

BAB I

PENDAHULUAN

A. KONTEKS PENELITIAN

Salah satu bagian terpenting dari kehidupan manusia sebagai makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendirian adalah komunikasi. Manusia tidak akan pernah bisa menghindari segala bentuk komunikasi. Adanya komunikasi, baik secara lisan maupun tulisan mampu membuat hidup manusia menjadi lebih mudah dan terarah. Karena dengan komunikasi manusia dapat membangun relasi atau hubungan dengan orang lain supaya dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan serta mempertahankan kelangsungan hidupnya. Melalui komunikasi, manusia juga dapat mengembangkan pengetahuannya dengan belajar dari pengalaman yang didapat atau melalui informasi yang diterima dari lingkungan sekitar.

Komunikasi juga menjadi hal penting dari sebuah organisasi. Dalam mencapai tujuannya, organisasi perlu memfokuskan semua anggotanya agar mampu menyejahterakan organisasi dengan berkomunikasi. Karena melibatkan banyak individu, dalam organisasi memerlukan komunikasi yang baik agar proses penyampaian informasi berlangsung dengan sempurna. Semua pesan dari komunikator harus disampaikan dengan jelas supaya dapat diterima dengan baik oleh komunikan. Di dalam sebuah organisasi tentu terdapat struktur organisasi dimana setiap anggotanya memiliki peran masing-masing. Ada yang berperan sebagai pemimpin, ada pula yang

berperan sebagai anggota biasa. Hal itu berlaku juga pada sebuah perusahaan besar atau pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Berjalannya sebuah perusahaan tentu akan melibatkan banyak orang dalam pengelolaannya. Oleh karena itu, dalam sebuah perusahaan diperlukan pula komunikasi yang baik agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

Dalam mengelola sebuah perusahaan tentu memerlukan komunikasi yang baik antara pengelola dan karyawan supaya semua informasi dapat tersalurkan dengan tepat. Hal itu dapat membuat kinerja karyawan lebih efektif dan target perusahaan dapat segera tercapai. Selain itu, kinerja karyawan juga merupakan salah satu faktor penting dalam pencapaian tujuan perusahaan. Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan, baik dari segi keuntungan maupun dari segi sumber daya manusia. Dengan kinerja karyawan yang optimal, pekerjaan dalam sebuah perusahaan dapat terselesaikan dengan efektif dan efisien.

Sementara itu, untuk mendapatkan perhatian atau partisipasi dari karyawannya, pengelola perusahaan perlu memperhatikan strategi komunikasi yang tepat supaya dapat mengarahkan dan menggerakkan para karyawan untuk mengoptimalkan kinerja mereka. Dengan adanya komunikasi yang baik antara pengelola dan karyawan, para karyawan akan memiliki motivasi kerja yang tinggi dan akan memiliki etos kerja yang baik. Karena kinerja karyawan tidak hanya dipengaruhi oleh diri sendiri tetapi juga motivasi dan pengaruh dari pimpinan, pengelola, atau orang lain dalam perusahaan.

Sering kali sumber daya manusia menjadi sebuah masalah di dalam

organisasi atau perusahaan, baik dari segi kualitas ataupun kuantitas. Karena terdapat struktur organisasi dalam sebuah perusahaan yang membuat kedudukan seseorang berbeda dengan orang lainnya, maka komunikasi memiliki peran penting dalam mewujudkan visi dan misi sebuah perusahaan. Tanpa adanya komunikasi yang baik, pimpinan, pengelola, dan karyawan suatu perusahaan tidak akan mampu melaksanakan tugasnya dengan baik. Keselarasan antara pengelola usaha dengan karyawannya akan tercipta apabila terdapat komunikasi yang intensif di dalamnya.

Seperti halnya pada Mak Tam di Kota Kediri. Usaha ini merupakan usaha yang bergerak di bidang *food and beverages*, yang menjual minuman susu racik dengan aneka rasa. Usaha ini berdiri sejak tahun 2013 dan hingga saat ini sudah memiliki lebih dari 20 outlet susu racik di Kediri dan sekitarnya. Di Kediri terdapat banyak sekali usaha minuman yang menjadi favorit kalangan muda, misalnya seperti thai tea, boba, variasi kopi, dan sebagainya. Bahkan beberapa dari penjual minuman tersebut sudah memiliki puluhan cabang di Kediri. Untuk dapat mencapai kesuksesan sebuah usaha tentu membutuhkan komunikasi yang baik antara pengelola usaha dengan karyawannya atau antara karyawan satu dengan karyawan lainnya.

Berdasarkan hasil observasi awal penelitian, peneliti menemukan beberapa fakta tentang susu racik mak tam, diantaranya : (1) saat masa covid susu mak tam makin berkembang, bahkan membuka cabang baru yang dimana para pengusaha lainnya banyak yang mengalami kebangkrutan, (2) karyawan susu racik mak tam bekerja tanpa system kontrak, (3) para karyawan untuk berpindah terbilang cukup rendah, hal ini dibuktikan dari

masa kerja karyawan banyak yang sudah bekerja selama 5-7 tahun , (4) outlet yang sudah tersebar di Kota Kediri selama berjalan 11 tahun sudah memiliki 34 titik tempat di Kota Kediri dan luar Kota Kediri seperti di Kota Nganjuk dan Kota Blitar. Adapun lokasi titik tempat outlet Susu racik Mak Tam sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Outlet Susu Racik Mak Tam

No	Lokasi Outlet Susu Racik Mak Tam
Lokasi Kediri	
1	Mak Tam Penanggungan
2	Mak Tam Bandar
3	Mak Tam Bandar 2
4	Mak Tam Sekartaji
5	Mak Tam Mojoroto
6	Mak Tam Semen
7	Mak Tam Kaliombo
8	Mak Tam Joyoboyo
9	Mak Tam Tepus
10	Mak Tam Jl. Raung Bandar Kidul
11	Mak Tam Katang
12	Mak Tam Pesantren
13	Mak Tam Dandangan
14	Mak Tam Betet
15	Mak Tam Ngronggo
16	Mak Tam Brawijaya
17	Mak TamWates
18	Mak Tam Pelem
19	Mak Tam Plosoklaten
20	Mak Tam Mrican
21	Mak Tam Grogol
22	Mak Tam Gringing

23	Mak Tam Ngadiluwih
24	Mak Tam Kepung
25	Mak Tam Sambu
Lokasi Nganjuk	
26	Mak Tam Bogo
27	Mak Tam Kauman
28	Mak Tam Gor Nganjuk
29	Mak Tam Prambon Gading
30	Mak Tam Warujayeng
31	Mak Tam Tanjungtani
32	Mak Tam Berbek
Lokasi Blitar	
33	Warung Mak Tam Blitar
34	Mak Tam Srengat

Sumber : Olah data peneliti, 2024

Berlandaskan pemaparan tabel diatas, diketahui bahwa Outlet susu racik mak tam sudah menyebar di 34 titik tempat di Kota Kediri, Nganjuk dan di Blitar. Semakin banyaknya titik tempat membuktikan jika peminat yang mengkonsumsi susu racik mak tam juga semakin banyak dan meluas.

Untuk terciptanya banyak peminat yang mengkonsumsi susu racik mak tam sendiri tidak terlepas dari proses koordinasi yang tentu saja melibatkan komunikasi. Komunikasi ialah suatu kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari sebuah perusahaan, begitu pula di Susu Racik Mak Tam. Dalam menjalankan manajemen usaha susu racik mak tam yang semakin pesat, tidak terlepas dari komunikasi yang baik antara tim manajemen dengan karyawan atau sebaliknya dan antara sesama karyawan.

Setiap pelaku usaha tentu memiliki target penjualan setiap harinya,

begitu juga dalam usaha Susu Racik Mak Tam. Peran komunikasi disini sangat diperlukan untuk melakukan koordinasi dan evaluasi terhadap pencapaian target penjualan. Sebuah pertanyaan muncul dalam benak peneliti tentang bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan pengelola usaha Susu Racik Mak Tam untuk mengoptimalkan kinerja seluruh karyawannya. Semua karyawan Susu Racik Mak Tam selalu memberi pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Sebagai pengelola usaha di suatu perusahaan pasti menginginkan karyawannya dapat bekerja dengan baik dan saling membantu antara satu dengan yang lainnya agar dapat mencapai target perusahaan. Namun perbedaan karakter para karyawan membuat pengelola perusahaan harus memikirkan strategi komunikasi yang tepat agar setiap informasi dan perintah yang diberikan dapat diterima dan diselesaikan dengan baik.

Susu racik mak tam ialah pelopor susu racik yang ada di Kediri. Pusatnya susu racik mak tam berlokasi di Jalan Penanggungan No. 14, Bandar Lor, Kec. Mojoroto, Kota Kediri. Susu racik mak tam merupakan salah satu susu racik yang berkembang paling pesat dibandingkan dengan susu racik lain. Beberapa kompetitor susu racik lain seperti ghoty dan mbok Darmi, tetapi susu racik tersebut tidak sebesar dan sepesat susu racik mak tam.

Dari paparan singkat di atas, tergambar bahwa usaha Susu Racik Mak Tam menarik untuk diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu sekaligus memberi wawasan kepada masyarakat terkait startegi komunikasi yang digunakan pengelola usaha Susu Racik Mak Tam dalam meningkatkan kinerja karyawannya.

B. FOKUS PENELITIAN

Fokus penelitian penting dibuat oleh peneliti supaya penelitian ini benar- benar mampu mengumpulkan dan menganalisis data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Berdasarkan paparan konteks penelitian di atas, peneliti memfokuskan penelitian ini pada bagaimana strategi komunikasi dalam mengoptimalkan kinerja karyawan Susu Racik Mak Tam Kediri?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian adalah pernyataan yang mengarah pada apa yang akan diperoleh dari penelitian ini. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi dalam mengoptimalkan kinerja karyawan di Susu Racik Mak Tam Kota Kediri.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti terhadap strategi komunikasi yang digunakan perusahaan untuk mengoptimalkan kinerja karyawannya, serta menambah pengetahuan dalam hal penentuan startegi komunikasi yang sesuai dengan pengetahuan yang didapat saat perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi Susu Racik Mak Tam dalam pengambilan keputusan tentang strategi komunikasi yang tepat untuk mengoptimalkan kinerja karyawannya.

3. Bagi Akademisi

Adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu sumber informasi dan pengetahuan bagi pihak yang memerlukan, dan menjadi salah satu rujukan untuk kebutuhan penelitian di masa mendatang.

E. PENELITIAN TERDAHULU

Peneliti menyertakan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai referensi dan panduan dalam menyusunnya. Adapun penelitian terdahulu yang peneliti jadikan sebagai acuan diantaranya:

1. Strategi Komunikasi Pimpinan dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di PT. Indomarco Prismatama (Indomaret) Area Mulyojati Metro Barat yang ditulis oleh Rana Meilinda pada tahun 2020. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif serta menggunakan sumber data primer dan sekunder. Dalam penelitiannya dinyatakan bahwa PT. Indomarco Prismatama (Indomaret) area Mulyojati menerapkan strategi komunikasi yang diantaranya dengan menggunakan tutur kata yang baik agar menciptakan keharmonisan, berkata lemah lembut dan bersikap santun kepada lawan bicara, menggunakan bahasa yang mudah dimengerti agar pesan dari komunikator dapat dipahami dan diterima dengan baik oleh semua orang.
2. Strategi Komunikasi Pimpinan Dinas Perhubungan Provinsi Riau dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai yang ditulis oleh Alfis Satria Lova pada tahun 2018. Disini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan tiga teknik pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Terdapat dua teori

yang digunakan dalam penelitian ini, pertama teori Laswell yang menjawab pertanyaan “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*” dan kedua menggunakan teori hubungan manusia.

3. Strategi Komunikasi Internal dalam Menjaga Loyalitas Karyawan di BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto yang ditulis oleh Yeyen Nisa Nur Hanifah pada tahun 2020. Penelitian ini berfokus pada implementasi strategi komunikasi internal dalam menjaga loyalitas karyawan BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitian lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keseluruhan strategi komunikasi BMT Dana Mentari Muhammadiyah berjalan dengan baik dan efektif. Dari hal tersebut loyalitas karyawan terbentuk tanpa diminta dan karyawan mau mengabdikan dirinya demi kemajuan BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto.
4. Strategi Komunikasi Kepala Desa Dalam Meningkatkan Kesadaran Bergotong Royong yang ditulis oleh Sarjono dan Jasman pada tahun 2022. Penelitian ini difokuskan untuk mengetahui strategi dan upaya Kepala Desa serta kendala yang dialami dalam meningkatkan kesadaran bergotong royong di Desa Kuala Baru Kecamatan Seberang Kota. Dalam penelitiannya, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tiga teknik pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini memaparkan bahwa strategi komunikasi Kepala Desa Kuala Baru dalam meningkatkan kesadaran gotong royong masyarakat adalah

dengan melakukan pendekatan yang bersifat informatif dan memberikan pemahaman secara persuasif secara personal dan kelompok.

5. Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Bhr Law Office yang ditulis oleh Ni Luh utu Sariani ada tahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dalam meningkatkan kinerja karyawan di BHRR Law Office. Penelitian ini menggunakan teknik analisis datadeskriptif kualitatif. Adapun tekknik pengumpulan data berupa observasi (pengamatan), dokumentasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwastrategi komunikasi perusahaan dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja karyawan, dimana HR Law Office menerapkan strategi komunikasi yang menekankan kepada pesan komunikasi verbal dan komunikasi non verbal.
6. Strategi peningkatan kinerja karyawan dalam pencapaian tujuan peusahaan di CV. Multi Baja Medan ditulis oleh Puji Lastri T. Sihombjing dan Maria Ulfa Batoebara padatahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi peningkatan kinerja karyawan dalam pencapaian tujuan perusahaan di CV. Multi Baja Medan, untuk itu memerlukan strategi peningkatan kinerja karyawan dan menetapkan strategi dalam pencapain tujuan perusahaan di CV. Multi Baja Medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif yang berusaha menjelaskan sedetail mungkin objek dan masalah penelitian

berdasarkan fakta yang ada dilapangan. Yang menjadi pengumpulan data dalam analisis deskriptif kualitatif dengan malakukan wawancara 5 (lima) informan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga cara yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan peningkatan kinerja karyawan di CV. Multi Baja Medan dari 6 (enam) indicator kualitas, kuantitas, ketepatan waktu, efektivitas, kemandirian, dan komitmen kerja, yang menjadi parameter strategi peningkatan kinerja karyawan yang dapat dikatakan belum terlaksana dengan baik dan harus melakukan pembenahan sehingga mendapatkan hasil yang baik. Strategi peningkatan kinerja karyawan CV. Multi Baja Medan yang menjadi acuan diantaranya yang lebih mengacu pada visi misi perusahaan, lingkungan eksternal dan internal, analisis pilihan strategi, sasaran jangka panjang, strategi fungsional, program pelaksanaan dan evaluasi, memberikan dorongan yang positif (self reinforcement), memenuhi hak dan kewajiban karyawan, sistem penilaian yang transparan, jenjang karir dan melakukan pelatihan(training).