

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil UD. Aning Snack

1. Nama Instansi dan Lokasi

Nama Instansi/perusahaan	: UD. Aning Snack Trangkil Pati
Awal Berdiri	: Tahun 1987
Jenis Usaha	: Produksi Makanan Ringan
Pemilik Usaha	: Aning Hidayati
Kantor	: Jl. Dahlia RT. 07 RW. 07, Trangkil, Pati
No. IDM	: 000096176
No. P-IRT	: 21533803168122015-20
Hari operasional	: Senin – Sabtu
Waktu operasional	: 06.00 WIB – 15.00 WIB

2. Sejarah Singkat UD. Aning Snack

Aning Snack adalah industry rumahan atau UMKM dimana dalam usahanya adalah memproduksi makanan-makanan ringan. Dalam perusahaan tersebut merupakan rangkaian kegiatan-kegiatan produksi mengolah sekaligus memasarkan hasil produksinya, yang sudah memiliki ijin dengan merek dagang “Aning Snack” yang bertempat di Jl. Dahlia 07/07, kec Trangkil, kabPati. Pemilik Aning Snack adalah Aning Hidayati dan suami yang sebelumnya bekerja sebagai pegawai di pabrik gula Trangkil. Sebenarnya keduanya telah memiliki posisi yang cukup tinggi di perusahaan tersebut, akan tetapi karena kurang puas dan merasa masa depan keluarganya tidak dapat digantungkan dengan penghasilan hanya sebagai pegawai, akhirnya mereka berinisiatif untuk membuka usaha sendiri.

Akhirnya pada tahun 1987 mereka memutuskan untuk membuka usaha di bidang olahan makanan ringan. Produk pertama yang diciptakan adalah Cistik, keripik pisang, dan keripik singkong. Produk tersebut dipilih dengan alasan bahan bakunya mudah didapatkan serta proses pembuatan yang mudah. Proses produksinya pun masih mereka lakukan sendiri dengan pembagian tugas Munandar di

bagian produksi hingga packing, dan Aning bertugas memasarkan produk.

Target pasar yang mereka bidik awalnya adalah warung kopi, dan warung-warung kecil lainnya. Karena produksinya masih sangat terbatas dan targetnya masih dalam skala kecil, mereka mematok harga senilai Rp 25,- untuk setiap bungkus makanan ringan yang dijual. Seiring berjalannya waktu, permintaan pasar akan produk yang mereka ciptakan semakin meningkat, hingga keduanya memutuskan untuk mengembangkan produksi dan membangun kerja sama dengan organisasi Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Kecamatan Trangkil. Dari hubungan kerjasama tersebut, mereka memperoleh tambahan modal Rp 50.000,-.

Setelah berhasil menguasai pasar dengan produk kemasan kecil, mereka melakukan ekspansi dengan menawarkan produk kemasan besar ke toko pusat oleh-oleh yang ada di kota Pati. Harga yang di bandrol untuk produk ukuran besar adalah Rp 3500,- sampai Rp 5.000,-. Dari sana muncullah berbagai permintaan akan produk lain, sehingga keduanya mulai melakukan perekrutan karyawan yang membantu pada bagian produksi dan packing. Produk yang kini dimiliki telah mencapai kurang lebih 40 varian dengan kemasan yang berbeda-beda.

Saat ini kurang lebih terdapat 60 karyawan yang bekerja di bagian produksi, pengemasan (packing), serta pemasaran. Sebagian besar produk olahan makanan ringan ini sudah dikirim ke hampir seluruh daerah di karesidenan Pati. Selain itu, produk Aning Snack ini juga dikirim ke luar kota, diantaranya Solo, Semarang, Pemalang, Pekalongan, Tuban, dan Blora.

Pada tahun 2016, setelah Munandar meninggal dunia, kepengurusan usaha Aning Snack dipindahtanggankan kepada Athifa Dinar selaku anak sulung dari Aning Hidayati. Akan tetapi, pada akhir tahun 2017, kepemilikan Aning Snack dipecah menjadi dua bagian, yakni Aning Snack (yang sekarang di kelola oleh anak bungsu Aning yang bernama Naili Hidaningrum) dan Atifa Snack (yang dikelola si sulung, Athifa Dinar).

Meskipun telah terbagi menjadi dua perusahaan yang berbeda, Aning dan Athifa tidak melupakan persaingan yang sehat. Masing-masing dari mereka memiliki ciri khas dan pasarnya sendiri-sendiri, sehingga tidak akan terjadi permusuhan diantara keduanya. Justru dengan terbaginya kepemilikan pabrik ini, keduanya saling membantu dan melengkapi satu dengan yang lain.

3. Visi dan Misi Aning Snack Trangkil Pati

a. Visi

Adapun visi dari Aning Snack adalah:

1. Mengembangkan produk-produk yang berkualitas unggulan serta mapu mengembangkan pangsa pasar.
2. Pemberdayaan sumber daya manusia yang berdampak pada pengurangan pengangguran.

b. Misi

Adapun misi dari Aning Snack adalah:

1. Memperluas pangsa pasar serta mempertahankan kualitas produk secara berkelanjutan.

4. Manajemen Sumber Daya Manusia

a. Struktur Perusahaan

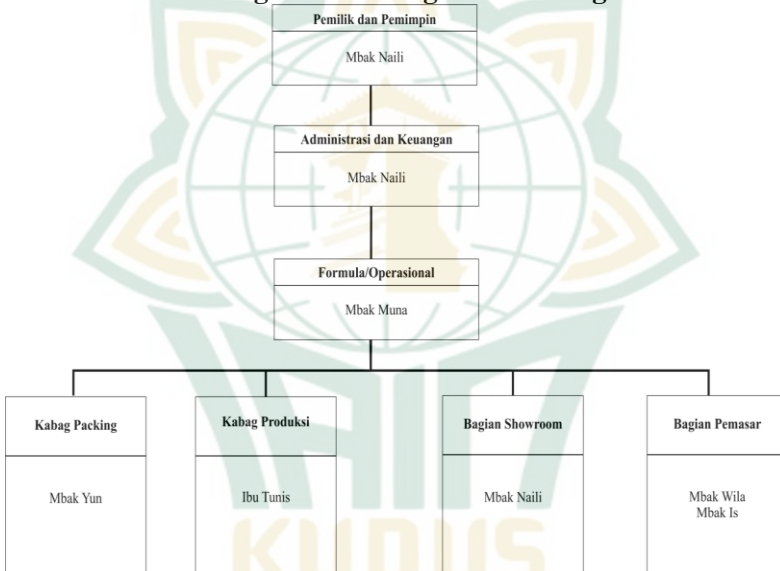
Aning Snack Trangkil Pati merupakan perusahaan dagang yang bergerak di bidang produksi berbagai jenis makanan ringan atau snack. Adapun perusahaan ini sendiri berdiri sejak tahun 1987, awal mula perintisan usaha ini oleh pemilik perusahaan sendiri yaitu Munandar dan Aning Hidayati. Pada awalnya Usaha ini masih memproduksi dengan skala kecil, namun sekarang mulai terjadi pengembangan disetiap unit usaha yang di miliki dengan bebagai devisi produksi dan pengolahan produknya.

Dalam menjalankan system operasional UD. Aning Snack Trangkil pati telah disusun sebuah struktur organisasi yang sederhana akan tetapi tidak mengurangi efesiensi serta sangat membantu dalam menunjang kegiatan yang dilakan sehari-hari dalam perusahaannya. Sementara dalam pengelolaan keuangan Aning Snack juga telah membentuk

manajemen keuangan berupa pencatatan dan pembukuan terkait dengan keluar masuknya keuangan dalam perusahaan.

Setelah melaukan wawancara terkait pengorganisasian UD. Aning Snack Trangkil Pati, maka didapatkan struktur organisasi sebagaimana digambarkan berikut:

Tabel 4.1
Struktur Organisasi Aning Snack Trangkil Pati



b. Tanggung Jawab dan Wewenang

Setiap jabatan dalam sebuah organisasi tentunya memiliki tugas dan wewenang tersendiri dari berbagai defisi yang telah di tetapkan. Begitu pula pada UD. Aning snack juga dari setiap defisi juga diberikan tugas dan wenang masing-masing diantaranya:

a. Pimpinan, administrasi dan keuangan

Pemimpin memiliki tugas dan wewenang dalam mengatur tata kelola perusahaan dan dalam melaksanakan kepemimpinanya juga tanggung jawab terhadap keberlangsungan perusahaan secara keseluruhan. dalam menjalankan tugasnya. Selain hal tersebut dalam sebuah perusahaan pemimpin juga memiliki fungsi *Controlling*

dimana dalam hal ini adalah mengawasi dan mengatur seluruh kegiatan dari berbagai defisi baik dari atas maupun defisi operasional. Selain itu pemimpin juga berfungsi sebagai *planning* dimana dalam tugas dan wewenangnya adalah berkenaan dengan perencanaan baik jangka pendek maupun jangka panjang terkait kemajuan dan pengembangan perusahaan. Untuk administrasi bertugas sebagai pencatatan dan mendata bahan baku yang masuk, bahan baku yang keluar dan bahan baku yang habis, sekaligus mencatat stock produk yang mau dikirimkan. Sedangkan keuangan bertugas sebagai pencatatan dan pengelolaan keuangan, baik pencatatan keuangan masuk dan keluarnya. Di UD Aning Snack untuk pencatatan keuangannya masih sederhana, hanya sampai jurnal umum saja. Seharusnya pencatatan keuangan yang berstandar akuntansi tidak hanya jurnal umum, melainkan ada jurnal penyesuaian, neraca, sampai jurnal penutup dan buku besar. Dari ketiga tanggung jawab di atas di pegang oleh Mbak Nelly sebagai pemilik UD Aning Snack

b. Bagian Showroom

Pada bagian ini memiliki tugas sebagai penerima orderan, pelayanan, dan menjaga toko dan juga mendisplay barang-barang snack yang digunakan untuk sample ketika ada konsumen yang order. Untuk tanggung jawab ini masih dipegang oleh Mbak Naili.

c. Formula atau operasional

Bagian ini memiliki tanggung jawab yang besar, dimana bagian formula ini sebagai kunci utama yang bertanggung jawab untuk mengontrol jalannya operasional di UD Aning Snack. Selain itu tanggung jawab bagian formula juga sebagai pengracik resep-resep pembuatan kerupuk dan makanan ringan. Maka dari itu, untuk memilih dan menjadikan seseorang untuk menduduki tanggung jawab ini tidaklah sembarangan, harus memiliki

ketrampilann yang sudah professional. Bagian formula di UD Aning Snack ini dikoordinatori oleh Mbak Mona.

d. Produksi

Tugas dan tanggung jawab pada defisi produksi adalah menjalankan proses produksi itu sendiri serta bertanggung jawab berkaitan permasalahan bahan baku maupun barang-barang hasil produksi. Produksi di aning snack di bagi menjadi dua bagian, yaitu bagian produksi kue atau makanan ringan dan produksi kerupuk. Bagian produksi ini dikoordinatori oleh Ibu Tuni

e. Packing (Pengemasan)

Bagian pengepakan memiliki tugas menangani produk yang sudah jadi. Diantaranya; mulai dari sortasi produk, mengemas, sampai penyimpanan produk yang akan di distribusikan. Bagian Packing juga bertanggung jawab terhadap pengawasan mutu dari hasil akhir produk sebelum prduk itu di distribusikan atau dipasarkan kepada konsumen. Pada Aning Snack, bagian packing di bagi menjadi dua,yaitu bagian pack besar yang mengepak produk dengan kemasan kiloan, dan pack kecil yang mengepak eceran kecil. Bagian pack kecil di kerjakan oleh pekerja borongan. Dan bagian pengepakan di UD Aning Snack dikoordinatori oleh Mbak Yuni.

f. Marketing

Pada bagian marketing atau pemasaran berperan sebagai pengarah program pemasaran produk-produk hasil produksi kepada konsumen atau pembeli, dengan adanya defisi di bidang marketing diharapkan hasil produksi akan berjalan. Pemasaran di Aning Snack di bagi menjadi dua, yakni sales yang bertugas mengantar barang ke luar kota dan bagian pengantar pesanan yang mengirim produk hingga sampai ke tangan konsumen. Serta bertanggung jawab atas kelancaran proses tersebut. Biasanya pengirimannya meliputi kecamatan trangkil dan

sekitarnya. Untuk bagian pemasar diduduki oleh dua orang yaitu Mbak Wila dan Mbak Is.

5. Ruang Lingkup Produk.

Saebagi perusahaan yang bergerak di bidang produksi makanan ringan atau snack. Perusahaan ini sudah memiliki berbagai variasi produk yang dihasilkan dalam proses pengolahannya. Berkenaan dengan variasi produk, aning lebih memfokuskan pada produk-produk yang bersifat bukan makanan pokok atau hanya sebatas makanan ringan saja. Akan tetapi banyak variasi produk yang dihasilkan guna memenuhi permintaan pasar yang semain variatif. Dari hasil pengamatan dan data yang kami peroleh berdasarkan ruang lingkup produk yang dihasilkan, pendeskripsian dari berbagai produk di UD. Aning Snack peneliti gambarkan sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.2

Produk -produk yang dihasilkan Aning Snack Trangkil Pati

1	Stick	21	Cipir asoi
2	Stick balado	22	Cumi-cumi
3	Sukun	23	Emping jagung asin
4	Telo asin	24	Kacang atom
5	Telo rasa gadung	25	Kacang telor
6	Tempe keripik asin	26	Kaoya
7	Untuk yuyu	27	Kedele
8	Untir-untir	28	Keciput
9	Wedaran asin	29	Koro putih
10	Tempe pedas	30	Krupuk bawang
11	Gadung	31	Krupuk stick
12	Kripik telo ungu	32	Krupuk tengiri
13	Telo BBQ	33	Krupuk keju
14	Twis jagung	34	Macaroni pedas
15	Ring balado	35	Marneng asin
16	Ring Cheese	36	Pisang panjang
17	Wedaran keju	37	Potato asin
18	Kuping gajah	38	Sarang madu
19	Kerupuk bawang	39	Sempit
20	Kuping Tikus	40	Semprong

6. Manajemen Operasional dan Mekanisme Produksi

Dalam lingkup organisasi atau perusahaan, terutama dalam perusahaan yang bergerak dalam bidang menghasilkan sebuah produk tentunya diperlukan adanya seseorang yang mengatur dalam kegiatan produksinya. Maka diperlukan adanya manajer atau pimpinan yang mengatur perihal mengambil suatu keputusan-keputusan terkait proses produksi yang dilakukan dalam sebuah perusahaan agar mampu menghasilkan produk yang sesuai dengan apa yang menjadi tujuan dalam perusahaan itu sendiri. Dalam hal ini maka tugas dan wewenang dari manajemen operasional adalah mengatur serta membuat suatu keputusan terkait dengan upaya-upaya dalam pencapaian tujuan produksi, atau dengan kata lain produk-produk yang dihasilkan sesuai dengan apa yang sudah direncanakan sebelumnya dalam perusahaan.

Dalam tata kelola perusahaan kegiatan memproduksi barang atau jasa merupakan suatu kegiatan yang paling penting atau utama. R.W. Griffin dalam bukunya Abdurrahman Nana Herdiana memberikan definisi bahwa produksi barang adalah memproduksi produk-produk berwujud, seperti radio, surat kabar, dan buku teks. Salah satu tujuan dari terciptanya produk dalam suatu perusahaan adalah terciptanya produk yang memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan pesaing. Keunggulan ini biasa disebut dengan istilah *utility*. Yang memiliki artian bahwa produk yang dihasilkan memiliki kemampuan-kemampuan tersendiri diantaranya kepuasan konsumen, dan keunggulan terkait kegunaan produk. Kegunaan itu sendiri bisa dilihat dari aspek bentuk, waktu, dan kepemilikan.¹

Pentingnya *Planning* atau perencanaan dalam manajemen operasional tentunya menjadi suatu hal yang perlu mendapatkan perhatian khusus dalam perusahaan. Pada pelaksanaannya Aning Snack dalam kegiatan operasional perusahaannya sudah diupayakan dengan baik, dimana dalam perusahaan ini sudah dibentuk standar-

¹Abdurrahman Nana Herdiana, 2013, *Manajemen Bisnis Syari'ah & Kewirausahaan*, Bandung: Pustaka Setia, hlm 351.

standar operasional prosedur atau SOP yang di bentuk dan ditetapkan dengan harapan supaya tercipta suatu iklim kerja yang kondusif dan profesionalitas dari semua defisi dalam perusahaan. Hal tersebut dilakukan agar kedua pihak yakni antara manajer dan pekerja memiliki harmonisasi yang baik. Tujuannya adalah masing-masing pihak memahami bagiannya masing-masing, selain itu untuk meminimalkan terputusnya komunikasi antar pegawai dan pegawai antar manajer.

Salah satu bentuk mekanisme dal pelaksanaan system operasionalnya, Aning Snack Trangkil Pati sudah diberlakukannya absensi pada setiap hari kerja (senin-sabtu), seluruh anggota karyawan berkewajiban untuk mengisi absen pada saat hendak masuk dan melaksanakan pekerjaannya maupun pada saat pulang dan selesai dengan pekerjaannya. Diberlakukannya system sanksi kepada karyawan yang telat ataupun tida masuk pada saat jam kerja yanb ditentukan. Kebijakan ini bertujuan supaya para karyawan memiliki sikap disiplin dan bisa menghargai waktu. Apabila terdapat karyawan tidak masuk atau absen selama tiga hari berturut-turut (tanpa izin atau keterangan) maka karyawan tersebut akan mendapatkan SP (Surat Peringatan) dari pihak perusahaan.²

Menurut Fogarty di dalam bukunya Eddy Harjanto, manajemen operasional dalam fungsi manajemen suatu organisasi merupakan proses penyatuan yang efektif dari berbagai sumberdaya yang ada sehingga saling berkesinambungan dan menjadikan pencapaian tujuan dalam sebuah organisasi atau perusahaan terpenuhi.³ Sehingga, dapat diambil kesimpulan bahwasanya suatu manajemen operasional dalam sebuah perusahaan adalah salah satu system yang mengatur terkait berjalanya aktifitas- aktifitas dalam suatu perusahaan, yang mana aktifitas tersebut merupakan kegiatan menghasilkan suatu

² Hasil observasi dan dokumentasi yang dilakukan penulis pada tanggal 2 februari 2021 di Aning Snack Trangkil Pati.

³ Eddy Herjanto, 2008, *Manajemen Operasi Edisi Ketiga*, Jakarta: Grasindo, hlm 2

barang atau jasa yang di dapatkan melalui pengolahan dari bahan baku (input) menjadi barang atau jasa yang ditntukan (output).

Salah satu deskripsi tugas terkait maajemen operaional adalah mengatur dan mengelola sumberdaya yang ada secara masimal. Contoh, mengatur karyawan sesuai dengan deskripsi tugas yang telah ditentukan, mengatur supaya antar karyawan saling bekerja sama dalam penyelesaian tugas, atau saling membantu apabila salah satu dari karywan yang lain merasa memiliki kesusahan dalam menjalankan tugasnya.

Demi tercapainya visi dan misi sebagaimana yang telah disebutkan diatas bahwasanya Aning snack memiliki visi menghasilkan produk yang mampu bersaing dalam persaingan pasar, maka diperlukan sebuah sytem yang baik teruma dalam system mamajemen persaional. Hal ini diwujudkan dengan pembagian tugas (*job description*) yang masing-masing harus dipenuhi. Sebagaimana manajemen operasional di Aning Snack yang sudah terbentuk sesuai struktur yang dibutuhkan perusahaan, sehingga dalam atifitas atau tugas yang perlu dikerjakan karwyawan merasa dipermudah pada setiap defisi masing-masing. Sinergi inilah yang di bangun dalam perusahaan terutama dalam konteks system manajerial operasional.

Pembagian tugas operasional (*job description*) yang diterapkan di Aning Snack meskipun masih sangat sederhana, namun sudah bekerja sesuai dengan tugas operasional masing-masing, yaitu dengan menjadikan *Owner* (pemilik) sebagai pengawas sekaligus manajer yang mengatur semua kegiatan, mulai dari produksi, pendistribusian, hingga pemasaran.

Adapun pembagian tugas di tingkat karyawan terbagi menjadi beberapa kelompok kerja (tim). Diantaranya adalah bagian keuangan, bagian produksi kue/makanan ringan, bagian produksi kerupuk, bagian packing kemasan besar, bagian packing kemasan grosir, dan bagian pemasaran. Pada masing-masing bagian tersebut, dipilih satu orang yang memiliki pengalaman lebih dari karyawan lain untuk dijadikan sebagai ketua bagian (kabag), kriteria

cabang di Aning Snack adalah yang memiliki durasi kerja paling lama di perusahaan tersebut dan memiliki sifat kepemimpinan.

Sifat kepemimpinan yang dimaksud adalah sebagaimana yang diungkapkan pemilik Aning Snack (Mbak Nelli) yakni mampu mengayomi karyawan lain dan mampu menerima tanggung jawab dari pemilik. Selain itu, mampu memberikan arahan dengan baik kepada karyawan lain yang berada pada tim tersebut. Tugas dari ketua bagian adalah mengkoordinir segala bentuk kegiatan yang berkaitan dengan proses produksi untuk keberlangsungan hidup perusahaan.

Aning Snack telah memproduksi kurang lebih 40 jenis makanan ringan, dan sebagian besar masih memproduksi menggunakan cara manual. Artinya, Aning Snack menggunakan lebih banyak tenaga manusia dibandingkan tenaga mesin. Hal tersebut dapat dilihat dari proses pembuatannya. Mulai dari proses penggorengan yang masih menggunakan kayu bakar hingga packing yang masih menggunakan timbangan dan pengerjaannya dilakukan tenaga manusia.

Untuk memenuhi kebutuhan produksi di perusahaannya, Aning Snack cukup menggunakan 5 mesin, diantaranya oven, mesin stim, mixer, blender, dan mesin pres (sealer).

Dalam proses produksi Aning snack sangat memperhatikan kebersihan dan kualitas rasa. Adapun langkah yang harus dilakukan dalam pembuatan makanan ringan yang umumnya diproduksi oleh Aning Snack antara lain:

a. Meracik bumbu

Meracik bumbu merupakan tahapan awal yang harus dipersiapkan. Pada tahapan meracik bumbu tidak sembarangan orang yang dipasrahkan untuk membuat atau meracik bumbu-bumbu untuk membuat kerupuk, makanan ringan maupun kue. Jadi untuk meracik bumbu di UD Aning Snack ini ada seseorang yaitu mbak Muna yang kerjanya khusus di bagian pengracik bumbu atau yang dinamakan bagian formula. Alasannya, apabila untuk meracik bumbu

dilakukan oleh orang-orang yang berbeda dalam meraciknya otomatis hasilnya juga berbeda.

b. Pencampurkan bumbu dengan adonan

Setelah membuat racikan bumbu dasar baik bumbu racikan untuk pembuatan kerupuk, makanan ringan maupun kue. kemudian racikan bumbu dimasukkan ke dalam mixer sampai tercampur semua.

c. Mencetak adonan dan merebus adonan

Kemudian setelah adonan selesai dibuat lalu dimasukkan ke percetakan. Setelah dicetak adonan nanti akan dimasukkan ke dalam *Stimp* (mesin untuk merebus). Fungsinya untuk merebus adonan yang sudah dicetak untuk menjadi adonan setengah matang. Untuk proses *Stimp* ini membutuhkan proses kurang lebih 15 menit.

d. Pemotongan, Perajangan dan Pengeringan adonan

Tahapan pemotongan dilakukan setelah adonan yang selesai direbus di dalam *Stimp*. Nantinya adonan ini dipotong-potong memanjang, yang kemudian dilanjutkan dengan proses perajangan dengan mesin perajang hingga nanti adonan menjadi lebih kecil-kecil lagi seperti jari telunjuk tangan. Setelah dirajang-rajang, kemudian proses selanjutnya yaitu pengeringan adonan dengan sinar matahari selama kurang lebih 3-4 hari. Ketika ada kendala musim hujan maka proses pengeringannya dengan mesin pemanas selama kurang lebih satu minggu.

e. Pengopenan Adonan

Setelah proses pengeringan adonan selesai selama 3-4 hari, proses selanjutnya adonan akan dimasukkan ke dalam mesin open. Nantinya untuk proses pengopenan adonan ini nanti dilakukan membutuhkan waktu selama kurang lebih 6 jam. Fungsinya agar adonan yang setelah dikeringkan dengan sinar matahari selama 3-4 hari bisa lebih kering lagi sehingga nantinya ketika adonan sudah matang nantinya membuat rasa kerupuk menjadi lebih gurih dan renyah.

- f. Penggorengan adonan kerupuk, makanan ringan dan kue

Setelah adonan diopen, selanjutnya proses penggorengan kerupuk. untuk proses ini diharapkan untuk berhati-hati, karena dalam penggorengan kerupuk harus bisa menyeimbangkan kerupuk agar sekiranya tidak mentah dan juga tidak terlalu gosong. Proses ini nantinya yang membuat ktekstur kerupuk bisa dilihat lebih menarik untuk dimakan dan dirasakan.

- g. Pengepakan kerupuk, makanan ringan dan kue

Tahapan setelah kerupuk, makanan ringan dan kue di goreng, selanjutnya proses pengepakan. Untuk model pengepakan ini ada berbagai macam bentuk, ada khusus kerupuk kecil-kecil hingga sampai packing untuk kerupuk ukuran 100 gram dan 1 kilogram sesuai dengan orderan yang dibutuhkan konsumen.

- h. Pelabelan dan *Finishing*

Proses setelah kerupuk, makanan ringan dan kue di *packing*, selanjutnya proses pelebelan merk UD Aning Snack dan nama produk yang dihasilkan. Stiker pelebelan ini juga berbeda-beda, ada untuk packing kecil hingga packing besar. Kemudian setelah proses *labeling* yaitu proses *finishing*, yang nantinya proses ini produk dimasukkan ke dalam wadah kardus untuk produk siap kirim ke toko-toko, supermarket dan pasar-pasar daerah sekitarnya.

Sedikit berbeda dengan produksi makanan ringan atau kue, makanan ringan atau kue hanya melalui proses peracikan adonan, percetakan adonan kemudian di goreng setelah itu *dipacking*, *labeling* dan *finishing*. Untuk langkah pembuatan kerupuk lebih membutuhkan waktu yang relative lebih lama dibandingkan produk lain dan proses yang terbilang cukup panj ang. Sebab produksinya yang mengandalkan sinar matahari dibatasi oleh cuaca yang tidak menentu. Adapun langkah pembuatan kerupuk adalah dengan menyampurkan seluruh bahan ke dalam wadah, kemudian di uleni dengan air hingga adonan kental. Lalu, adonan dimasukkan ke dalam mesin stim dengan suhu maksimum 90 derajat selama kurang lebih 15

menit. Setelah adonan mulai mengental, langkah selanjutnya adalah menjemur kerupuk setengah jadi di bawah terik matahari sampai kerupuk menjadi setengah kering, kemudian kerupuk di oven hingga mencapai tingkat kekenyalan tertentu. Setelah itu, krupuk di iris kecil menyerupai batang korek api, lalu kerupuk di jemur lagi hingga kering dan siap di goreng.

Selain proses produksi yang selalu di awasi dan di jaga kualitasnya, di UD. Aning Snack proses pengemasan juga diperhatikan karena ketertarikan pelanggan terhadap sebuah produk salah satunya adalah dengan memperhatikan pengemasan yang baik dan juga menarik. Pengemasan yang baik mampu mempertahankan konsistensi kerenyahan makanan yang ada di dalamnya selama usia proses pemasaran hingga sampai ke tangan konsumen. Aning Snack sangat memperhatikan standar operasional prosedur yang berlaku. Jadi semu produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan barang yang dihasilkan sesuai dengan standar yang ditetapkan.

Setelah langkah pengemasan, langkah selanjutnya yaitu memberikan label merk dan expired date. Label adalah salah satu bagian terpenting dalam suatu produk, dimana label berperan sebagai tanda pengenalan kepada konsumen dan juga label merupakan identitas dari suatu produk.

7. Gambaran Umum Responden

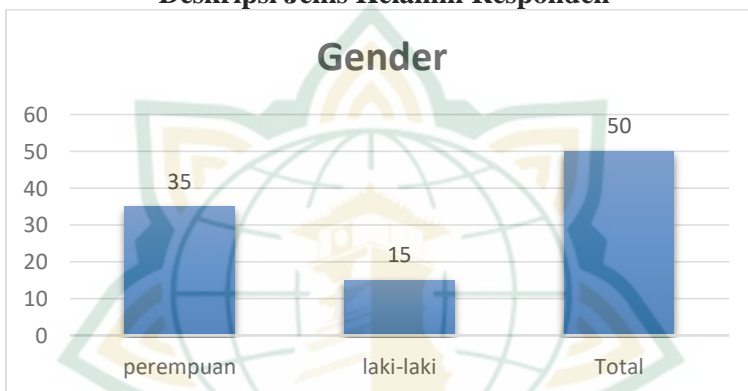
Data penelitian yang di dapatkan dalam penelitian ini merupakan data primer yang di dapatkan dari penyebaran koesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya kepada responden melauai tatap mukan atau *contact person* kepada karyawan di UD. Aning Snack Trangkil Pati Pada pebruari 2021. Berdasarkan ketentuan sampel jenuh maka kuesioner di berikan kepada seluruh responden dari anggota populasi yaitu 50 orang. Dari data yang didapatkan dari pembagian serta penyebaran angket/kuesioner yang telas diisi oleh responden, di dapatkan berbagai gambaran responden dengan definisi jenis kelamin, usia responden, frekuensi kerja, dan

pendidikan terakhir karyawan. Yang akan disajikan sebagaimana tabel dibawah ini:

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.3

Deskripsi Jenis Kelamin Responden



Sumber : *Output SPSS yang diolah, 2021.*⁴

Tabel 4.3 menunjukkan data yang diperoleh berdasarkan jenis kelamin pada karyawan di UD. Aning Snack Trangkil dimana didominasi oleh perempuan dengan jumlah 70% dari anggota populasi dimana yang berjenis kelamin perempuan adalah sebanyak 35 dari 50 orang, sisanya 30% adalah para karyawan dengan jenis kelamin laki-laki atau 15 dari 50 karyawan.

⁴ Hasil Data Primer, 1 Februari 2021, pukul 11: 00 WIB

b. Usia Responden

Tabel 4.4
Deskripsi usia Responden



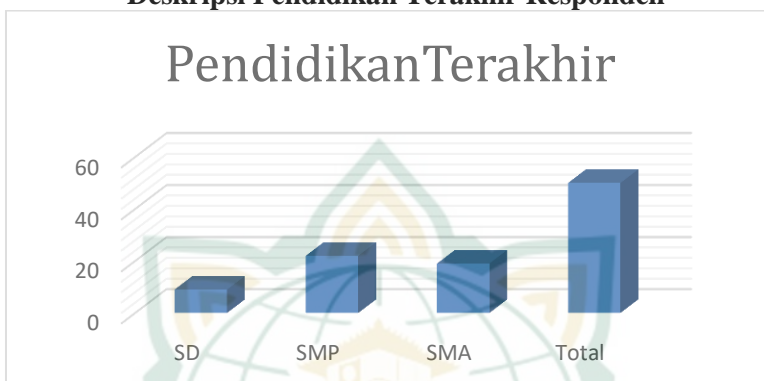
Sumber: *Output SPSS yang diolah, 2021*

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa kebanyakan dari karyawan di UD. Aning Snack adalah mereka yang berusia 20 sampai 30 tahun, di mana memiliki prosentase sebesar 46% atau 23 dari 50 karyawan secara keseluruhan. Sementara itu yang mendominasi setelahnya adalah karyawan dengan usia 31 sampai 40 tahun, yang memiliki presentasi sebesar 38% atau sebanyak 19 orang dari 50 karyawan yang bekerja di UD. Aning snack. Selanjutnya dari masing-masing karyawan yang berusia kurang dari 20 tahun dan lebih dari 40 tahun masing-masing memiliki prosentase 10 dan 6 persen. Atau secara berurutan karyawan yang memiliki usia kurang dari 20 tahun dan lebih dari 40 tahun adalah sebanyak 5 dan 3 orang dari 50 karyawan yang bekerja di UD. Aning Snack.

c. Pendidikan Terakhir Responden

Pendeskripsian tentang pendidikan terakhir yang ditempuh oleh responden atau para karyawan di UD. Aning Snack Trangkil Pati dapat dilihat pada tabel 4.5:

Tabel 4.5
Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden

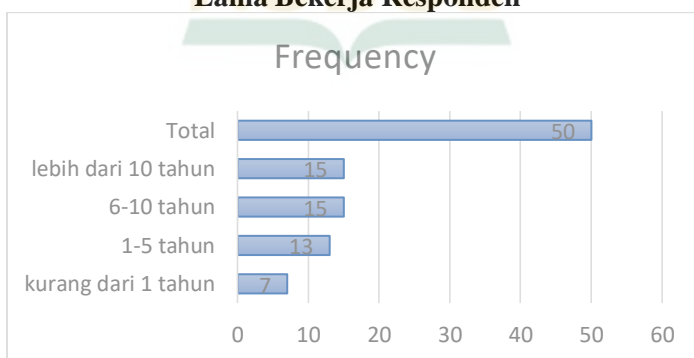


Sumber: *Data Primer yang diolah, 2021.*⁵

Tabel 4.5 menunjukkan data terkait pendidikan terakhir dari karyawan yang bekerja di Aning Snack yang diambil berdasarkan sampel jenuh adalah; Sekolah Dasar (SD) total 5 orang atau (10%), SMP dengan total 22 orang atau (44%), sedangkan yang tingkat pendidikan terakhir lulusan SMA adalah 19 orang atau (38%), dan Perguruan tinggi/ sederajat tidak ada 0 orang atau 0%.

d. Lama bekerja

Tabel 4.6
Lama Bekerja Responden



Sumber: *Data primer yang sudah diolah, 2021*

⁵Hasil Data Primer yang diolah, 1 februari 2021

Tabel 4.6 menunjukkan perolehan data berkaitan dengan frekuensi atau lama bekerja karyawan di UD. Aning Snack yang mana diketahui dari data tersebut adalah sebagian dari mereka yang sudah bekerja selama 6 sampai 10 tahun keatas, dimana pada tabel dijelaskan masing-masing presentase keduanya adalah 30 persen yang artinya, dari seluruh karyawan dengan jumlah 50 orang yang bekerja disana adalah mereka yang sudah bekerja 6 sampai 10 tahun dan 10 tahun keatas sebanyak 60% dari seluruh anggota organisasi. Sedangkan presentase terbesar sekanjutnya adalah mereka yang sudah bekerja selama 1 sampai 5 tahun sebanyak 26% atau 13 dari 50 orang karyawan. Adapun karyawan dengan kriteria karyawan yang baru direkrut dengan frekuensi lama bekerja kurang dari satu tahun adalah 7 orang atau memiliki presentase sebesar 14%.

e. Deskripsi Angket

1) Variabel Etika Kerja Islam

Tabel 4.6

Hasil Jawaban Responden Etika Kerja Islam

Variabel	Item	Total STS (1)	Total TS (2)	Total R (3)	Total S (4)	Total SS (5)	Total
Etika Kerja Islam (X2)	P1	0 0%	7 14%	19 38%	18 36%	6 12%	50 100%
	P2	0 0%	11 22%	20 40%	15 30%	4 8%	50 100%
	P3	0 0%	7 14%	25 50%	17 34%	1 2%	50 100%
	P4	0 0%	10 20%	23 46%	15 30%	2 4%	50 100%
	P5	0 0%	10 20%	22 44%	16 32%	2 4%	50 100%
	P6	0 0%	7 14%	27 54%	14 28%	2 4%	50 100%
	P7	1 2%	10 20%	20 40%	15 30%	4 8%	50 100%

Sumber data: output SPSS yang diolah, 2021

Tabel 4.6 menjelaskan tentang jawaban responden terhadap butir-butir pertanyaan pada variabel etika kerja Islam dimana dalam variabel tersebut memiliki 7 butir item pertanyaan yang menghasilkan jawaban dari 50 responden yang disajikan dalam bentuk olahan tabel diatas. Dimana tabel tersebut menunjukkan hasil dimana jawaban dari responden pada item soal yang pertama di dominasi oleh jawaban yang memiliki skor nilai 3 dan 4 dari masing-masing secara berurutan adalah memiliki prosentase 38 dan 36 persen. Artinya pada item soal pertama kebanyakan responden menjawab setuju dan netral. Pada item soal kedua responden menjawab dengan prosentase paling besar adalah netral dimana nilainya adalah 40% disusul dengan skor 2 dan 4 masing masing 22% dan 15%. Pada item ke-3 jawaban dari responden menunjukkan nilai netral dengan presentase paling besar yaitu 50%. Pada itemsoal selanjutnya juga sama dimana masing-masing responden menjawab netral dengan skor paling besar dimana masing-masing memiliki prosentase 46%, 44%, 54% dan 40%, kemudian disusul dengan jawaban dengan prosentase tinggi pada jawaban yang memiliki skor 4 pada masing-masing butir pertanyaan. Artinya UD. Aning Snack Trangkil Pati menginginkan adanya etika kerja islam terhadap semua karyawan.

2) Variabel *Person-Organization fit*

Tabel 4.7

Hasil Jawaban Responden *Person-Organization fit*

Variabel	Item	Total STS (1)	Total TS (2)	Total R (3)	Total S (4)	Total SS (5)	Total
<i>Person-Organization fit</i>	P1	0 0%	4 8%	24 48%	22 44%	0 0%	50 100

(X2)							%
	P2	0 0%	10 6%	24 62%	15 30%	1 2%	50 100 %
	P3	0 0%	10 6%	24 62%	15 30%	1 2%	50 100 %
	P4	0 0%	8 16%	24 48%	14 28%	4 8%	50 100 %
	P5	0 0%	8 16%	24 48%	14 28%	4 8%	50 100 %

Sumber data: output SPSS yang diolah, 2021

Tabel 4.6 menjelaskan tentang jawaban responden terhadap butir-butir dari setiap pertanyaan pada variabel *Person-Organizatin fit*, dimana dalam variabel tersebut memiliki 5 butir item pertanyaan, yang kemudian menghasilkan jawaban yang di dapatkan dari 50 responden yang disajikan dalam bentuk olahan tabel diatas. Dari masing-masing item soal, para responden kebanyakan menjawab pada jawaban netral atau jawaban yang diberi skor 3. Dari masing masing item soal, skor jawaban dengan nilai 3 atau netral memiliki presentase yang cenderung besar dimana masing-masing item menunjukkan prosentase 48% pada soal pertama, 62% pada soal ke-2, 62% pada sola ke-3, 48% pada soal ke-4, dan 48% pada soal ke-5. Selanjutnya, jawaban yang memiliki prosentase besar adalah jawwaban Setuju atau jawaban yang diberi skor 4, dimana masing-masing respoden pada setiap butir pertanyaan yang menghasilkan jawaban dengan skor 4 adalah memiliki prosentase sebesar 44% pada butir soal pertama, 30% pada butir soal ke-

2, 30% pada butir soal ke-3, 28% pada butir soal ke-4 dan 28% pada butir soal ke-5. Dan jawaban pada bobot skor 1,2, dan 5 masing-masing memiliki nilai yang relative rendah sebagaimana dapat kita lihat pada tabel diatas. yang berarti karyawan UD. Aning Snack Trangkil Pati menginginkan adanya P-O fit yang baik dalam perusahaannya.

3) Variabel Komitmen Organisasi

Tabel 4.8

Hasil Jawaban Responden Komitmen Organisasi

Variabel	Item	Total STS (1)	Total TS (2)	Total R (3)	Total S (4)	Total SS (5)	Total
Komitmen Organisasi (X3)	P1	1 2%	6 12%	22 44%	12 24%	9 18%	50 100%
	P2	0 0%	12 24%	21 42%	11 22%	6 12%	50 100%
	P3	0 0%	9 18%	23 46%	16 32%	2 4%	50 100%

Sumber: Data Output yang sudah diolah 2021

Tabel 4.8 menunjukkan hasil jawaban dari kuesioner yang telah disebarkan kepada responden mengenai jawaban pada setiap item-item pada variabel komitmen organisasi, dimana dalam variabel tersebut memiliki 3 butir item pertanyaan, yang kemudian menghasilkan jawaban yang di dapatkan dari 50 responden yang disajikan dalam bentuk olahan tabel diatas. dalam setiap masing-masing item soal pada variabel komitmen organisasi jawaban dengan skor nilai tiga atau netral adalah jawaban yang memiliki prosentase paling besar. Dimana pada item soal yang pertama, responden sebanyak 22 dari 50 orang memilih jawaban netral atau memiliki prosentase 44%, dilanjutkan dengan yang memiliki prosentase tinggi pada jawaban

dengan skor 4 dan 5 dimana masing-masing memiliki prosentase 24% dan 18%, selanjutnya pada jawaban yang memiliki skor 2 dan 1 yaitu 12 dan 2 persen dari masing-masing skor nilai. Pada item soal yang ke-2 tidak terdapat responden yang menjawab sangat tidak setuju atau jawaban dengan skor 1, jawaban paling banyak juga pada nilai 3 atau netral dengan prosentase sebesar 42%, selanjutnya secara berurutan nilai prosentase paling besar pada masing-masing jawaban yang memiliki skor 2,4,5 dengan tingkat prosentase 24%, 22% dan 12%. Pada pertanyaan/ Pernyataan ke-3, para responden memberikan tanggapan paling banyak adalah pada jawaban yang diberi skor 3 dan 4, dimana masing-masing memiliki prosentase 46% dan 32%, dan kemudian disusul pada jawaban dengan skor nilai 2,5 dengan prosentase 18% dan 4%, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju pada item soal ke-3.

4) Variabel Kinerja *Organizational Citizenship Behavior*

Tabel 4.9

Hasil Jawaban Responden *Organizational Citizenship Behavior*

Variabel	Item	Total STS (1)	Total TS (2)	Total R (3)	Total S (4)	Total SS (5)	Total
<i>Organizational Citizenship Behavior</i> (Y)	P1	0 0%	7 14%	27 54%	13 26%	3 6%	50 100%
	P2	0 0%	12 24%	27 54%	9 18%	2 4%	50 100%
	P3	0 0%	9 18%	34 68%	7 14%	0 0%	50 100%
	P4	0 0%	10 20%	31 62%	8 16%	1 2%	50 100%
	P5	0 0%	9 18%	26 52%	10 20%	5 10%	50 100%

Sumber: data output SPSS yang sudah diolah, 2021

Tabel 4.9 menunjukkan hasil jawaban dari kuesioner yang telah disebarakan kepada responden mengenai jawaban pada setiap item-item pada variabel *organizational citizenship behavior*, dimana dalam variabel tersebut memiliki 5 butir item pertanyaan, yang kemudian menghasilkan jawaban yang di dapatkan dari 50 responden yang disajikan dalam bentuk olahan tabel diatas. dari data tersebut didapatkan beberapa informasi bahwa pada setiap jawaban pada masing-masing item pertanyaan pada variabel ini adalah di dominasi dengan jawaban yang memiliki skor nilai 3 dari masing-masing item soal, dimana masing memiliki prosentase paling tinggi dari item 1-5 yang masing-masing bernilai 54%, 54%,68%,62%, dan 26%. Jaban selanjutnya dengan prosentase terbanyak adalah pada jawaban setuju dimana masing-masing per-item adalah 26%,18%,14%,16%, dan 20%. Disusul dengan jawaban dengan skor 2 atau tida setuju sebanyak 14%, 24%,18%,20% dan 18%., sedangkan dar setiao responden tida ada yang menjawab sangat tida setuju dari masing-masing pernyataan. yang menunjukkan bahwasanya karyawan UD. Aning Snack Trangkil Pati menginginkan adanya *organizational citizenship behavior* yang baik dalam menjalankan sebuah pekerjaan.

8. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum angket/kuesioner disebarakan sebagai alat ukur penelitian, harus dilaukan uji validitas dan reliabilitas pada koesioner yang akan digunakan dalam penelitian pada seluruh item yang terdapat pada variabel pengujian untuk menentukan apakah pertanyaan valid dan reliabel atau tidak. dan untuk menguji validitas dan reabilitas penulis menggunakan 30 responden diluar sampel responden penelitian.

a. Uji Validitas

Tujuan dilakukannya pengujian pada tingkat Validitas suatu kuosioner adalah untuk mengukur suatu koesioner yang akan dipergunakan dalam penelitian itu sendiri. Koesioner akan dianggap valid jika “pertanyaan dalam koesioner berhasil mengungkapkan ukuran yang menjadikanya alat ukur dalam penelitian”. Untuk mengukur tingkat Validitas bisa dilakukan denan mengukur korelasi antar sekor konstruk atau variabel. Dengan membandingkan antara R_{hitung} dengan R_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ maka tingkat validitas instrument masing-masing variabel dapat diketahui. dengan alpha 0,05. Variabel dikatakan valid apabila R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} . Dari tabel R diketahui nilai $R_{hitung}=0.361$. dengan progam pengolahan SPSS di dapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i> (r_{hitung})	r_{tabel}	Ket
Etika Kerja Islam (X1)	P1	0.636	0.361	Valid
	P2	0.721	0.361	Valid
	P3	0.508	0.361	Valid
	P4	0.594	0.361	Valid
	P5	0.673	0.361	Valid
	P6	0.659	0.361	Valid
	P7	0.626	0.361	Valid
<i>Person Organization-fit</i> (X2)	P1	0.706	0.361	Valid
	P2	0.827	0.361	Valid
	P3	0.772	0.361	Valid
	P4	0.747	0.361	Valid
Komitmen Organisasi (X3)	P1	0.837	0.361	Valid
	P2	0.844	0.361	Valid
	P3	0.768	0.361	Valid
<i>Organizational</i>	P1	0.725	0.361	Valid

Citizenship Behavior (Y)	P2	0.787	0.361	Valid
	P3	0.710	0.361	Valid
	P4	0.723	0.361	Valid
	P5	0.620	0.361	Valid

Sumber: *Data Primer yang Diolah, 2021*

Tabel 4.10 diatas menunjukkan hasil pengujian angket yang dilakukan melalui responden diluar populasi (non responden) yang di lakukan dengan menggunakan responden sebanyak 30 orang. Data diatas merupakan hasil yang didapatkan dengan mencari nilai korelasi pada masing-masing variabel X1 (etika kerja Islam), X2 (P-O fit), X3 (komitmen organisasi), dan Y (*organizational citizenship behavior*) melalui program SPSS. Sedangkan asumsi dalam penentuan tingkat validitas suatu kuesioner itu sendiri adalah apabila nilai korelasi (*Product moment*) adalah lebih besar dari R_{tabel} maka item pertanyaan dinyatakan valid, begitu juga sebaliknya. Untuk penentuan nilai R_{tabel} sendiri adalah dengan melihat tabel yang didasarkan pada rumus df ($Alpha, n-2$) atau untuk 30 responden maka ditemukan $(30-2) = 28$, dengan tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. dengan menggunakan uji dua arah maka berdasarkan tabel nilai untuk R_{tabel} -nya adalah = 0,3610. Dari tabel ditunjukkan nilai korelasi dari masing-masing variabel adalah sudah memenuhi asumsi uji validitas, dikarenakan dari tabel di dapatkan nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwasanya item-item soal dari setiap variabel dinyatakan *Valid*, dan dapat dilakukan sebagai alat ukur untuk setiap masing-masing variabel atau angket/kuesioner bisa dilakukan untuk pengujian selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Tujuan dilakukanya uji reliabilitas dalam suatu Intrumen penelitian adalah untuk mengukur stabilitas dan konsistensi suatu

kuosioner sebelum dijadikan ssebagai alat ukur. Yang artiya apabila dengan menggunakan alat ukur yang sama, dalam dilakukannya suatu pengukuran beberapa kali, maka akan menghasilkan gejala-gejala yang sama. Penggunaan ketentuan sebagai pengambilan keputusan terhadap reliabilitas pada kuesioner pada instrument penelitian ini adalh dengan ketentuan nilai *Alpha Crombach*. Nilai *Alpha Crombach* memiliki kelebihan dalam hal akurasi dengan melihat variabel yang digunakan yaitu yang memiliki sekala 1-4,1-5 dan seterusnya, dengan ketententuan rentan sekor adalah dimisalkan bernilai 0-20, 0-50 dan seterusnya. Asumsi bahwa suatu instrument dikatakan memiliki ketentuan reliabel manakala nilia koefisien reliabilitasnya adalah lebih dari 0.60. begitu juga sebaliknya tidak reliable apabila nilainya kurang dari 0.60.⁶ ketentuan yang dipakai dalam uji relibilitas intrumen adalah dengan menggunakan tingkat segnifikansi signifikansi $\alpha = 0,05$ atau 5%.

Dari progam SPSS yang digunakan untuk menguji suatu reliabilitas instrument penelitian, diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Etika Kerja Islam (X1)	0.737	0.600	Reliabel
<i>Person-Organization fit</i> (X2)	0.760	0.600	Reliabel
Komitmen	0.744	0.600	Reliabel

⁶Syofi'an Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*,57

Organisasi (X3)			
<i>Organizational Citizenship Behavior</i> (Y)	0.752	0.600	Reliabel

Sumber: *Data Primer yang Diolah, 2021*

Tabel 4.11 menunjukkan hasil data yang telah diolah, kemudian dapat diambil kesimpulan bahwasanya nilai yang di hasilkan dari masing-masing variable berdasarkan *Cronbach' Alpha* sudah dikatakan reliabel. Hal ini diebutkan karena nilai dari setiap variabel sudah diatas 0.60. sehingga instrument bisa dijadikan pengujian pada tahap selanjutnya.

9. Hasil pengujian Uji Asumsi Klasik

Setelah angket/kuesioner dinyatakan valid dan reliabel, selanjutnya angket atau kuesioner tersebut di distribusikan kepada sampel yang telah ditentukan. Data yang terkumpulkan selanjutnya dilakukan pengujian berdasarkan asumsi klasik. Hal ini bertujuan unjuk menguji apakah dalam model analisis regresi dikatakan layak atau tidak untuk melakukan pengujian selanjutnya. Tahap dalam pengujian berdasarkan uji asumsi klasik meliputi;

a. Uji multikolinieritas

Salah satu tahap dalam pengujian berdasarkan Asumsi klasik adalah dengan menggunakan metode berdasarkan multikolenieritas, yaitu pengujian yang di lakukan dalam suatu model regresi yang dilkukan dengan tujuan mengetahui ada dan tidaknya korelasi yang terjadi antar variabel bebas. Dan dikatan lolos dalam pengujian multikolenieritas manakala dalam sebuah model regresi tidak ada gejala multikoleneritas (tidak ada korelasi antar variabel bebas). Dalam pengujian tahap ini adalah dengan melihat hasil olahan data dengan memperhatikan output berupa nilai VIF dan nilai *tolerance* dari output olahan data.

Tabel 4.12
Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Etika Kerja Islam (X1)	0.590	1.695	Bebas multikolinieritas
<i>Person-Organization fit</i> (X2)	0.496	2.018	Bebas multikolinieritas
Komitmen Organisasi (X3)	0.679	1.472	Bebas multikolinieritas

Sumber: *Data Primer yang Diolah, 2021*

Tabel 4.12 menunjukkan output yang menunjukkan nilai VIF dan *tolerance*. Asumsi mengenai pengambilan keputusan terkait ada tidanya gejala multikolenieritas suatu model regresi alah jika VIF tida menunjukkan nilai diatas 10. Sedangkan untuk nilai *tolerance*-nya tidak menunjukkan angka kurang dari 0.1 atau 1% maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolenieritas suatu model regresi. Maka dengan hasil olahan data diatas maka dapa diambil sebuah kesimpulan bahawa dari masing-masing variabel independen (etika kerja Islam, *person-organization fit*, dan komitmen organisasi) tidak terjadi gejala multikolenieritas dalam model regresinya.

b. Hasil Uji Autokorelasi

Tahap selanjutnya dalam uji asumsi klasik dikenal dengan istilah uji autokorelasi. Dimana dalam pengujian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui kesalahan atau random eror pada periode t (time series) atau urutan waktu (*cross-section*) berkaitan dengan waktu ataaau periode sebelumnya (t-1). Kesalah berdasarkan periodik tersebut adalah yang disebut dengan adanya

problem berdasarkan autokorelasi. Pengujian pada tahap ini dilakukan dengan memperhatikan hasil olahan data melalui pendekatan *Durbin-Watson*, dengan ketentuan yang berlaku. Sehingga dapat diambil sebuah kesimpulan dalam suatu model regresi tersebut terdapat atau tidak problem autokorelasi atau tidak.

Tabel 4.13
Hasil Uji Autokorelasi dengan Metode Durbin-Watson

Koefisien	Nilai
Durbin-Waston	1.742
Dl	1.420
Du	1.673

Du	DW	4-du	Keterangan
1.673	1.742	2.327	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: *Data Primer yang Diolah, 2021*

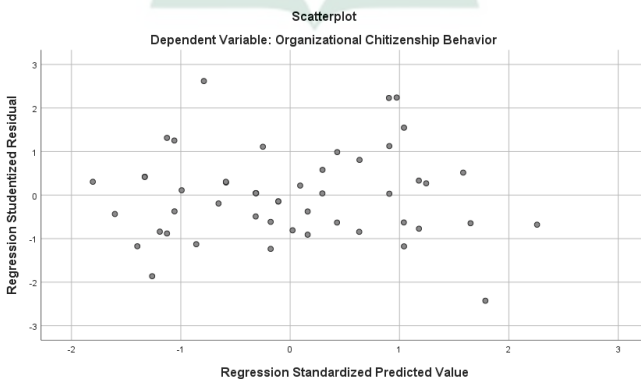
Data diatas merupakan hasil olahan berdasarkan output dari SPSS yang kemudian dimunculkan nilai berdasarkan *Durbin-Watson* dengan hasil nilai=1.7142. tahap pengujian dalam konteks problem autokorelasi suatu model regresi selanjutnya adalah dengan mengetahui nilai d hitung pada tabel statistik *Durbin-Watson*, yang dihasilkan dengan memperhatikan banyaknya jumlah sampel ($n= 50$), jumlah dari masing-masing variabel independen yaitu 3 (atau $k=3$) tingkat signifikansi 5%, maka ditemukan nilai batas atas atau $du = 1.673$ dan batas bawah atau $d1= 1.420$. pengambilan keputusannya berdasarkan problem autokorelasi adalah dengan membandingkan nilai yang dihasilkan dari olahan data dengan tabel statisti *D-W* kemudian dibuat perbandingan dengan ketentuan nilai $Du < DW <$

4-Du maka dengan demikian didapatkan nilai $1.673 < 1.742 < 2.327$. berdasarkan hasil diatas maka dapat dibuat suatu kesimpulan dalam model regresi tidak ada problem autokorelasi positif/negatif, sehingga keputusanya diterima.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dalam pengujian Asumsi klasik pada tahap pengujian tahap Heteroskedastisitas dilakukan Penujian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ketidak samaan variance dari tingkat residual suatu pengamatan pada model regresi. Cara mentukan suatu model regresi dengan pengujian pada tahap heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatterplot*. Dimana pada progam SPSS grafik ini diperoleh melalui uji yang dilakukan dengan mengaitka *SRESID* pada setiap variance residual X_1, X_2, X_3 dan *ZPRED* pada variance residual Y . Pengambilan keputusanya adalah jika ditemukan ketidak jelasan pola yang dihasilkan dari grafik tersebut maka data sudah memenuhi syarat atau bersifat homokedastisitas. Titik yang dihasilkan juga menyebar dari bawah sumbu 0 pada sumbu Y . dari hasil pengolahan tersebut maka dihasilkan output data sebagai berikut:

Gambar 4.14
Uji Heteroskedastisitas sacatterplot



Sumber: *Outpus SPSS yang diolah, 2012*

Hasil output yang sudah diolah menggunakan SPSS dihasilkan data *scatterplot*. Ketentuan dalam pengambilan keputusan terkait pengujian pada asumsi gejala Heteroskedastisitas suatu model regresi adalah dengan melihat penyebaran titik-titik yang terdapat pada grafik *Scatterplot*, yang mana jika titik-titik tersebut tersebar secara acak, dan tidak membentuk satu garis lurus, serta menyebar dari atas dan bawah mulai angka 0 pada sumbu Y, maka kesimpulannya adalah pada model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Grafik diatas sudah memenuhi syarat pada pengujian tingkat heteroskedastisitas sehingga data dapat dilakukan pengujian pada tingkat selanjutnya.

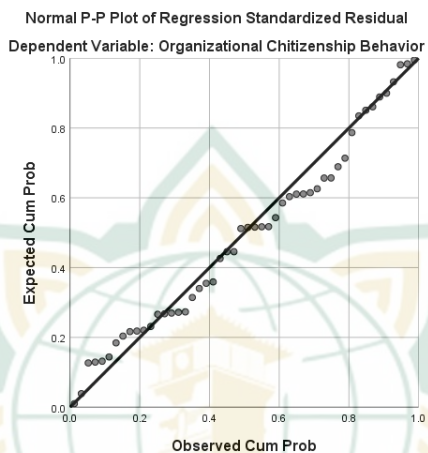
d. Hasil Uji Normalitas

Persyaratan dalam model regresi statistic penelitian adalah pendistribusian data yang baik atau normal. Pada pengujian ini dilaukan dengan tujuan yang sama, dimana pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pendistribusian suatu data dalam satu model regresi apakah dalam penyebarannya bersifat normal atau tidak normal.

Cara yang dilakukan dalam pengujian Normalitas suatu model regresi bisa dilakukan dengan berbagai cara, dalam penelitian kali ini akan melaukan dengan tiga cara diantaranya adalah dengan dengan melihat output pada grafik *normal probability plot*, *Histogram*, dan *kolomogorov-Smirnov Test*.

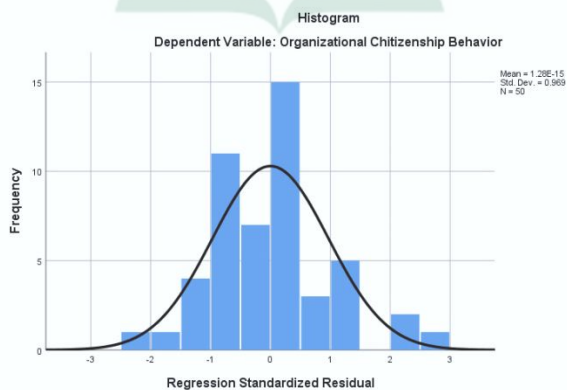
Berdasarkan dari pengolahan pada program SPSS 26 di peroleh sebuah data sebagai berikut:

Gambar 4.15
Hasil Uji Normalitas I



Untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi meliki tingkat normalitas atau tidak maka dengan melihat *normal probability plot*, yang mana dalam pengambilan keputusanya adalah jika pada grafik sebaran datanya menyebar mengeliling garis diagonalnya maka sebaran data dalam suatu model regresi dikatan pada pendistribasian dataya sudah normal. Dan dapat dilakukan pengujian pada tahap selanjutnya.

Gambar 4.16
Hasil Uji Normalitas II



Sumber: *Output SPSS yang diolah, 2021*

Tabel diatas 4.16 adalah tampilan dari grafik Histogram. Dengan cara memperhatikan data tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa grafik histogram menunjukkan pola yang dihasilkan pada data sudah memenuhi persyaratan untuk pendistribusian normal yang mana sudah membentuk gambaran *bell shaped*. Hal ini dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini pada model regresi telah memenuhi syarat model regresi yang baik, karena telah memenuhi persyaratan data dalam model regresi yang berdistribusi normal dan dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

Gambar 4.17
Uji Normalitas kolmogrov- Smirnov Z
One-Sample Kolmogorov-Smirnov
Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.83795255
	Most Extreme Differences	
	Absolute Positive	.098
	Negative	-.079
Test Statistic		.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

Sumber: *Output SPSS yang diolah, 2021*

Dengan melihat hasil output pada tabel 4.17 terkait model uji normalitas berdasarkan asumsi kolmogrov- Smirnov Z, Hasil pengujian data tersebut menghasilkan nilai Signifikan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.200, maka kesimpulannya adalah jika hasil yang di dapatkan dari *outout SPSS* lebih besar dari nilai 0.05, maka

pengambilan keputusannya adalah suatu data residual berdistribusi normal dan hasil uji normalitas pada model regresi telah terpenuhi.

B. Hasil Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini bertujuan untuk menguji suatu hipotesis dari sebuah penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya pada rumusan masalah, dalam tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara etika kerja Islam, *person-organization fit*, dan komitmen organisasi terhadap *organizational citizenship behavior* pada UD. Aning Snack Trangkil Pati, dari analisis regresi linear diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	3.351	2.062	
Etika Kerja Islam	0.225	0.089	0.359
<i>Person-Organization fit</i>	0.448	0.218	0.319
Komitmen Organisasi	0.114	0.157	0.096

Sumber: *output SPSS yang Diolah, 2021*

Dari hasil data diatas, maka dapat dibuat bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 3.351 + 0.225X_1 + 0.448 X_2 + 0.114 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel *dependen* (*organizational citizenship behavior*)

a = konstanta

b_1 = koefisien regresi antara X_1 (etika kerja Islam) terhadap Y (*organizational citizenship behavior*)

b_2 = koefisien regresi antara X_2 (*person-organization fit*) terhadap Y (*organizational citizenship behavior*)

b_3 = koefisien regresi antara X_3 (komitmen organisasi) terhadap Y (*organizational citizenship behavior*)

X_1 = Variabel *Independen* (etika kerja Islam)

X_2 = Variabel *Independen* (*person-organization fit*)

X_3 = Variabel *Independen* (komitmen organisasi)

e = *error estimasi*

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat dianalisis dan diambil kesimpulan:

- a. Besarnya nilai Konstanta $\alpha = 3.351$ memberikan arti bahwa: jika tanpa adanya pengaruh dari variabel independen (motivasi (X_1) etos kerja islam (X_2) dan pelatihan kerja (X_3) nilainya adalah 0), maka rata-rata dari variabel dependen *Organizational citizenship behavior* (Y) memiliki nilai konstanta sebesar 3.351.
- b. Nilai koefisien regresi dari Etika kerja Islam (X_1) adalah 0.225. Maka dapat dinyatakan apabila setiap variabel Etika kerja Islam meningkat 100% maka variabel *Organizational OCB* akan mengalami peningkatan sebesar 22%. Dengan asumsi bahwa setiap variabel bebas lain dalam model regresi tetap. Koefisien menunjukkan nilai positif artinya terjadi suatu hubungan yang positif antara etika kerja Islam dengan perilaku *Organizational Citizenship Behavior* karyawan. Apabila pengaruh variabel Etika kerja Islam semakin naik, maka akan terjadi kenaikan pada perilaku *organizational citizenship behavior* karyawan.
- c. Nilai koefisien regresi *Person-Organization fit* (X_2) adalah 0.448. Maka dapat dinyatakan apabila setiap variabel *Person organization-fit* meningkat 100% maka variabel *OCB* akan mengalami peningkatan sebesar 44%. Dengan asumsi bahwa nilai dari setiap variabel bebas lain dalam model regresi tetap. Koefisien dalam model regresi menunjukkan nilai positif, artinya terjadi suatu hubungan positif antara *Person-Organization fit* dengan perilaku *OCB* karyawan. Apabila pengaruh dari variabel

Person-Organization fit semakin meningkat, maka akan meningkat pula perilaku *organizational citizenship behavior* karyawan.

- d. Nilai koefisien regresi darai variabel komitmen organisasi (X_3) adalah 0.114. Maka dapat dinyatakan apabila setiap variabel komitmen organisasi meningkat 100% maka varibel OCB akan mengalami peningkatan sebesar 11%. Dengan asumsi bahwa nilai dari setiap variabel-variabel bebas lain dalam model regresi tetap. Koefisien dalam model regresi meunjukkan nilai positif, artinya terjadi suatu hubungan positif antara komitmen organisasi dengan perilaku OCB karyawan. Apabila pengaruh variabel komitmen organisai semakin meningkat, maka akan menigkat pula perilaku *organizational citizenship behavior* karyawan.
- e. Dari analisis diatas membetuk suatu persamaan ($Y = 3.351 + 0.225X_1 + 0.448 X_2 + 0.114 X_3 + e$) yang mana dapat diambil suatu kesimpulan, faktor terbesar atau yang sangat mempengaruhi perilaku *organizational citizenship behavior* di UD Aning snack Trangkil Pati adalah variabel *person-organization fit*. Hal ini di tunjukkan dengan variabel P-O fit memiliki nilai koefisien yang dihasilkan dalam model regresi relative besar apabila dibandingkan dengan EKI dan komitmen organisasi.

2. Uji Parsial (Uji T)

Pada tahap statistic uji parsial sangat penting untuk dilakukan, tujuan dilakukanya pengujian T parsial adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen secara satu persatu atau secala individual terhadap kemampuannya dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian tingkat segnifikanasi berdasarkan ukuran menurut individual dari masing-masing variabel independen adalah dengan memperhatikan outpun dari hasil olahan data yang di tunjukkan dengan ketentuan t_{hitung} . Sedangkan untuk mengetahui sekor nilai t_{hitung} , adalah dengan menganalisis nilai berdasarkan **tabel distribusi t**, yang mana dapat dicari pada derajat kebebasan/df = n-k-1. Dengan keterangan (n = jumlah

sampel, dan $k =$ jumlah variabel independen). Dengan melihat pada **tabel disrtibusi t**, maka t_{tabel} diperoleh dengan nilai $df = (50 - 3 - 1)$ penggunaan tingkat signifikansi adalah 5%, maka dapat ditemukan nilai t_{hitung} sebesar 2.012. untuk lebih jelasnya hasil t_{hitung} dapat kita lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.19
Hasil Uji Parsial (Uji Statistik t)

Variabel	t _{hitung}	t _{table}	Sig.	Interpretasi
Etika Kerja Islam (X1)	2.516	2.012	0.015	Berpengaruh dan signifikan
<i>Person-Organization fit</i> (X2)	2.054	2.012	0.046	Berpengaruh dan signifikan
Komitmen Organisasi (X3)	0.724	2.012	0.473	Tidak berpengaruh dan tidak signifikan

Sumber: *Data Primer yang Diolah, 2019*

- a. Pengaruh Etika Kerja Islam (X1) terhadap *organizational citizenship behavior* (Y) di UD. Aning Snack Trangkil Pati.

Pada tabel 4.17 menunjukkan hasil uji statistic, yang mana diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2.516 dengan dibandingkan dengan t_{table} yang diperoleh adalah 2.012, maka kesimpulan yang diperoleh adalah nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($2.516 > 2.012$) dengan perolehan nilai p value (sig) = 0.01 (< 0.05). maka dapat diambil sebuah kesimpulan bahwasanya variabel Etika kerja Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap *organizational citizenship behavior*.

Oleh karena itu, H1 (hipotesis pertama) yang dalam pernyataanya adalah Etika kerja Islam (X1) berpengaruh terhadap *organizational citizenship behavior* di UD. Aning Snack Trangkil Pati. **Diterima.**

- b. Pengaruh *person-organization fit* (X2) terhadap *organizational citizenship behavior* (Y) di UD. Aning Snack Trangkil Pati.

Pada tabel 4.17 menunjukkan hasil uji statistic, yang mana diperoleh nilai t_{hitung} pada X2 sebesar 2.054 dengan dibandingkan dengan t_{tabel} yang diperoleh adalah 2.012, maka kesimpulan yang diperoleh adalah nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.054 > 2.012$) dengan perolehan nilai $p\ value$ (sig) = 0.01 (< 0.05). maka dapat diambil sebuah kesimpulan bahwasanya variabel *Person-Organization fit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *organizational citizenship behavior*.

Oleh karena itu, H2 (hipotesis kedua) yang dalam pernyataanya adalah *Person-Organization fit* (X2) berpengaruh terhadap *organizational citizenship behavior* di UD. Aning Snack Trangkil Pati. **Diterima.**

- c. Pengaruh komitmen organisasi (X3) terhadap *organizational citizenship behavior* (Y) di UD. Aning Snack Trangkil Pati.

Berdasarkan hasil olahan data statistik yang terdapat pada tabel 4.17 diperoleh hasil, nilai t_{hitung} pada X3 di dapatkan sebesar 0.724 dengan dibandingkan terhadap nilai t_{tabel} 2.012, maka hasil ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih kecil daripada nilai t_{tabel} ($2.054 < 2.012$) dengan nilai $p\ value$ (sig) = 0.47 (> 0.05). dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel komitmen organisasi terhadap *organizational citizenship behavior*.

Oleh karena itu, H3 (hipotesis ketiga) yang dalam pernyataanya adalah variabel komitmen organisasi (X3) berpengaruh terhadap *organizational Chizenship behavior* di UD. Aning Snack Trangkil Pati. **Ditolak.** dan menerima H_0 , dimana tidak ditemukan pengaruh secara signifikan antara komitmen organisasi terhadap perilaku OCB.

3. Koefisien determinasi (R^2)

Analisis dalam suatu model regresi pada tahap ini adalah bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh

antara ketiga variabel secara simultan. Untuk pengukuran pengaruh simultan sendiri adalah dengan asumsi nilai mulai dari 0 sampai dengan 10. Dengan penjelasan apabila dalam suatu model regresi nilai R^2 yang di dapatkan adalah mendekati 0, artinya variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang relative kecil dalam menerangkan variabel dependen. Dan sebaliknya, apabila tingkat pengaruh signifikan yang dihasilkan berdasarkan nilai R^2 adalah mendekati nilai 1, artinya secara simultan variabel dependen memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel dependen.

Tabel 4.20
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.670 ^a	.449	.413	1.89694

Sumber: *output SPSS yang Diolah, 2021*

Dapat dilihat dari data diatas, terjadi korelasi antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan di dapatkan nilai R sebesar 0.670. dalam hal ini menunjukkan bahwa antara variabel independen (etika kerja Islam, *person-organization fit*, dan komitmen organisasi), dan variabel dependen OCB memiliki hubungan yang cukup kuat.

Dari hasil uji dua arah suatu koefisien determinasi yang dijelaskan pada data diatas, menghasilkan nilai *R Square* = 0.449. Besarnya angka koefisien determinasi 0.449 atau = 44.9%. Dari angka tersebut dapat diartikan bahwa terdapat sebesar 44.9% tingkat *organizational citizenship behavior* yang dapat dijelaskan dengan menggunakan etika kerja Islam, *person-organization fit*, dan komitmen organisasi. Sedangkan sisanya (100% - 44.9% = 55.1%) adalah penyebab lain, yang disebabkan oleh pengaruh faktor-faktor diluar penelitian. Dengan kata lain, bahwa kemampuan menerangkan besarnya pengaruh etika kerja Islam, *person-organization fit*, dan komitmen organisasi terhadap *organizational citizenship*

behavior adalah sebesar 44.9%, sedangkan sisanya sebesar 55.1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar peneliti. Pada tabel diatas juga ditemukan nilai *Standar Error of Estimate* (SEE) sebesar 1.896, yang memiliki asumsi bahwa semakin kecil nilai SEE dalam suatu regresi, maka akan semakin tepat untuk meprediksi variabel dependen.

4. Uji Simultan (uji F)

Agar dapat diketahui hasil dari pengaruh secara stimultan yaitu seberapa besar pengaruh dari nilai variabel independen (X1, X2, dan X3) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y). Pengambilan kesimpulan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka (H_0 ditolak dan H_a diterima). dan apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ (H_0 diterima dan H_a ditolak) dengan ketentuan nilai sinifikasi < 0.05 . Adapun pada data tabel distribusi F dihitung berdasarkan derajat kebebasan $df-1$ (jumlah variabel-1) atau $4-1= 3$, dan $df 2$ ($n-k-1$) atau $50-3-1= 46$ (n sama dengan jumlah sampel dan k sama dengan jumlah dari variabel independen). Maka di peroleh nilai F_{tabel} : 2,81.

Tabel 4.21
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	134.795	3	44.932	12.487	.000 ^b
	Residual	165.525	46	3.598		
	Total	300.320	49			

a. Dependent Variable: Organizational Citizenship Behavior

Sumber: *output SPSS yang diolah, 2021*

Hasil pengujian pada tabel tersebut didapatkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$: $12.487 > 2.81$, dengan nilai stimultan $0.00 < 0.05$. hal ini menunjukkan adanya pengaruh secara sumultan antara etika kerja Islam (X1), *person-organization fit* (X2), dan komitmen organisasi (X3) berpengaruh secara bersamaan terhadap Variabel *organizational citizenship behavior* (Y) di UD Aning Snack trangkil pati.

C. Pembahasan

Pada pembahasan terkait dengan hasil penelitian dimana merupakan jawaban daripada tujuan dalam penelitian ini adalah tentang bahasan berbagai faktor yang menjadi pengaruh terhadap variabel *Organizational citizenship behavior* dengan obyek penelitian adalah karyawan pada UD. Aning Snack Trangkil Pati. Sedangkan faktor-faktor tersebut dalam ketentuan peneliti terbatas pada variabel etika kerja Islam, *Person-Organization fit*, dan komitmen organisasi. Yang akan dibahas sebagaimana pembahasan berikut:

1. Pengaruh Etika Kerja Islam terhadap *Organizational Citizenship Behavior* di UD. Aning Snack Trangkil Pati

Penelitian ini menunjukkan hasil dimana variabel independen etika kerja Islam (X1) berpengaruh terhadap *organizational citizenship behavior* (Y) di UD. Aning Snack Trangkil Pati. Asumsi tentang pembuktian bahwa terdapat pengaruh antara X1 dan Y adalah dengan temuan hasil hipotesis dimana ditemukan nilai pada T_{hitung} lebih besar di bandingkan dengan nilai pada T_{tabel} ($2.516 > 2.012$) dengan nilai probabilitas (sig) 0.015 (kurang dari 0.05). maka kesimpulan pertama menyatakan bahwa variabel etika kerja Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap *organizational citizenship behavior* di UD. Aning Snack Trangkil Pati. Dengan demikian H_a (hipotesis alternatif) diterima dan H_o (hipotesis nihil) ditolak. **H_1 Diterima.**

Dari hasil pengujian dalam penelitian ini dengan menggunakan persamaan regresi linear berganda juga ditemukan hasil pengujian yang menunjukkan hubungan searah, yang artinya semakin meningkat pengaruh etika kerja Islam maka semakin meningkat pula perilaku *organizational citizenship behavior* di UD. Aning Snack Trangkil Pati. Dengan melihat berdasarkan hasil koefisien regresi yang mana menunjukkan jika variabel etika kerja Islam mengalami kenaikan satu persen maka variabel OCB juga akan naik sebesar 0,225, dengan berasumsi bahwa variabel bebas yang lain adalah nilainya tetap. Hal ini menunjukkan adanya kesepahaman responden melalui indikator *work intention*, amanah, tugas yang sesuai

kapasitas, dedikasi, kerjasama, tanggungjawab, hubungan sosial, dan kreativitas.

Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang ditemukan oleh Fawzi Rizki Pradana dan Mikhriani (2017) dengan judul “Etika Kerja Islam dan Pengaruhnya Terhadap Organization Citizenship Behavior Aparatur Negara Studi di Kantor Kementerian Agama Kebumen”, dengan hasil temuannya bahwa antara etika kerja Islam dan *organizational citizenship behavior* terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dimana pada penelitian itu yang menjadi obyek penelitiannya adalah Aparatur Negara Studi di Kantor Kementerian Agama Kebumen.⁷

Menurut Ali & Al Owaihan (2008) Etika kerja Islam memiliki pengertian sebagai suatu orientasi atau pembiasaan yang mempengaruhi serta membentuk partisipasi penganutnya (muslim) yang di realisasikan di tempat kerjanya. Etika kerja Islam memberikan pandangan bahawa kerja merupakan sarana untuk meningkatkan kebutuhan diri seseorang baik dalam segi ekonomi, sosial maupun secara psikologis, dengan tujuan untuk mempertahankan prestasi sosial, memajukan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan keimanan seorang muslim. Konsep awal dari etika kerja Islam adalah sebagaimana yang terdapat dalam Al-Qur’an dan Sunnah atau hadist Nabi.⁸ Hasil penelitian oleh Alhyasat (2012) pada karyawan press foundation di jordania menyebutkan adanya pengaruh yang signifikan dari etika kerja islam dalam berbagai bentuk karakter atau sikap diantaranya; “kemampuan dan sikap baik terhadap atasan dan para pelanggan, mematuhi peraturan, kemampuan dan keahlian, saling menasehati, bertanggung jawab, menjunjung tinggi keadilan, loyalitas dan bekerja sama dalam *Team work*” yang memiliki pengaruh terhadap

⁷ Fawzi Rizki Pradana & Mikhriani, “Etika Kerja Islam Dan Pengaruhnya Terhadap Organization Citizenship Behavior Aparatur Negara (Studi Di Kantor Kementerian Agama Kebumen),” *Jurnal MD* 3 no.1 (2017); 47.

⁸ Abbas J. Ali dan Abdullah Al-Owaihan, “Islamic work ethic: a critical review,” *International Journal* 15, no. 1, (2008): 10.

perilaku OCB.⁹ Di dalam penelitian ini juga menunjukkan dalam variabel etika kerja Islam yang meliputi *work intention*, amanah, tugas yang sesuai kapasitas, dedikasi, kerjasama, tanggungjawab, hubungan sosial, dan kreativitas memengaruhi perilaku OCB karyawan di UD. Aning Snack Trangkil Pati. Dengan sebuah penjelasan apabila pada perusahaan ini menerapkan apa yang menjadi prinsip dari etika kerja Islam dengan memperhatikan berbagai aspek nilai yang disebutkan misalnya, karyawan beranggapan bahwa perusahaannya telah memberikan suatu keadilan, memberikan tugas sebagaimana mestinya, dapat dipercaya, memberikan nilai sebuah kerjasam tim yang solid, akan memberikan kepuasan tersendiri bagi para karyawannya sehingga akan mendorong para karyawan untuk memiliki perilaku OCB. Sehingga UD. Aning Snack Trangkil Pati dapat menerapkan strategi etika kerja Islam untuk meningkatkan *organizational citizenship behavior* karyawan.

2. Pengaruh *Person-Organization fit* terhadap *Organizational Citizenship Behavior* di UD. Aning Snack Trangkil Pati

Penelitian ini menunjukkan hasil dimana variabel *person-organization fit* (X2) memiliki pengaruh terhadap *organizational citizenship behavior* (Y) di UD. Aning Snack Trangkil Pati. Hal ini di buktikan dengan nilai T_{hitung} lebih besar di bandingkan dengan nilai T_{tabel} ($2.054 > 2.012$) dengan nilai probabilitas (sig) 0.046 (kurang dari 0.05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Person-Organization fit berpengaruh positif dan signifikan terhadap *organizational citizenship behavior* di UD. Aning Snack Trangkil Pati. Dengan demikian H_a (hipotesis alternatif) diterima dan H_o (hipotesis nihil) ditolak. H_2 **Diterima.**

Dari hasil pengujian persamaan regresi linear berganda juga ditemukan hasil pengujian yang

⁹ M.K. Alhyasat, "The role of Islamic work ethics in developing organizational citizenship behavior at the Jordanian Press Foundations," *journal of Islamic Marketing* 3, no.2 (2012); 153.

menunjukkan terdapat hubungan yang searah, artinya semakin meningkat pengaruh *Person-Organization fit* akan mengalami peningkatan pula pada perilaku *organizational citizenship behavior* di UD. Aning Snack Trangkil Pati. Dengan melihat berdasarkan hasil koefisien regresi yang menunjukkan jika variabel *Person-Organization fit* mengalami kenaikan satu persen maka variabel OCB juga akan naik sebesar 0,448 dengan berasumsi bahwa variabel bebas yang lain adalah bernilai tetap. Hal ini menunjukkan adanya kesepahaman responden melalui indikator kesesuaian tujuan, kesesuaian nilai, pemenuhan terhadap kebutuhan karyawan, dan antara kultur organisasi dengan karakteristik karyawan yang sesuai.

Hal ini memberikan bukti bahwa *Person-Organization fit* akan mempengaruhi tingkat *organizational citizenship behavior* karyawan. Dengan adanya P-O fit maka tingkat OCB karyawan di UD. Aning Snack Trangkil Pati akan semakin meningkat. Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Alfani dan Muhammad Hadini dengan judul “Pengaruh Person Job Fit dan Person Organization Fit Terhadap Organizational Citizenship Behavior dan Kinerja Karyawan Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin” yang menyimpulkan bahwa *Person-Organization fit* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *organization citizenship behavior* pada karyawan di Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin.¹⁰

Pengertian *Person-Organization fit* menurut Kristof (1996) adalah suatu kesesuaian yang terjadi pada individu dengan perusahaan tempat kerjanya dimana kompatibilitas atau kesesuaian tersebut akan terjadi manakala dari salah satu pihak “baik individu maupun organisai” memenuhi

¹⁰Muhammad Alfani dan Muhammad Hadini, “Pengaruh Person Job Fit dan Person Organization Fit Terhadap Organizational Citizenship Behavior dan Kinerja Karyawan Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin”, *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan* 2, no. 2 (2018); 11

kebutuhan terhadap pihak lainnya, atau jika diantara keduanya secara bersama-sama memiliki karakteristik yang sama. Gambaran tentang terbentuknya kesesuaian pada *Person-Organization fit* adalah kesesuaian antara individu-organisa berdasarkan tujuan, kesesuain berdasarkan proses pemenuhan kebutuhan dan system yang ada pada perusahaan, serta kesesuaian karakteritik-iklim individu terhadap perusahaan atau organisasi.¹¹ Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh wei (2003) yang dilaukan pada keryawan Bank di Taiwan sebagai objek penelitiannya, yang dalam penelitiannya menunjukkan sebuah penemuan adanya pengaruh positif antara *Person-Organization fit* dengan perilaku *Organizational citizenship behavior*. Dalam hasil temuannya juga dijelaskan yang mana pada karyawan dan organisasi dalam suatu hubungan pekerjaan mereka meiliki nilai-nilai dan karakteristik yang sama, maka karyawan tersebut dalam melakukannya tidak memiliki paksaan secara psikologis, serta apabila karyawan ditugaskan diluar *job descripton*-nya maka demi terciptanya tujuan dari perusahaan, ia tidak akan merasa keberatan. Dengan demikian, maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwwasanya terciptanya perilaku OCB pada karyawan salah satu faktor penyebabnya adalah apabila pada individu menganggap bahwa tujuan dari organisai merupakan tujuan pribadinya secara tidak langsung.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Aswin Susanto (2019) Di Pt Meka Adipratama (Carfix) Semarang menunjukkan sebuah penemuan tentang pengaruh yang positif P-O fit terhadap perilaku OCB, dalam penelitiannya dijelaskan apabila perusahaan memeberikan dukungan terhadap anggapan karyawan terkait argument, nilai-nilai serta tujuan, dengan adanya dukunga tersebut akan memberikan kepuasan tersendiri terhadap karyawan yang mana akan mendorong karyawan untuk bekerja keras dan bahkan demi suatu tujuan organisasi karyawan akan

¹¹A. L Kristof, "Person-Organization Fit: An Integrative Review Of Its Conceptualizations, Measurement, And Implications," *Personel psycolgy* 1 no.49 (1996); 3.

melakukan pekerjaan meskipun itu diluar *job descripton*-nya. Dalam penelitian yang telah dilakukan ini dapat memberikan suatu penjelasan, yaitu pada indikator terkait dengan variabel *Person-Organization fit* yang meliputi kompabilitas atau kesesuaian antara nilai-nilai Individu-Organisai, kompabilitas tujuan, proses pemenuhan pada kebutuhan karyawan dari perusahaan, dan kompabilitas karakteristik individu-kultur perusahaan, merupakan salah satu faktor mempengaruhi terhadap perilaku OCB karyawan di UD. Aning Snack Trangkil Pati. Hal ini dapat di jelaskan bahwa karyawan yang memiliki nilai-nilai, tujuan serta pendapat apabila mendapat dukungan oleh perusahaan, akan menimbulkan perilaku pada karyawan dengan membalas dukungan yang didapatkannya dengan bekerja semaksimal mungkin dan bahkan dengan tidak keberatan akan melakukan pekerjaan diluar job deskripsinya demi keberlangsungan sebuah perusahaan.

3. Pengaruh Komitmen Organisasi terhadap *Organization citizenship behavior* di UD. Aning Snack Trangkil Pati

Penelitian ini menunjukkan hasil dimana variabel komitmen organisasi (X3) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *organizational citizenship behavior* (Y) di UD. Aning Snack Trangkil Pati. Hal ini di tunjukan dengan nilai T_{hitung} apabila dibandingkan dengan T_{tabel} memiliki nilai yang lebih kecil ($0.724 < 2.012$) dengan nilai probabilitas (sig) 0.473 (lebih dari dari 0.05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel komitmen organisasi berpengaruh positif akan tetapi tidak berpengaruh secara parsial dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *organizational citizenship behavior* di UD. Aning Snack Trangkil Pati. Dengan demikian H_a (hipotesis alternatif) ditolak dan H_o (hipotesis nihil) diterima. H_3 **Ditolak.**

Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara komitmen organisasi terhadap *Organizational Citizenship Behaviors*. Dengan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jika komitmen organisasi karyawan mengalami peningkatan,

maka tidak mempengaruhi secara parsial maupun signifikan terhadap peningkatan perilaku *Organizational Citizenship Behaviors* di UD. Aning Snack Trangkil Pati. Hasil tersebut diperkuat dengan korelasi parsial yang menghasilkan nilai sebesar (0,114) artinya hubungan antara komitmen organisasi dengan perilaku *Organizational Citizenship Behavior* masih sangat rendah. Dalam hal ini ditunjukkan adanya ketidaksepahaman karyawan dengan indikator komitmen afektif, normative dan komitmen berkelanjutan.

Penelitian terdahulu yang serupa ditemukan oleh Soltan Takdir dan Muhammad Ali (2020) dengan judul penelitiannya “Pengaruh Komitmen Organisasi dan Kepuasan Kerja Terhadap *Organizational Citizenship Behaviors* Studi Kasus Yapis Di Tanah Papua Cabang Kabupaten Jayawijaya”. Dengan hasil penelitiannya yang menunjukkan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap anatara komitmen organisasi terhadap perilaku *Organizational Citizenship Behaviors*. Dalam penelitiannya juga dijelaskan bahwa peningkatan komitmen organisasi pada karyawan di Yayasan Pendidikan Islam di Papua, khususnya di Kab. Jayawijaya tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap peningkatan perilaku *Organizational Citizenship Behaviors*.¹²

Menurut Luthan (2006) Komitmen Organisasi merupakan sebuah kehendak dari individu untuk menetap dalam suatu organisasi, atau keinginan untuk menjadi anggota di sebuah organisasi tertentu, disertai dengan bersungguh-sungguh dalam penerimaan nilai serta tujuan organisasi. Atau dalam definisi lain komitmen organisasi adalah suatu sikap yang merefleksikan bentuk loyalitas karyawan pada sebuah organisasi tertentu disertai dengan proses berkelanjutan, yang mana karyawan dalam suatu organisasi mengekspresikan perhatiannya tersebut terhadap

¹² Soltan Takdir dan Muhammad Ali. “Pengaruh Komitmen Organisasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap *Organizational Citizenship Behaviors* (Ocb),” *Jurnal Manajemen* 6, no.1 (2020); 14.

tujuan, keberhasilan serta kemajuan yang berkelanjutan.¹³ Penelitian terdahulu yang ditemukan oleh Arum dkk (2013) pada obyek penelitian karyawan Tata Usaha (TU) FISE UNY, menemukan sebuah hasil yang mana komitmen organisasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap OCB, yang disebabkan karena perilaku OCB adalah perilaku yang diluar standart karyawan (*beyond expectation*), sehingga sifat komitmen organisasi yang tinggi tidak menjadi jaminan bagi karyawan untuk memiliki perilaku *Organizational Citizenship Behavior*. Dari tiga jenis komitmen yang dimiliki karyawan yang cenderung tidak berpengaruh adalah pada komitmen normatif dan komitmen berkelanjutan karena karyawan yang memiliki kedua komitmen tersebut akan cenderung bersikap netral terhadap OCB, berbeda dengan karyawan yang memiliki komitmen pada tingkatan afektif. Komitmen afektif memiliki kecenderungan sifat yang mendalam, sehingga karyawan dengan komitmen afektifnya akan merasa adanya sebuah ikatan terhadap organisasi atau perusahaan sehingga hal ini akan mendorong karyawan dalam melakukan perilaku OCB.¹⁴

Penelitian terbaru yang dilakukan Soltan Takdir dan Muhammad Ali (2020) juga menghasilkan sebuah temuan bahwa pada ketiga faktor yang terdapat dalam indikator komitmen organisasi, pada indikator komitmen afektif didapatkan faktor dengan kategori tinggi. Komitmen yang tinggi pada perspektif afektif yang dimiliki oleh karyawan akan memberikan kecenderungan pada karyawan untuk mempertahankan kerjasamanya dalam suatu organisasi, memiliki kepedulian terhadap perusahaan atau organisasi serta memiliki keinginan dalam pengupayaan kemajuan organisasi. Akan tetapi, pada komitmen berkelanjutan (*continuance*) dan komitmen normatif (*normative*) berada

¹³ Ahmad Fuad, Woro Utari, dkk., "Pengaruh Budaya Organisasi, Kemampuan Kerja dan Komitmen Organisasi terhadap Organizational Citizenship Behavior (OCB)," *JMM* 4, no.3 (2020): 412.

¹⁴ Arum Darmawati Dkk, "Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasi Terhadap Organizational Citizenship Behavior" *Jurnal Economica* 9 No.1 (2013); 16.

di kategori sedang. Karena pada komitmen berkelanjutan sifatnya mengacu pada kesadaran individu yang mana akan merasa dirugikan apabila meninggalkan organisasi. Sedangkan komitmen normatif menunjukkan bagaimana seorang individu dapat mempertahankan dirinya dalam sebuah organisasi manakala ia merasa memiliki kewajiban moral terhadap organisasi tersebut.¹⁵

Hal ini dapat diambil suatu kesimpulan bahwa komitmen berkelanjutan dan komitmen normative yang dimiliki karyawan UD Aning Snack Trangkil Pati merupakan orientasi yang terbentuk karena adanya ikatan dari karyawan terhadap perusahaan, dengan kecenderungan komitmen dalam konteks ini adalah terbentuk dari faktor eksternal dari karyawan itu sendiri, dengan melihat hasil jawaban responden dimana karyawan yang menjawab tidak setuju pada konteks komitmen mormatif dan berkelanjutan relative kecil yaitu 6% dan 9%. Bedanya dengan komitmen afektif yang dimiliki karyawan yang mana komitmen ini merupakan forkor internal dari individu karyawan dimana pada jawaban responden dengan keterangan tidak setuju masih terbilang tinggi yaitu 24%. Penyebab adanya faktor eksternal tersebut dimungkinkan karena adanya kemampuan dari perusahaan untuk menyediakan fasilitas, kondisi tempat kerja, faktor keamanan dan faktor-faktor lain yang bersifat diluar diri karyawan seperti system pembayaran *borong*, yang mana faktor eksternal ini menjadikan seorang karyawan merasa tidak memiliki kewajiban untuk tetap bertahan hingga usia pensiun meskipun dalam dirinya sudah mempunyai keinginan untuk tetap berada dalam perusahaan atau memiliki sifat komitmen yang tinggi walupun pada tabel frekuensi lama bekerja masih relative tinggi pada rentan usia kerja 6-10 dan lebih dari 10 tahun. Dengan demikian UD. Aning Snack Trangkil belum menerapkan strategi komitmen organisasi pada organiasasinya sehingga tidak mampu

¹⁵ Soltan Takdir dan Muhammad Ali. "Pengaruh Komitmen Organisasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Organizational Citizenship Behaviors (Ocb)," *Jurnal Manajemen* 6, no.1 (2020); 14.

meningkatkan perilaku *organizational citizenship behavior* karyawannya.

4. Pengaruh Pengaruh Etika Kerja Islam, *Person-Organization Fit* dan Komitmen Organisasi Terhadap *Organizational Citizenship Behavior* di UD Aning Snack Trangkil Pati.

Berdasarkan hasil Uji – f, dimana nilai f_{hitung} sebesar 12.487 lebih besar dari f_{tabel} 2.81 dengan tingkat signifikansi 0.000 (lebih kecil dari 0.05) .dari Uji Hipotesis tersebut membuktikan bahwa etika kerja Islam, *person-organization fit*, dan komitmen organisasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *organizational citizenship behavior*. Dengan demikian dapat dipahami bahwa jika etika kerja Islam, *person-organization fit*, dan komitmen organisasi secara simultan meningkat akan mempengaruhi secara signifikan peningkatan *Organizational Citizenship Behavior* di UD Aning Snack trangkil pati.

Dari hasil analisis data juga dapat diketahui sebesar 44.9% *Organizational Citizenship Behavior* di UD. Aning Snack Trangkil Pati dapat dipengaruhi oleh variabel etika kerja Islam, *person-organization fit*, dan komitmen organisasi, sedangkan sisanya sebesar 55,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel etika kerja Islam, *person-organization fit*, dan komitmen organisasi.

Hasil analisis juga menunjukkan persamaan regresi linear berganda dengan rincian $Y = 3.351 + 0.225X_1 + 0.448 X_2 + 0.114 X_3 + e$. Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan nilai OCB sebesar 3,351 satuan jika variabel Etika Kerja Islam (X_1) dan *Persn-Organization fit* (X_2) dan Komitmen Organisasi (X_3) sama dengan nol. Dari persamaan tersebut juga dapat disimpulkan bahwa faktor terbesar yang mempengaruhi perilaku *organizational citizenship behavior* di UD Aning snack Trangkil Pati adalah variabel *person-organization fit* dengan nilai koefisien regresi paling besar (0.448) dibandingkan dengan koefisien regresi pada variabel independent lainnya. Sehingga UD Aning Snack Trangkil

Pati lebih menekankan strategi *person-organization fit* untuk meningkatkan perilaku OCB Karyawanya

