih, 2020)

Aturan Al-Qur'an dan sunnah dengan demikian mengatur empat elemen bauran pemasaran (produk/jasa, promosi, harga dan tempat). Dalam diskusi berikut, kami

memeriksa empat P ini dalam kaitannya dengan Islam dan praktik pemasaran saat ini. Kemudian kami memeriksa berbagai industri dan kategori produk, dengan tujuan menyoroti praktik saat ini dalam pemasaran Islam dari perspektif strategi pemasaran internasional (Sandıkcı & Rice, 2011:212).

Setiap organisasi mempunyai tujuan yang ingin dicapai dalam menjalankan aktivitasnya, Organisasi Harus Mempunyai Tujuan yang Jelas Organisasi dibentuk atas dasar adanya tujuan yang ingin dicapai (Nathaniel, 2020:85). khususnya dalam masa globalisasi saat ini yang penuh dengan persaingan di dunia usaha. Dalam menjalankan aktivitas-aktivitasnya organisasi harus mampu memanfaatkan setiap aspek-aspek sumber daya yang dimilikinya, seperti manusia, mesin, material, modal, metode dan sebagainya (Pujiono, 2017). Salah satu aspek sumber daya yang terutama adalah sumber daya manusia yang terdapat di dalam organisasi tersebut yang berfungsi sebagai roda penggerak aktivitas organisasi (Siregar et al., 2020). Oleh karena itu, organisasi dituntut untuk mengelola sumber daya manusia yang dimiliki dengan baik demi kelangsungan hidup dan kemajuan organisasi (Awaludin & Rahman, 2019). Dengan demikian keberhasilan dalam proses operasional organisasi sangat ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia yang dalam hal ini adalah pegawai (Darmawan, 2008:43).

Munculnya Ide atau gagasan kreatif dan inovatif manusia telah menghasilkan produktivitas manusia yang tidak terbatas. Kreativitas dan semangat inovasi pada setiap manusia ada pada setiap diri manusia baik dalam kesendiriannya sebagai individu maupun sebagai anggota organisasi, sehingga manusia akan selalu berpotensi untuk menghasilkan produktivitas secara terus menerus. Dan salah satu wujud dari pelaksanaan atau penyampaian gagasan dalam setiap organisasi adalah berjalannya komunikasi organisasi yang baik (Al et al., 2019:213). Tubbs dan Moss (1996:166) dalam Al et al., (2019:213), mengatakan beberapa ciri utama komunikasi organisasional adalah faktor struktural dalam organisasi yang mengharuskan para anggotanya bertindak sesuai dengan peranan yang diharapkan. Sedangkan Devito (1997:340) dalam Al et al., (2019:213), menyatakan bahwa komunikasi organisasi adalah proses pengiriman serta penerimaan pesan di dalam organisasi, baik dalam komunikasi formal maupun komunikasi informal. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi pada organisasi (Al et al., 2019:213). Komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya tidak pada organisasinya sendiri, tetapi lebih pada para anggotanya secara individual.

Pencapaian tujuan organisasi juga sangat dipengaruhi oleh kinerja para pemimpinnya (Suhady & Indonesia, 2002:13). Kombinasi kualitas komunikasi organisasi dengan kekuatan yang ada dalam posisinya sebagai pimpinan untuk menciptakan pengaruh yang kuat kepada bawahan dan koleganya dipandang sebagai indikator dari pemimpin yang baik. Menurut (Sihotang, 2007:258) komunikasi organisasi adalah Keseluruhan aktivitas dalam rangka mempengaruhi orang-orang, agar mau bekerja sama untuk mencapai tujuan yang memang dikehendaki bersama. Pegawai berfungsi sebagai pelaksana dalam mencapai tujuan organisasi, bahkan fasilitas kerja yang berupa mesin-mesin atau peralatan canggih pun memerlukan tenaga kerja sebagai operatornya. Dalam

konteks kelompok formal dan cenderung didesain dari sebuah institusi atau organisasi, maka tekanannya adalah pada prosedur dan tugas. Kelompok-kelompok ini lazimnya dibentuk oleh organisasi tertentu untuk membantu kinerja struktur organisasi yang mengalami penurunan kinerjanya. Penurunan kinerja bisa disebabkan rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia ataupun minimnya jumlah SDM, atau ada ketimpangan antara volume pekerjaan dengan SDM. Karena itu, sebuah organisasi mengambil inisiatif membentuk tim yang bisa diambil anggotanya dari luar (*outsourcing*) maupun dari dalam. Tugas tim (*team*) bisa hanya untuk mempersiapkan desain, data, atau materi untuk dijadikan bahan pekerjaan organisasi maupun untuk melaksanakan pekerjaan itu sendiri (Panuju, 2018:73).

Suatu ketika tim bisa juga dikembangkan dari kelompok-kelompok yang ada ketika masing-masing kelompok mengetahui tujuan yang hendak dicapai oleh tim. Ini terjadi misalnya ketika Indonesia ingin membentuk tim kesebelasan nasional yang direkrut dari berbagai kelompok sepakbola. Masing-masing anggota mengetahui bahwa sifat tim hanya sementara untuk menjalani kejuruan tertentu, setelah itu kembali ke kelompoknya masing-masing. Dapat maknai di sini, ketika anggota kelompok masuk dalam tim maka disebut kelompok sekunder, sementara ketika kembali ke kelompok semula masing-masing masuk dalam kelompok primer (Panuju, 2018:73).

Disimpulkan dari keterangan Lijan Poltak (2012: 33) dalam Dewi & Mashar, (2019:120) Dimulai dari penyusunan dan penetapan oleh pimpinan mengenai visi, misi dan tujuan organisasi. Visi, misi dan tujuan tersebut selanjutnya di *break dawn* menjadi sasaran jangka panjang organisasi, selanjutnya sasaran jangka panjang tersebut diteruskan menjadi sasaran tahunan. Dan sasaran tahunan diteruskan menjadi sasaran departemen, divisi, tim, bagian, seksi (satuan kerja lainnya) hingga seluruh jenjang kepegawaian mulai dari pimpinan hingga bawahan. Dipahami bahwa tujuan bersumber dari atas menuju kebawah, dan sebaliknya tanggung jawab dimulai dari bawah menuju keatas. Maka dari itu tujuan manajemen kinerja dapat dijabarkan dengan meningkatkan kinerja individu, tim dan organisasi dalam suatu keterkaitan secara berkesinambungan dalam kurun waktu tertentu, agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal yang patut dipertanyakan adalah Bagaimana jika komunikasi dan kepercayaan dilaksanakan atau setidaknya berjalan dengan baik, maka kinerja tim akan sesuai dengan harapan?, Jika kinerja tim dijalankan sesuai dengan harapan maka pegawai akan melaksanakan komunikasi dan kepercayaan dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan dan kinerja tim akan secara otomatis lepas dari beberapa hal yang mengarahkan kinerja tim pada hal-hal yang tidak diinginkan.

Penelitian dilakukan pada hakekatnya untuk menjawab permasalahan. Harus dapat menjelaskan bahwa keinginan untuk meneliti masalah tersebut timbal, karena peneliti melihat adanya kesenjangan antara yang seharusnya dengan kenyataan di lapangan (Firdaus, 2018:18). Dalam kontek ini komunikasi dan kepercayaan yang berjalan atau dilaksanakan dengan baik sesuai dengan harapan, maka kinerja tim akan baik pula sehingga peran komunikasi dan kepercayaan mampu menciptakan kinerja tim yang seauai dengan harapan.

Dalam praktek komunikasi dan kepercayaan di Pengelolaan Air Minum Wakaf Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto tidak selalu mempengaruhi kinerja tim, oleh karena itu perlu adanya kejelasan kedudukan Pengelolaan Air Minum Wakaf Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto dalam meningkatkan kinerja tim. Dari latar belakang diatas, penulis tertarik menuangkan dalam penelitian yang berjudul: Pengaruh Komunikasi dan Kepercayaan terhadap Kinerja tim di Pengelolaan Air Minum Wakaf Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto.

B. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh secara simultan Komunikasi dan Kepercayaan terhadap Kinerja tim.
2. Menganalisis pengaruh secara parsial Komunikasi dan Kepercayaan terhadap Kinerja tim.

C. Landasan Teori

1. Komunikasi

Memahami pengertian manajemen komunikasi, terlebih dahulu dijelaskan pengertian komunikasi secara umum. Kata komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicatio* yang berarti 'pemberitahuan' atau 'pertukaran pikiran'. Jadi, secara garis besar, dalam suatu proses komunikasi haruslah terdapat unsur- unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran dan pengertian antara komunikator (penyebarnya) dan komunikan (penerima pesan) (Suprpto, 2009:5). Menurut Mulyana (2004:75) dalam Panuju, (2018:243) "komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok." Proses komunikasi dapat diartikan sebagai 'transfer informasi' atau pesan (message) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima sebagai komunikan. Dalam proses komunikasi tersebut bertujuan untuk mencapai saling pengertian (mutual understanding) antara kedua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi. Dalam proses komunikasi, komunikator mengirimkan pesan/informasi kepada komunikan sebagai sasaran komunikasi.

Adapun beberapa definisi komunikasi dari para pakar sebagaimana dirangkum Suprpto, (2009:6-7), sebagai berikut: 1) Komunikasi adalah proses yang menggambarkan siapa mengatakan apa dengan cara apa, kepada siapa dengan efek apa (Laswell) 2) Komunikasi merupakan rangkaian proses pengalihan informasi dari satu orang kepada orang lain dengan maksud tertentu. 3) Komunikasi adalah proses yang melibatkan seseorang untuk menggunakan tanda-tanda (alamiah atau universal berupa simbol-simbol berdasarkan perjanjian manusia) verbal atau nonverbal yang disadari atau tidak disadari yang bertujuan untuk memengaruhi sikap orang lain. 4) Komunikasi adalah proses di mana seseorang individu atau komunikator mengoperkan stimulan biasanya dengan lambang-lambang bahasa (verbal maupun non-verbal) untuk mengubah tingkah laku orang lain.

Suatu organisasi baik yang berorientasi komersial maupun sosial, tindak

komunikasi dalam organisasi atau lembaga tersebut akan melibatkan empat fungsi/peranan, yaitu:

- 1) Fungsi Informatif. Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi (information-processing system). Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti informasi pada dasarnya dibutuhkan oleh semua orang yang mempunyai perbedaan kedudukan dalam suatu organisasi. Orang-orang dalam tataran manajemen membutuhkan informasi untuk membuat suatu kebijakan organisasi ataupun guna mengatasi konflik yang terjadi di dalam organisasi. Sedangkan karyawan (bawahan) membutuhkan informasi tentang jaminan keamanan, jaminan sosial dan kesehatan, izin cuti dan sebagainya.
- 2) Fungsi Regulatif. Fungsi regulatif ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Pada semua lembaga atau organisasi, ada dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif ini, yaitu:
 - a) Atasan atau orang-orang yang berada dalam tataran manajemen yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan. Disamping itu mereka juga mempunyai kewenangan untuk memberikan instruksi atau perintah, sehingga dalam struktur organisasi kemungkinan mereka ditempatkan pada lapis atas (position of authority) supaya perintah-perintahnya dilaksanakan sebagaimana semestinya. Namun demikian, sikap bawahan untuk menjalankan perintah banyak bergantung pada: Keabsahan pimpinan dalam menyampaikan perintah Kekuatan pimpinan dalam memberi sanksi Kepercayaan bawahan terhadap atasan sebagai seorang pemimpin sekaligus sebagai pribadi Tingkat kredibilitas pesan yang diterima bawahan.
 - b) Berkaitan dengan pesan atau message. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya, bawahan membutuhkan kepastian peraturan-peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh untuk dilaksanakan.
- 3) Fungsi Persuasif. Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Sebab pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibanding kalau pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.
- 4) Fungsi Integratif. Setiap organisasi berusaha menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat dilaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. Ada dua saluran komunikasi formal seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (newsletter, buletin) dan laporan kemajuan organisasi; juga saluran komunikasi informal seperti perbincangan antarpribadi selama masa istirahat kerja, pertandingan olahraga ataupun kegiatan darmawisata. Pelaksanaan aktivitas ini akan

menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi yang lebih besar dalam diri karyawan terhadap organisasi (Mulyana, 2018).

Rosenblatt, et,all (1982: 5) dalam Yulianita, (2005:92) menyatakan bahwa komunikasi organisasi dalam kegiatannya selalu meliputi dua ruang lingkup diantaranya: internal communication dan eksternal communication.. Komunikasi internal Yaitu komunikasi yang terjadi diantara orang-orang yang berada di dalam suatu perusahaan. Sedangkan komunikasi eksternal yaitu komunikasi yang terjadi antara organisasi disatu pihak dengan pihak-pihak yang berada diluar organisasi. Dengan demikian pola transformasi informasi komunikasi organisasi dalam aktivitasnya dapat berbentuk:

- 1) Komunikasi Internal: a) Alur komunikasi vertikal dari atas kebawah (*downward communication*); b) Alur komunikasi vertikal dari bawah ke atas (*upward communication*); c) Alur komunikasi horizontal atau komunikasi kesamping (*horizontal communication or lateral communication*). d) Alur komunikasi diagonal atau komunikasi silang (*diagonal communication or cross-channel communication*). (Yulianita, 2005: 93)
- 2) Komunikasi Eksternal. Komunikasi merupakan suatu bagian yang sangat penting dalam manajemen organisasi, yang pada hakekatnya adalah untuk mencapai suatu tujuan melalui orang lain. Oleh karena itu komunikasi yang efektif penting dalam kegiatan organisasi. Dan komunikasi eksternal hanya dilakukan dengan orang yang berada di luar organisasi. Kegiatan komunikasi eksternal dapat dilakukan dalam bentuk misalnya: a) untuk publik umum; b) untuk publik pers; c) untuk publik dibidang pendidikan; d) untuk publik pelanggan; e) penginformasian kebijakan perusahaan melalui media massa. (Yulianita, 2005: 109)

2. Kepercayaan

Menurut Lau dan Lee dalam Fandy Tjiptono berargumen bahwa faktor trust terhadap sebuah merek merupakan aspek krusial dalam pembentukan loyalitas, karena sebagai kesediaan konsumen untuk mempercayai atau mengandalkan produk/ jasa dalam situasi resiko dikarenakan adanya ekspektasi bahwa produk/ jasa yang bersangkutan akan memberikan hasil yang positif (Tjiptono, 2014:398). Sedangkan menurut Robbins & Judge, (2008:59) kepercayaan sebagai ekspektasi atau pengharapan positif bahwa orang lain tidak akan bertindak secara oportunistik, baik secara kata-kata, tindakan, dan kebijakan. Dari beberapa definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah kesediaan konsumen untuk menggunakan jasa perusahaan karena yakin bahwa perusahaan mempunyai kehandalan untuk mampu menepati janji yang diberikan kepada konsumen sehingga nantinya membentuk loyalitas konsumen.

Terdapat tiga faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain, yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*Benevolence*), dan integritas (*intergrity*) (Jasfar, 2005:164). Kemampuan adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki penjual untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut. Esensi dari kemampuan adalah seberapa besar keberhasilan penjual untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh konsumen. Pada intinya, kemampuan penjual untuk memenuhi kebutuhan perusahaan. *Benevolence*

adalah seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen. *Benevolence* merupakan kesediaan penjual untuk melayani kepentingan konsumen. Integritas adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.

Menurut Ganesan & Shankar dalam (Jasfar, 2005:165) menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan refleksi dari dua komponen, yaitu: 1) *Credibility*: yang didasarkan kepada besarnya kepercayaan kemitraan dengan organisasi lain dan membutuhkan keahlian untuk menghasilkan efektivitas dan kehandalan pekerjaan. 2) *Benevolence*: yang didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan, yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan untuk organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi di mana komitmen tidak terbentuk.

3. Kinerja tim

Kinerja Tim merupakan perilaku pegawai yang akan dinilai dalam menjalankan pekerjaan apakah baik dan buruk. Pengertian Kinerja berasal dari kata job performance atau actual performance (prestasi kerja atau prestasi yang dicapai oleh seseorang). Prestasi kerja pada umumnya dipengaruhi oleh keterampilan, pengalaman, dan kesungguhan kerja dari tenaga kerja yang bersangkutan. Kinerja adalah hasil kerja yang telah dicapai oleh seorang pegawai. Menurut (Mangkunegara, 2013:9) kinerja adalah "hasil kerja secara kualitas maupun kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepada pegawai." Kinerja Tim tidak lepas dari motivasi dan faktor lain seperti kemampuan yang dimiliki oleh pegawai sendiri. Suwatno & Priansa, (2011:196) berpendapat bahwa "kinerja atau prestasi kerja merupakan hasil yang dicapai seseorang menurut ukuran yang berlaku, dalam kurun waktu tertentu, berkenaan dengan pekerjaan serta perilaku dan tindakanya.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi Kinerja Tim. Sebagaimana dikatakan oleh Mangkunegara, (2010:67) bahwa faktor yang mempengaruhi pencapaian kinerja adalah faktor kemampuan (*ability*) dan faktor motivasi (*motivation*). Faktor kemampuan, secara psikologis kemampuan (*ability*) pegawai terdiri dari kemampuan potensi (IQ) dan kemampuan realita (*pendidikan*). Oleh karena itu pegawai perlu ditempatkan pada pekerjaan yang sesuai dengan keahliannya. Faktor motivasi, motivasi terbentuk dari sikap (*attitude*) seorang pegawai dalam menghadapi situasi (*situation*) kerja. Motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan diri pegawai yang terarah untuk mencapai tujuan organisasi. Kinerja merupakan suatu kondisi yang harus diketahui dan dikonfirmasi kepada pihak tertentu untuk mengetahui tingkat pencapaian hasil suatu instansi dihubungkan dengan visi yang diemban suatu organisasi serta mengetahui dampak positif dan negatif dari suatu kebijakan operasional.

Kinerja memerlukan indikator (*performance indicators*) yang dipakai untuk aktivitas yang hanya dapat ditetapkan secara kualitatif atas dasar perilaku yang dapat diamati. Indikator kinerja menganjurkan sudut pandang prospektif. Terdapat tujuh indikator kinerja, yaitu:

1. Tujuan. Tujuan merupakan keadaan yang berbeda yang secara aktif dicari oleh seorang individu atau organisasi untuk dicapai.
2. Standar. Standar merupakan suatu ukuran apakah tujuan yang diinginkan dapat dicapai. Kinerja Tim dapat dikatakan berhasil apabila mampu mencapai standar yang ditentukan atau disepakati bersama antara atasan dan bawahan.
3. Umpan balik. Umpan balik merupakan masukan yang dipergunakan untuk mengukur kemajuan kinerja, standar kinerja, dan pencapaian tujuan. Dengan umpan balik dapat dilakukan evaluasi terhadap kinerja dan hasilnya dapat digunakan untuk perbaikan kinerja.
4. Alat atau sarana. Alat atau sarana merupakan sumber daya yang dapat dipergunakan untuk membantu menyelesaikan tujuan dengan sukses.
5. Kompetensi. Kompetensi merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk menjalankan pekerjaan yang diberikan kepada pegawai bersangkutan dengan baik. Kompetensi memungkinkan pegawai melaksanakan tugas untuk mencapai tujuan.
6. Motif. Motif adalah alasan atau pendorong bagi seseorang untuk melakukan sesuatu. Atasan dapat memfasilitasi motivasi kepada bawahan dengan insentif, pengakuan, menetapkan standar terjangkau, meminta umpan balik, menyediakan sumber daya yang diperlukan dan menghapuskan tindakan yang mengakibatkan disintensif.
7. Peluang. Pegawai perlu mendapatkan kesempatan untuk menunjukkan prestasi kerjanya. Terdapat dua faktor yang menyebabkan berkurangnya kesempatan untuk berkomunikasi yakni ketersediaan waktu dan kemampuan untuk memenuhi syarat (Al et al., 2019:625).

D. Metode Penelitian

Objek penelitian ini adalah Pegawai Pengelolaan Air Minum Wakaf Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto. Penelitian ini adalah penelitian Observasional Korelasional, berifat eksplanasi, sebagaimana pendapat (Fernandes, 2018:124) "Penelitian yang bertujuan ingin mengetahui keterkaitan (hubungan) antar variabel dinamakan penelitian korelasional. Perlu dipahami bahwa dalam penelitian korelasional, analisis datanya tidak harus analisis korelasi, tetapi tergantung permasalahannya. Jika permasalahannya berkaitan dengan pencarian model hubungan (atau bentuk hubungan) maka yang lebih tepat digunakan adalah analisis regresi". Variabel yang akan diuji dalam penelitian ini adalah pengaruh variabel dependen Komunikasi (X1) dan Kepercayaan (X2) terhadap variabel (variabel independen) Kinerja tim (Y). Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket atau kuesioner. "Kuesioner pada dasarnya adalah teknik terstruktur untuk mengumpulkan data primer. Ini umumnya merupakan serangkaian pertanyaan tertulis yang harus dijawab oleh responden" (Bell 1999 dalam Beiske, 2003:3). Metode angket disebut pula sebagai metode kuesioner atau dalam bahasa Inggris disebut *questionnaire* (daftar pertanyaan). Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang

disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. Setelah diisi, angket dikirim kembali atau dikembalikan kepetugas atau peneliti (Bungin, 2017:133).

Populasi dalam istilah penelitian adalah seluruh kelompok elemen yang ingin dipelajari peneliti (Bachman & Schutt, 2008 dalam Hartley, 2010:127); populasi terkadang juga disebut sebagai kerangka sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai Pengelolaan Air Minum Wakaf Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto sejumlah 93 orang. Cara pengambilan sampel pada penulisan ini menggunakan sampling Jenuh/Sensus dimana seluruh anggota populasi dijadikan sampel (Duli, 2019:65). Dalam penelitian ini untuk pengukuran variabel pemberian insentif, motivasi, produktivitas kerja pegawai menggunakan Skala Likert dengan lima pilihan dalam memberikan rekomendasi jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-Ragu (R), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS) (Pianda, 2018:98). Model analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda (multiple regression analysis) yang diolah melalui program aplikasi komputer, yaitu melalui paket program SPSS (Statistical Program for Social Sciences) 26.0. untuk meringkas hubungan antara hasil (variabel dependen) dan variabel penjelas tunggal (independen). Persamaan yang memungkinkan kita untuk mempelajari pengaruh variabel hasil dari sejumlah variabel penjelas (explanatory) (Bruce, Pope, & Stanistreet, 2013:243)

Model analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda (multiple regression analysis) yang diolah melalui program aplikasi komputer, yaitu melalui paket program SPSS (Statistical Program for Social Sciences) 26.0. Setelah data diolah dan dianalisa secara kuantitatif, kemudian dilakukan analisis kuantitatif untuk memberikan penjelasan atau makna dari analisis kuantitatif tersebut. Adapun formula dari regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

Y : Variabel terikat (kinerja tim)

b₀ : Konstanta (intereseption point)

X₁ : komunikasi

X₂ : kepercayaan

b₁, b₂ : Koefisien regresi

€ : Epsilon (Variabel error)

Untuk membuktikan Hipotesis yang dirumuskan dalam Penelitian ini dilakukan dengan Uji F dan Uji t. dalam Penelitian ini ditetapkan tingkat kepercayaan (confidence interval) = 95% (α = 5%). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini mencakup pengujian terhadap pengaruh simultan maupun parsial dari variabel bebas terhadap variabel

terikat. Adapun uji statistik yang digunakan adalah:

- a) Pengujian hipotesis distribusi F pada model regresi berganda

Tabel F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Langkah-langkah/ urutan menguji hipotesa dengan distribusi F

- 1) Merumuskan hipotesa

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, berarti secara bersama-sama tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$, berarti secara bersama-sama ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

- 2) Menentukan daerah keputusan, yaitu daerah dimana hipotesa nol diterima atau tidak

H_0 diterima apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya semua variabel bebas secara bersama-sama bukan merupakan variabel penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya semua variabel bebas secara bersama-sama merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

- b) Uji F (Beta) juga digunakan untuk menguji hipotesis pada variabel-variabel bebas bebas (X) yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat (Y) dilakukan dengan menggunakan. Uji ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis pada variabel-variabel yang mempunyai nilai beta tertinggi dibandingkan dengan nilai variabel lainnya.
- c) Pengujian hipotesis distribusi t (Uji t) pada model Regresi berganda. Pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Tujuan dari uji t adalah untuk menguji koefisien regresi secara individual.

E. Hasil

1. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan software SPSS (Statistical package for Social Science) For Windows versi 26. Hasil uji validitas terhadap variabel operasional yang akan dianalisis dalam penelitian ini disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Nilai Korelasi	Nilai Singnifikansi	Ket
komunikasi (X1)	X1.1	0,863	0,000	Valid
	X1.2	0,852	0,000	Valid
	X1.3	0,924	0,000	Valid
	X1.4	0,862	0,000	Valid

	X1.5	0,891	0,000	Valid
	X1.6	0,827	0,000	Valid
	X1.7	0,891	0,000	Valid
	X1.8	0,658	0,000	Valid
	X1.9	0,495	0,000	Valid
kepercayaan (X2)	X2.1	0,88	0,000	Valid
	X2.2	0,93	0,000	Valid
	X2.3	0,927	0,000	Valid
	X2.4	0,884	0,000	Valid
	X2.5	0,891	0,000	Valid
	X2.6	0,834	0,000	Valid
	X2.7	0,879	0,000	Valid
	X2.8	0,754	0,000	Valid
	X2.9	0,759	0,000	Valid
kinerja tim (Y)	Y1	0,89	0,000	Valid
	Y2	0,926	0,000	Valid
	Y3	0,88	0,000	Valid
	Y4	0,869	0,000	Valid
	Y5	0,828	0,000	Valid
	Y6	0,862	0,000	Valid
	Y7	0,686	0,000	Valid
	Y8	0,605	0,000	Valid
	Y9	0,837	0,000	Valid
	Y10	0,859	0,000	Valid
	Y11	0,89	0,000	Valid
	Y12	0,926	0,000	Valid

Berdasarkan tabel hasil uji validitas, tidak ada item yang tidak valid. Masing-masing item dinyatakan valid jika nilai signifikansinya lebih kecil dari nilai α (0,05), sebaliknya jika nilainya lebih besar dari nilai α (0,05), maka item dinyatakan tidak valid dan gugur. Item yang dinyatakan tidak valid tidak akan dipergunakan kembali untuk pengujian selanjutnya (dihilangkan).

Uji reliabilitas yang digunakan adalah dengan Cronbach Alpha. Bila alpha lebih kecil dari 0.6 maka dinyatakan tidak reliabel dan jika sebaliknya lebih besar dari 0.6 maka dinyatakan reliabel. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Item	Crombach alpha	r batas	Keterangan
X1.1	0,843	0,6	Reliabel
X1.2	0,830	0,6	Reliabel
X1.3	0,915	0,6	Reliabel
X1.4	0,838	0,6	Reliabel

X1.5	0,876	0,6	Reliabel
X1.6	0,800	0,6	Reliabel
X1.7	0,876	0,6	Reliabel
X1.8	0,622	0,6	Reliabel
X1.9	0,451	0,6	Tidak Reliabel
X2.1	0,865	0,6	Reliabel
X2.2	0,919	0,6	Reliabel
X2.3	0,918	0,6	Reliabel
X2.4	0,866	0,6	Reliabel
X2.5	0,878	0,6	Reliabel
X2.6	0,810	0,6	Reliabel
X2.7	0,866	0,6	Reliabel
X2.8	0,726	0,6	Reliabel
X2.9	0,731	0,6	Reliabel
Y1	0,879	0,6	Reliabel
Y2	0,920	0,6	Reliabel
Y3	0,865	0,6	Reliabel
Y4	0,856	0,6	Reliabel
Y5	0,809	0,6	Reliabel
Y6	0,848	0,6	Reliabel
Y7	0,660	0,6	Reliabel
Y8	0,572	0,6	Tidak Reliabel
Y9	0,819	0,6	Reliabel
Y10	0,846	0,6	Reliabel
Y11	0,879	0,6	Reliabel
Y12	0,920	0,6	Reliabel

Berdasarkan pada tabel uji reliabilitas variabel, terdiri dari 30 item pertanyaan, 28 item mempunyai nilai crombach alpha yang lebih besar dari 0.6, dan 2 item mempunyai nilai crombach alpha yang lebih kecil dari 0.6.

2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui pengaruh variabel Komunikasi dan Kepercayaan terhadap Kinerja tim secara simultan adalah dari hasil perhitungan dalam tabel model summary, khususnya angka R square sebagai berikut:

Tabel 3 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,987 ^a	,975	,974	,82529	2,248

a. Predictors: (Constant), kepercayaan_X2, komunikasi_X1

b. Dependent Variable: kinerja_tim_Y

Besarnya angka Ajusted R square (R^2) adalah 0,974. Angka tersebut digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh komunikasi dan kepercayaan terhadap kinerja tim dengan cara menghitung Koefisien Determinasi (KD) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100 \%$$

$$KD = 0,974 \times 100 \%$$

$$KD = 97,4\%$$

Angka tersebut mempunyai arti bahwa pengaruh komunikasi dan kepercayaan terhadap kinerja tim secara simultan (bersama-sama) adalah 97,4%. Sedangkan sisanya 2,6% (100% - 97,4%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model ini, sehingga besarnya dihitung dengan menggunakan rumus $1 - R^2$ adalah $1 - R^2 = 1 - 0,974 = 0,026$

3. Hasil Uji Hipotesis

a) Uji F (Simultan)

Pengujian secara simultan bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4 Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2344,270	2	1172,135	1720,933	,000 ^b
	Residual	61,299	90	,681		
	Total	2405,570	92			

a. Dependent Variable: kinerja_tim_Y

b. Predictors: (Constant), kepercayaan_X2, komunikasi_X1

Tabel analisis varian (anova) ditampilkan hasil uji F yang dapat di gunakan untuk menguji model apakah variabel Komunikasi dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap variabel Kinerja tim. Dari tabel diatas didapatkan nilai signifikansi 0,000 dengan F hitung 1720, dimana nilai signifikansi tersebut lebih kecil daripada $\alpha = 5 \%$ ($0,000 < 0,05$) berarti bahwa terdapat kecocokan antara model dengan data. Sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel komunikasi dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja tim.

b) Uji T (Parsial)

Pengujian secara parsial dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,458	1,012		-2,428	,017
	komunikasi_X1	1,271	,046	,903	27,743	,000
	kepercayaan_X2	,119	,040	,097	2,983	,004

a. Dependent Variable: kinerja_tim_Y

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui hasil pengujian dari:

1. Pengaruh variabel Komunikasi (X1) pegawai terhadap Kinerja tim (Y).

Hasil pengujian pada tabel 5, menjelaskan bahwa nilai signifikansi variabel komunikasi (X1) adalah 0 dengan t hitung 27,74. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari nilai α ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel komunikasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja tim (Y). Besarnya pengaruh variabel komunikasi (X1) terhadap kinerja tim (Y) adalah 0,902 atau 90,3% yang ditunjukkan dari besarnya nilai Standardized Coefficients β dari penelitian.

2. Pengaruh variabel Kepercayaan (X2) terhadap Kinerja tim (Y).

Hasil pengujian pada tabel 5, menjelaskan bahwa nilai signifikansi variabel kepercayaan (X2) adalah 0,004 dengan t hitung 2,983. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari nilai α ($0,004 < 0,05$) sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja tim (Y). Besarnya pengaruh variabel kepercayaan (X2) terhadap kinerja tim (Y) adalah 0,097 atau 9,7% yang ditunjukkan dari besarnya nilai Standardized Coefficients β dari penelitian.

c) Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan data penelitian yang dikumpulkan baik untuk variabel bebas Komunikasi (X1) dan Kepercayaan (X2) maupun variabel terikat Kinerja tim (Y) yang diolah menggunakan SPSS Version 20 for windows, maka diperoleh perhitungan sebagaimana tabel 5 dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = -2,457 + 1,270X1 + 0,118X2$$

Persamaan diatas dijelaskan sebagai berikut:

a = -2,457 merupakan nilai konstanta, jika nilai komunikasi (X1) dan kepercayaan (X2) dianggap 0, maka nilai dari kinerja tim (Y) adalah sebesar -2,457.

b1 = 1,270 artinya variabel komunikasi (X1) berpengaruh positif terhadap kinerja tim (Y), apabila variabel komunikasi (X1) meningkat 1 satuan, maka variabel kinerja tim (Y) akan meningkat sebesar 1,270 dengan asumsi variabel kepercayaan (X2) konstan.

$b_2 = 0,118$ artinya variabel kepercayaan (X2) berpengaruh positif terhadap kinerja tim (Y), apabila variabel kepercayaan (X2) meningkat 1 satuan, maka variabel kinerja tim (Y) akan meningkat sebesar 0,118 dengan asumsi variabel komunikasi (X1) konstan.

Hasil regresi dapat dilihat bahwa variabel komunikasi (X1) memiliki pengaruh positif dan terbesar atau lebih dominan. Hal ini berarti variabel komunikasi (X1) merupakan variabel yang paling mempengaruhi variabel terikat kinerja tim (Y).

F. Pembahasan

1. Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja tim

Berdasarkan perhitungan analisis program SPSS didapatkan bahwa nilai signifikansi variabel komunikasi (X1) adalah 0 dengan t hitung 27,74. Nilai signifikansi ini lebih besar dari nilai α ($0 < 0,05$) sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel komunikasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja tim (Y). Besarnya pengaruh variabel komunikasi (X1) terhadap kinerja tim (Y) adalah 0,902 atau 90,3% yang ditunjukkan dari besarnya nilai Standardized Coefficients β dari penelitian. $b_1 = 1,270$ artinya variabel komunikasi (X1) berpengaruh positif terhadap kinerja tim (Y), apabila variabel komunikasi (X1) meningkat 1 satuan, maka variabel kinerja tim (Y) akan meningkat sebesar 1,270 dengan asumsi variabel kepercayaan (X2) konstan.

Kompetensi sumber daya manusia mencakup kemampuan berkomunikasi, baik secara vertikal, horizontal, maupun diagonal agar SDM mampu berinteraksi dengan baik dan menyampaikan output dengan cara-cara yang baik. Kemampuan SDM beradaptasi terhadap berbagai perubahan yang terjadi di dalam dan luar organisasi, seringkali dikaitkan dengan peningkatan kompetensi sumber daya manusia yang dimiliki oleh organisasi. SDM yang memiliki kompetensi dan kualifikasi dipercaya akan lebih mampu melaksanakan pekerjaan dengan lebih baik dan memberikan kontribusi positif bagi perkembangan organisasi. Hal inipun tidak terlepas dari konsep continuous improvement agar SDM tidak cepat puas dengan kompetensi yang dimilikinya. Organisasi harus mampu memotivasi SDM yang dimilikinya untuk menjadi long life learner, sehingga dapat mengembangkan berbagai kemampuan yang dimilikinya (Rusmana, 2019:213).

Setiap organisasi mempunyai tujuan yang ingin dicapai dalam menjalankan aktivitasnya, khususnya dalam masa globalisasi saat ini yang penuh dengan persaingan di dunia usaha. Dalam menjalankan aktivitas-aktivitasnya organisasi harus mampu memanfaatkan setiap aspek-aspek sumber daya yang dimilikinya, seperti manusia, mesin, material, modal, metode dan sebagainya. Salah satu aspek sumber daya yang terutama adalah sumber daya manusia yang terdapat di dalam organisasi tersebut yang berfungsi sebagai roda penggerak aktivitas organisasi. Oleh karena itu, organisasi dituntut untuk mengelola sumber daya manusia yang dimiliki dengan baik demi kelangsungan hidup dan kemajuan organisasi. Dengan demikian keberhasilan dalam

proses operasional organisasi sangat ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia yang dalam hal ini adalah pegawai. Munculnya Ide atau gagasan kreatif dan inovatif manusia telah menghasilkan produktivitas manusia yang tidak terbatas. Kreativitas dan semangat inovasi pada setiap manusia ada pada setiap diri manusia baik dalam kesendiriannya sebagai individu maupun sebagai anggota organisasi, sehingga manusia akan selalu berpotensi untuk menghasilkan produktivitas secara terus menerus. Dan salah satu wujud dari pelaksanaan atau penyampaian gagasan dalam setiap organisasi adalah berjalannya komunikasi organisasi yang baik (Rusmana, 2019:213).

Tubbs dan Moss (1996:166) dalam Rusmana, (2019:213), mengatakan beberapa ciri utama komunikasi organisasional adalah faktor struktural dalam organisasi yang mengharuskan para anggotanya bertindak sesuai dengan peranan yang diharapkan. Sedangkan Devito (1997:340) dalam Rusmana, (2019:213), menyatakan bahwa komunikasi organisasi adalah proses pengiriman serta penerimaan pesan di dalam organisasi, baik dalam komunikasi formal maupun komunikasi informal. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi pada organisasi. Komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya tidak pada organisasinya sendiri, tetapi lebih pada para anggotanya secara individual. Dengan demikian dapatlah dikatakan bahwa jika pesan mengalir melalui jalur resmi yang ditentukan oleh hierarki resmi organisasi atau oleh fungsi pekerjaan maka pesan itu menurut jaringan komunikasi formal. Pesan dalam jaringan komunikasi formal biasanya mengalir dari atas ke bawah atau dari bawah ke atas atau dari tingkat yang sama atau secara horisontal. Terdapat empat aliran komunikasi yang berlangsung dalam sistem jaringan komunikasi formal yakni; 1. Komunikasi vertikal ke bawah, 2. Komunikasi vertikal ke atas, 3. Komunikasi horisontal, dan 4. Komunikasi lintas saluran. Sedangkan komunikasi informal, yang sering juga disebut grapevine (selentingan atau desas-desus), yang penyebarannya nampak tanpa direncanakan, namun dapat melakukan penyesuaian terhadap komunikasi formal, dalam mendukung komunikasi dan pencapaian tujuan organisasi. (Pace dan Faules, 2001:186 dalam Rusmana, (2019:213).

Pencapaian tujuan organisasi juga sangat dipengaruhi oleh kinerja para pemimpinnya. Kombinasi kualitas Komunikasi Organisasi dengan kekuatan yang ada dalam posisinya sebagai pimpinan untuk menciptakan pengaruh yang kuat kepada bawahan dan koleganya dipandang sebagai indikator dari pemimpin yang baik. Menurut Sihotang (2007:258), Komunikasi Organisasi adalah Keseluruhan aktivitas dalam rangka mempengaruhi orang-orang, agar mau bekerja sama untuk mencapai tujuan yang memang dikehendaki bersama. Pegawai berfungsi sebagai pelaksana dalam mencapai tujuan organisasi, bahkan fasilitas kerja yang berupa mesin-mesin atau peralatan canggih pun memerlukan tenaga kerja sebagai operatornya.

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kinerja tim

Berdasarkan perhitungan analisis program SPSS didapatkan bahwa nilai signifikansi variabel kepercayaan (X2) adalah 0,004 dengan t hitung 2,983. Nilai signifikansi

ini lebih besar dari nilai α ($0,004 < 0,05$) sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja tim (Y). Besarnya pengaruh variabel kepercayaan (X2) terhadap kinerja tim (Y) adalah 0,097 atau 9,7% yang ditunjukkan dari besarnya nilai Standardized Coefficients β dari penelitian. $b_2 = 0,118$ artinya variabel kepercayaan (X2) berpengaruh positif terhadap kinerja tim (Y), apabila variabel kepercayaan (X2) meningkat 1 satuan, maka variabel kinerja tim (Y) akan meningkat sebesar 0,118 dengan asumsi variabel komunikasi (X1) konstan.

Masyarakat bisnis dan perbankan Indonesia berpendapat bahwa hubungan antara pebisnis dengan konsumen adalah hubungan yang berlandaskan kepercayaan. Dalam bisnis, kepercayaan adalah hal yang diberikan atau diterima sebagai penukar uang, barang, atau jasa (Umam & Antoni, 2018:114). Di era industri 4.0 ini berbagai sistem digital, kecerdasan artifisial dan teknologi virtual membawa Digital on working life menjadi sesuatu yang tak terelakkan lagi, bahkan menjadi sangat krusial bagi setiap organisasi. SDM dituntut memiliki kemampuan beradaptasi dengan teknologi. Menyikapi hal tersebut, kecepatan dalam beradaptasi terhadap setiap perubahan menjadi kunci keberhasilan untuk bertahan menghadapi tantangan dan persaingan, sekaligus untuk meraih tujuan organisasi. Salah satu wujud kecepatan dalam beradaptasi adalah dengan mempersiapkan dan memperkuat kompetensi teknologi dan sumber daya manusia. Kompetensi teknologi meliputi kemampuan untuk memahami sistem teknologi yang diterapkan dalam organisasi agar membuat sistem kerja yang lebih efektif dan efisien. Sementara, Kompetensi sumber daya manusia mencakup kemampuan berkomunikasi, baik secara vertikal, horizontal, maupun diagonal agar SDM mampu berinteraksi dengan baik dan menyampaikan output dengan cara-cara yang baik. Kemampuan SDM beradaptasi terhadap berbagai perubahan yang terjadi di dalam dan luar organisasi, seringkali dikaitkan dengan peningkatan kompetensi sumber daya manusia yang dimiliki oleh organisasi. SDM yang memiliki kompetensi dan kualifikasi dipercaya akan lebih mampu melaksanakan pekerjaan dengan lebih baik dan memberikan kontribusi positif bagi perkembangan organisasi. Hal inipun tidak terlepas dari konsep continuous improvement agar SDM tidak cepat puas dengan kompetensi yang dimilikinya. Organisasi harus mampu memotivasi SDM yang dimilikinya untuk menjadi long life learner, sehingga dapat mengembangkan berbagai kemampuan yang dimilikinya (Rusmana, 2019:213).

Kepercayaan adalah keinginan untuk mempercayai pihak lain di mana dia saling berhubungan atau harapan seseorang bahwa kata-kata pihak lain dapat dipercaya (Jasfar, 2005:181). Kinerja adalah hasil kerja yang telah dicapai oleh seorang pegawai. Menurut Mangkunegara (2010:9) kinerja adalah "hasil kerja secara kualitas maupun kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepada pegawai." Kinerja pegawai tidak lepas dari motivasi dan faktor lain seperti kemampuan yang dimiliki oleh pegawai sendiri.

3. Pengaruh Komunikasi dan Kepercayaan terhadap Kinerja tim

Berdasarkan perhitungan analisis program SPSS didapatkan bahwa nilai signifikansi 0,000 dengan F hitung 1720,9 dimana nilai signifikansi tersebut lebih kecil

daripada $\alpha = 5\%$ ($0,000 < 0,05$) berarti bahwa terdapat kecocokan antara model dengan data. Sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel komunikasi dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja tim. Berdasarkan Hasil regresi dapat dilihat bahwa variabel komunikasi (X1) memiliki pengaruh positif dan terbesar atau lebih dominan. Hal ini berarti variabel komunikasi (X1) merupakan variabel yang paling mempengaruhi variabel terikat kinerja tim (Y).

Suatu ketika tim bisa juga dikembangkan dari kelompok-kelompok yang ada ketika masing-masing kelompok mengetahui tujuan yang hendak dicapai oleh tim. Ini terjadi misalnya ketika Indonesia ingin membentuk tim kesebelasan nasional yang direkrut dari berbagai kelompok sepakbola. Masing-masing anggota mengetahui bahwa sifat tim hanya sementara untuk menjalani kejuruan tertentu, setelah itu kembali ke kelompoknya masing-masing. Dapat makna di sini, ketika anggota kelompok masuk dalam tim maka disebut kelompok sekunder, sementara ketika kembali ke kelompok semula masing-masing masuk dalam kelompok primer (Panuju, 2018:73). Disimpulkan dari keterangan Lijan Poltak (2012: 33) dalam Dewi, (2019:120) Dimulai dari adanya penyusunan dan penetapan oleh pimpinan mengenai visi, misi dan tujuan organisasi. Visi, misi dan tujuan tersebut selanjutnya di break dawn menjadi sasaran jangka panjang organisasi, selanjutnya sasaran jangka panjang tersebut diteruskan menjadi sasaran tahunan. Dan sasaran tahunan diteruskan menjadi sasaran departemen, divisi, tim, bagian, seksi (satuan kerja lainnya) hingga seluruh jenjang kepegawaian mulai dari pimpinan hingga bawahan. Dipahami bahwa tujuan bersumber dari atas menuju kebawah, dan sebaliknya tanggung jawab dimulai dari bawah menuju keatas. Maka dari itu tujuan manajemen kinerja dapat dijabarkan dengan meningkatkan kinerja individu, tim dan organisasi dalam suatu keterkaitan secara berkesinambungan dalam kurun waktu tertentu, agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Fokus penelitian ini adalah Pengaruh komunikasi dan kepercayaan terhadap kinerja tim di Pengelolaan Air Minum Wakaf Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto. Menurut Mulyana (2004:75) dalam Panuju, (2018:243) "komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok." Kepercayaan adalah keinginan untuk mempercayai pihak lain di mana dia saling berhubungan atau harapan seseorang bahwa kata-kata pihak lain dapat dipercaya (Jasfar, 2005:181). Kinerja adalah hasil kerja yang telah dicapai oleh seorang pegawai. Menurut Mangkunegara (2010:9) kinerja adalah "hasil kerja secara kualitas maupun kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepada pegawai." Kinerja pegawai tidak lepas dari motivasi dan faktor lain seperti kemampuan yang dimiliki oleh pegawai sendiri.

G. Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh simultan komunikasi dan kepercayaan terhadap kinerja tim.
2. Terdapat pengaruh parsial komunikasi terhadap kinerja tim dan Terdapat pengaruh parsial kepercayaan terhadap kinerja tim.

H. Daftar Pustaka

- Al, A. R., Rusmana, A., Suminar, J. R., Hadisiwi, P., Karlinah, S., Dwi Ridho Aulianto, S. H., ... Eko Retno Wulandari, S. E. (2019). *The Future of Organizational Communication In The Industrial Era 4.0: Book Chapter Komunikasi Organisasi*. Bandung: Media Akselerasi.
- Awaludin, A., & Rahman, A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Semangat Kerja Karyawan Toko Elektronik Tiara Dan Star Kitchen Palu. *Jurnal Sinar Manajemen*, 6(2), 111-114.
- Beiske, B. (2003). *Research methods. Uses and limitations of questionnaires, interviows, and case studies*. GRIN Verlag.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi Kedua* (9th ed.). Jakarta: Kencana.
- Darmawan, D. (2008). Variabel Semangat Kerja dan Indikator Pengukurannya. *Jurnal Kewirausahaan*, 2(1), pp-43.
- Dewi, I. K., & Mashar, A. (2019). *Nilai-Nilai Profetik dalam Kepemimpinan Modern pada Manajemen Kinerja*. Lampung: Gre Publishing.
- Fernandes, A. A. R. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem: Mengungkap Novelty dan Memenuhi Validitas Penelitian*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Jasfar, F. (2005). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, cetakan pertama. Penerbit Ghalia.
- Mangkunegara, A. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan Kedua. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2013). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, A. N. (2018). *Pendekatan Ekonomi Dalam Penegakan Hukum Terhadap Kejahatan Korporasi*. Grasindo.
- Nathaniel, R. (2020). *PENGANTAR BISNIS*. uwais inspirasi indonesia.
- Panuju, R. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi: Komunikasi sebagai Kegiatan Komunikasi sebagai Ilmu*. Jakarta: Kencana.
- Pujiono, B. (2017). *Konsep Manajemen Proyek*. Last Modified.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2008). *Perilaku Organisasi 1 (ed. 12) HVS*. Jakarta: Penerbit Salemba.
- Sandıkçı, Ö., & Rice, G. (2011). *Handbook of Islamic Marketing*. Edward Elgar Publishing, Incorporated.
- Sihotang, A. (2007). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Pradnya Paramita, 1-110.
- Siregar, R. T., Sahir, S. H., Sisca, S., Candra, V., Wijaya, A., Masrul, M., ... Purba, S. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Suhady, I., & (Indonesia), L. A. N. (2002). *Mencari solusi dalam pemantapan otonomi daerah dan penerapan pemerintahan yang baik: olah wacana peneliti muda menyambut 45 tahun Lembaga Administrasi Negara*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara.
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar teori & manajemen komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Susminingsih, D. M. A. (2020). *ETIKA BISNIS ISLAM*. Penerbit NEM.

Suwatno, H., & Priansa, D. J. (2011). Manajemen SDM dalam organisasi Publik dan Bisnis. *Bandung: Alfabeta.*

Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa-Prinsip. *Penerapan, Dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.*

Yulianita, N. (2005). Sikap dan Perilaku Komunitas Warga mengenai Maraknya Pedagang Kaki Lima. *Mediator: Jurnal Komunikasi, 6(1), 51-66.*