

Penerapan Komunikasi di Toko Besi Jaya Baru

Vierra Chandra¹, Lisa^{2*}, Wili Chandra³, Ngajudin Nugroho⁴, Fauzi Akbar Maulana Hutabarat⁵

^{1,5}Program Studi Manajemen Pemasaran, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

^{2,3,4}Program Studi Manajemen Perusahaan, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

Email: ¹Vierrachandra@yahoo.co.id, ^{2*}lisa_cendana@hotmail.com

(* : coresponding author)

Abstrak

Toko Besi Jaya Baru adalah suatu unit dagang yang bergerak dibidang penjualan besi dan bangunan dengan visi yaitu untuk menjaga dan mengembangkan pelanggan yang ada sehingga dapat mencapai suatu usaha yang sehat bagi pemilik, pegawai serta pelanggan sedangkan Misi nya adalah menyediakan besi dan bahan bangunan yang berkualitas bagi pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran penerapan komunikasi pada Toko Besi Jaya Baru. Dalam pelaksanaan komunikasi terdapat beberapa arus komunikasi. Menurut Badrudin dalam [1], menjelaskan hambatan tersebut termasuk hambatan semantik, hambatan teknis, hambatan biologis, hambatan psikologis, dan hambatan kemampuan. penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Berdasarkan tingkat eksplanasi, jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara terstruktur lalu dianalisa melalui tiga tahap kegiatan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penulis menggunakan *purposive sampling* dimana yang memenuhi kriteria sebanyak lima orang dari total 10 orang karyawan. Penulis menarik kesimpulan penelitian tentang penerapan komunikasi di Toko Besi Jaya Baru yaitu komunikasi ke bawah dan horizontal. Komunikasi ke bawah yaitu dari atasan ke bawahan, sedangkan komunikasi horizontal yaitu komunikasi antara sesama karyawan.

Kata Kunci: Komunikasi, Atasan, Karyawan, Wawancara, Penelitian.

1. PENDAHULUAN

Manusia adalah yang tergolong dalam makhluk sosial yang di mana dalam kehidupannya akan berkomunikasi satu dengan yang lainnya, yang berarti memerlukan individu dan memerlukan kelompok atau masyarakat untuk saling berinteraksi. Komunikasi adalah prasyarat kehidupan manusia. Kehidupan manusia akan sangat terganggu apabila tidak ada komunikasi. Sumber Daya Manusia merupakan sumber daya yang strategis, karena perannya tidak dapat digantikan oleh sumber daya lainnya. Faktor hidup matinya organisasi dalam mencapai tujuannya tergantung pada keterlibatan dan keaktifan manusia [2]. Seseorang yang memiliki prasangka terhadap pengirim pesan dapat menyebabkan proses komunikasi berlangsung tidak efektif karena dalam prasangka, emosi memaksa seseorang menarik kesimpulan tanpa menggunakan pikiran rasional. Banyaknya industri yang berkembang di Indonesia saat ini harus didukung oleh manajemen yang baik dan disiplin, agar mampu bertahan dalam persaingan dunia industri [3]. Setiap karyawan perusahaan dituntut agar dapat bekerja efektif, efisien, kualitas dan kuantitas pekerjaannya baik sehingga daya saing perusahaan semakin besar [4]. Hal ini menunjukkan bahwa proses komunikasi sebagai proses integrasi sosial antara individu dengan lainnya dalam kelompok masyarakat. Sadar atau tidak bahwa setiap orang tidak dapat dilepaskan dari dunia komunikasi, mulai dari bangun tidur hingga akan tidur kembali. Badrudin menjelaskan bahwa secara morfologis, terminologi komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu *Communis* atau *Communicatio* yang berarti pemberitahuan, pemberian bagian (dalam sesuatu), dan pertukaran tempat pembicara mengharapkan pertimbangan atau jawaban dari pendengarnya [5]. Dalam kehidupan pekerjaan apapun, komunikasi memiliki peranan yang sangat penting. Seorang *owner* atau manajer yang memimpin suatu team memerlukan keterampilan dalam berkomunikasi agar team atau usaha dapat berjalan sebagaimana mestinya. Seorang *owner* harus dapat berkomunikasi dengan baik dengan karyawannya agar dapat mencapai tujuan dan hasil yang diinginkan serta dapat mengatasi masalah-masalah yang terjadi.

Dalam suatu kepemimpinan perusahaan atau usaha, terdapat dua unsur penting yang harus diperhatikan yakni antara pemimpin dan yang dipimpin. Proses komunikasi yang baik antar keduanya menentukan keberlangsungan hidup suatu kelompok usaha. Diantara kedua pihak tersebut harus ada *two-ways-communications* atau komunikasi dua arah dengan kata lain komunikasi timbal balik, untuk itu diperlukan kerjasama dengan harapan untuk mencapai cita-cita, baik cita-cita pribadi maupun perusahaan guna mencapai tujuan suatu perusahaan. Komunikasi bertujuan untuk memperlancar hubungan antar individu, menyelesaikan segala konflik, masalah, ataupun kesalahpahaman. Sebaliknya komunikasi itu sendiri dapat merusak hubungan antar individu, menimbulkan konflik, masalah, ataupun kesalahpahaman. Oleh sebab itu, dalam melakukan komunikasi, individu harus berhati-hati dalam memilih media komunikasi dengan efektif serta bijaksana dalam menyampaikan ataupun memahami pesan/informasi tersebut. Dengan kondisi seperti itu maka dapat mendorong perasaan untuk berpartisipasi. Akan lebih banyak menarik perhatian terhadap pekerjaan. Saling

memberikan informasi tentang sesuatu yang menyangkut kepentingan bersama akan memberikan dukungan vital kepada rasa saling membutuhkan. Toko Besi Jaya Baru adalah suatu unik dagang atau usaha keluarga dibawah kepemimpinan *owner* langsung, unit dagang yang memiliki sebanyak 10 karyawan ini telah dibuka sejak tahun 2010, toko yang terletak di Jalan Gatot Subroto no.3 Medan Sunggal ini beranggotakan 1 *owner*, 1 *Supervisor* (SPV) atau tangan kanan *owner*, 1 finance, 4 admin atau penjaga toko, 2 supir dan 2 kenek. Adapun toko yang buka setiap hari senin – sabtu, pukul 08.00-17.00 WIB. Berdasarkan wawancara singkat dengan beberapa karyawan toko, ada beberapa masalah ataupun *miss* komunikasi yang sering terjadi antara *owner* dan karyawan di dalam toko Besi Jaya Baru ini, yaitu jika admin ataupun finance jika menghadapi masalah yang mereka tidak mengerti, mereka lebih memilih untuk tidak menyampaikan kepada SPV dikarenakan banyak tidak ada tanggapan, namun karyawan juga enggan atau merasa takut untuk bicara langsung kepada *owner* dan menyebabkan komunikasi yang kaku, tidak terbuka. Sehingga membuat Toko Besi Jaya Baru ini mengalami hambatan untuk berkembang. Maka dari itu terlihat bahwa komunikasi yang terjadi antara *owner*, SPV dan karyawan tampak tidak berjalan dengan sangat lancar.

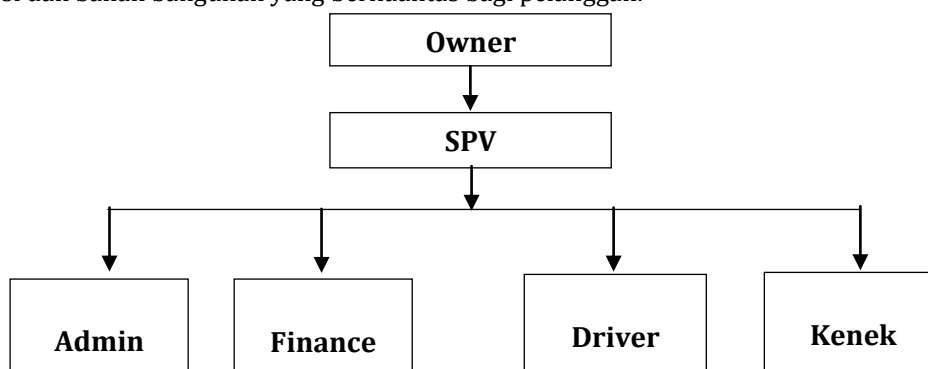
2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian menggunakan jenis penelitian deskriptif yang bersifat kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis berdasarkan teori-teori tertentu. Dalam menentukan sampel sumber data, penulis menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu [6]. Dalam hal ini penulis memilih karyawan-karyawan divisi pemasaran yang telah bekerja minimal 3 tahun karena karyawan dinilai lebih memahami tentang penerapan komunikasi di perusahaan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan *purposive sampling*. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer diperoleh dari hasil wawancara perusahaan sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal atau artikel. Kemudian, penulis melakukan wawancara sebanyak 5 orang dengan 10 pertanyaan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan wawancara terstruktur, wawancara terstruktur adalah wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan[7]. Penulis juga menerapkan triangulasi dalam penelitian ini, “Triangulasi” dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu [8].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Toko Besi Jaya Baru adalah sebuah usaha dagang yang bergerak di bidang penjualan Besi dan bahan bangunan yang berpusat pada Jl. Gatot Subroto No. 3, Medan Sunggal, Sumatera Utara, Medan. Toko Besi Jaya Baru berdiri pada tahun 2013 dan memiliki total karyawan 10 orang.

Visi Toko Besi Jaya Baru adalah untuk menjaga dan mengembangkan pelanggan yang ada sehingga dapat mencapai suatu organisasi yang sehat bagi pemilik, pegawai dan pelanggan sedangkan, Misi nya adalah menyediakan besi dan bahan bangunan yang berkualitas bagi pelanggan.



Gambar1. Struktur Organisasi Toko Besi Jaya Baru, 2021

1. Hasil Wawancara

Setelah dilakukan wawancara dengan 5 Karyawan Toko Besi Jaya Baru didapatkan lah sebuah hasil kesimpulan wawancara yaitu :

- Informasi yang disampaikan oleh atasan adalah langsung melalui *face to face* ataupun jika mendesak akan disampaikan melalui whatsapp.
- Informasi disampaikan melalui lisan dan tulisan, lebih sering melalui *face to face* di bandingkan dengan tulisan atau whatsapp.
- Sangat Jarang terjalin komunikasi antara atasan dan bawahan, dikarenakan beberapa alasan yaitu atasan tidak terlalu merespon masalah pribadi bawahan, tidak mau dikira yang aneh-aneh oleh atasan serta sering dimarahi daripada diberikan solusi
- Laporan langsung disampaikan jika ada kendala dan ada juga laporan harian serta bulanan.

- e. Bawahan akan memberikan masukan jika dirasa ada hal yang sangat memberatkan bawahan, serta ada juga yang merasa tidak pantas untuk memberikan masukan kepada atasan.
- f. Komunikasi antara karyawan hanya terjadi jika ada hal yang perlu disampaikan saja terutama tentang pekerjaan dan bukan masalah pribadi.
- g. Jika ada masalah, sesama karyawan akan saling konsultasi namun jika ada masalah yang tidak bisa diselesaikan maka akan bertanya kepada atasan.
- h. Acara bersama seperti makan bersama, membuat acara kekeluargaan adalah salah satu solusi yang diberikan agar kebersamaan dapat terjalin.

2. Temuan

Dari hasil wawancara yang diambil dari beberapa sumber, penulis menemukan beberapa temuan yaitu:

- a. Komunikasi yang terjadi antara atasan dan bawahan tidak berjalan dengan baik atau tidak terbuka, dikarenakan jarang ditanggapi oleh atasan ataupun malah bukan solusi yang diberikan melainkan omelan walaupun terkadang atasan bisa sangat membantu.
- b. Bawahan juga segan dalam memberikan masukan kepada atasan dikarenakan kedekatan yang kurang, serta dikarenakan takut dipikir yang aneh-aneh oleh atasan.
- c. Komunikasi antar sesama karyawan juga sangat minim, komunikasi terjadi hanya saat diperlukan dan tidak ada terjalin hubungan antar pribadi yang baik sehingga tidak ada kedekatan antar sesama karyawan yang menyebabkan kekompakan yang kurang dalam bekerja.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian penulis menyimpulkan bahwasanya Penerapan komunikasi di Toko Besi Jaya Baru tidak sepenuhnya sesuai dengan teori dari [9], dimana teori Pace and Faules mengatakan arus komunikasi terbagi menjadi tiga yaitu komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal. Dimana di toko besi Jaya Baru hanya menerapkan dua tipe komunikasi yaitu komunikasi ke bawah dan komunikasi horizontal sebagai berikut:

- a. Komunikasi ke Bawah
Komunikasi yang terjadi antara atasan terhadap bawahan dinilai cukup *professional* namun dikarenakan terlalu terpaku hanya terhadap komunikasi yang menyangkut masalah kerja sehingga hubungan pribadi antara atasan dan bawahan tidak terlalu terjalin baik sehingga kurangnya rasa simpati antar atasan dan bawahan.
- b. Komunikasi Ke Atas
Komunikasi yang terjadi dari bawahan ke atasan dinilai mengalami sedikit masalah keterbukaan dikarenakan kedekatan yang kurang dengan atasan serta takut dinilai aneh oleh atasan. Namun hal positif yang terjadi adalah bawahan tetap mencari atasan ketika mereka menghadapi masalah yang tidak dapat diselesaikan sendiri.
- c. Komunikasi Horizontal
Komunikasi Horizontal yang terjadi di Toko Besi Jaya Baru dinilai baik karena mereka saling membantu jika dibutuhkan dan memberi solusi namun ada beberapa karyawan yang bersikap acuh tak acuh terhadap masalah pribadi karyawan lain yang menyebabkan hubungan dan kedekatan terkesan sedikit jauh.

REFERENCES

- [1] L. Sutarno, Ivone, Wili.c, Ivander.W, *Penerapan Komunikasi Pada PT. Sancho Mitra Sejahtera Akademik Sekretari Manajemen Cendana Medan*. Medan, 2019.
- [2] D. Anggraini, *Analisis Pengawasan Sistem Pengajaran di Edu Smart Learning Center Medan*. Medan: Jurnal Ilmu Manajemen, 2019.
- [3] S. Supriyanto and D. Mayasari, *Analisis Pengendalian Persediaan bahan Baku Menggunakan Metode EOQ*. Jurnal Bisnis Administrasi, 2016.
- [4] W. E. Erwin, S. Sofian, Anggraini. D, N. Nugroho, *Analisis Pelaksanaan Analisis Pelatihan Dan Pendidikan Pada PT. Bimasakti Mahawira Medan In Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*. Medan, 2019.
- [5] W. Wilinny, C. Halim, S. Sutarno, N. Nugroho, and F. A. M. Hutabarat, "Analisis Komunikasi Di PT. Asuransi Buana Independent Medan," *J. Ilm. Simantek*, vol. 3, no. 1, 2019.
- [6] B. Benny, N. Nugroho, F. A. M. Hutabarat, S. Supriyanto, and A. Arwin, "Motivasi Kerja Karyawan PT Abdi Wibawa Press Medan," in *Seminar Nasional Sains dan Teknologi (SENSASI)*, 2021, pp. 251–254.
- [7] F. A. M. Hutabarat and N. Nugroho, "Analisis Promosi Penjualan Sepeda Motor di Medan (Studi Kasus pada PT Daya Anugerah Motor)," vol. 1, no. September, pp. 35–40, 2020.
- [8] Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2016.
- [9] P. F. Don, Paules, Wayne R, *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018.