

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan didirikan dengan tujuan dan sasaran yang berbeda-beda tergantung dari sifat dan jenis masing-masing perusahaan. Tujuan umum berdirinya perusahaan untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya serta berupaya mendapatkan keuntungan yang tinggi untuk mendukung tujuan jangka panjang perusahaan. Salah satu jenis perusahaan usaha transportasi.

Transportasi memegang peranan penting dalam pembangunan dan perkembangan suatu daerah dan tempat wisata berkaitan dengan mobilisasi pergerakan arus orang dan barang/jasa. Transportasi memiliki pengaruh signifikan dalam berbagai aspek seperti aspek ekonomi, sosial, politik, dan lingkungan (Fibrianto & Sudaryanto, 2011:15).

Transportasi terdiri atas tiga yaitu, transportasi darat, transportasi laut dan transportasi udara. Salah satu transportasi darat yang menjadi pilihan masyarakat yaitu bus. Jasa transportasi bus merupakan bentuk pelayanan jasa yang diberikan perusahaan kepada konsumen untuk mengantarkan konsumen dari satu tempat ke tempat lain dengan memberikan tingkat pelayanan dan kepuasan yang terbaik selama perjalanan.

Transportasi bus sangat banyak mulai dari milik pemerintah dalam naungan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) seperti Bus Damri dan ada milik pihak swasta dikenal sebagai BUMS (Badan Usaha Milik Swasta) didalamnya ada perusahaan otobus yang namanya sudah besar, sedang dan kecil seperti PO. Hartono, PO. Pandawa 87, PO. Sumber Grup, PO. Akas Grup, PO. Menggala, dan PO. Bahari Sentosa Abadi

Setiap perusahaan otobus membutuhkan komunikasi untuk menyampaikan informasi untuk mempermudah mengungkapkan perasaan-perasaan kepada orang lain baik itu perintah, senang, sedih, kecewa, marah, dan lain-lainnya. Setiap perusahaan otobus tentu tidak sama penanganan komunikasi organisasinya. Ada perusahaan otobus yang komunikasi organisasinya berhasil dan ada perusahaan otobus yang sangat berhasil dalam komunikasi organisasinya.

Komunikasi organisasi didalam perusahaan PT. Bahari Sentosa Abadi dianggap berhasil ditandai oleh struktur yang menghubungkan antara jabatan-jabatan yang ada dalam organisasi tersebut. Arus atau aliran informasi yang digunakan harus menggunakan dua arah. Untuk menciptakan kondisi itu maka pimpinan harus membangun komunikasi yang efektif. Sebaliknya, karyawan akan memberikan hal yang sama pula agar kedua-duanya berjalan sinergis menuju pencapaian tujuan perusahaan.

Untuk melancarkan komunikasi yang baik dalam sebuah organisasi maka seorang pimpinan atau manajer memerlukan pola komunikasi dan kerjasama yang baik, interaksi diantara bagian yang satu dengan yang lainnya berjalan secara harmonis, dinamis dan pasti. Untuk mewujudkan cita-cita dan tujuan akan tercapai secara efektif, dalam arti masukan (*input*) yang diproses akan menghasilkan keluaran (*output*) yang diharapkan sesuai dengan yang direncanakan.

Setiap organisasi memerlukan koordinasi supaya masing-masing bagian dalam organisasi bekerja sesuai aturan yang di tetapkan masing-masing organisasi dan tidak mengganggu bagian lainnya. Hubungan yang harmonis diantara para karyawan disebabkan oleh komunikasi timbal balik yang baik (Mujiono,2002:35).

Peran komunikasi sangat penting dalam keberhasilan suatu perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam suatu kepemimpinan organisasi perusahaan, terdapat dua unsur penting yang harus diperhatikan yaitu pemimpin dan yang dipimpin. Proses komunikasi yang baik antar keduanya menentukan keberlangsungan hidup suatu organisasi.

Proses komunikasi yang baik harus didukung oleh penggunaan pola komunikasi yang baik dan benar agar ide, gagasan, keinginan, harapan dan permintaan yang disampaikan oleh satu pihak kepada pihak lain dapat dimengerti dan dipahami, dihayati dan dilaksanakan demi kepentingan bersama dalam kehidupan organisasi (Louis Forsdale dalam Arini Muhammad 2017:2).

Kemampuan pimpinan dalam melakukan komunikasi menciptakan hubungan yang harmonis antara pimpinan dengan para bawahannya, yang dimaksud bawahan yaitu divisi-divisi dalam sebuah organisasi, di Perusahaan

PT. Bahari Sentosa Abadi terdapat divisi marketing, administrasi, produksi, sopir, kernet dan *tour leader*.

Komunikasi dalam organisasi biasanya ditandai oleh struktur yang menghubungkan antara jabatan-jabatan yang ada dalam organisasi tersebut. Perusahaan PT. Bahari Sentosa Abadi merupakan salah satu perusahaan otobus yang menggunakan aspek-aspek dalam komunikasi organisasi. Perangkat yang ada secara umum dalam organisasi ini antara lain: pertama, pimpinan perusahaan PT. Bahari Sentosa Abadi sebagai manager yang mengkoordinasi berjalannya organisasi dan yang kedua adalah para pekerja yaitu karyawan, karyawan sebagai pelaksana berjalannya program-program kerja.

Komunikasi organisasi didalam sebuah perusahaan sangatlah penting, karena komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan (R.Wayne Pace dalam Dedy Mulyana 2006:31).

Komunikasi organisasi mempunyai dua prinsip yang tidak boleh dilupakan, yaitu organisasi harus bertahan (*survive*) dan berkembang (*develop*). Dalam organisasi manapun tidak akan bertahan lama apabila di dalamnya tidak terjadi komunikasi yang baik antara pimpinan dengan karyawan atau sebaliknya. Hubungan yang harmonis diantara para karyawan disebabkan oleh komunikasi timbal balik yang baik.

Berdasarkan uraian diatas, ada hal yang menarik perhatian peneliti untuk melihat lebih dalam mengenai organisasi PT. Bahari Sentosa Abadi. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan yang sedang berkembang ditengah derasnya arus wisata baru di Indonesia dengan banyaknya perusahaan otobus yang sudah besar, di buktikan setiap harinya jarang ada unit bus yang menetap di *pool* perusahaan. Awal perusahaan ini berdiri pada tahun 2007 dengan penyewaan bus saja. Seiring zaman terus berkembang perusahaan melebarkan sayap dengan membuka paket wisata dan bengkel bus hingga sekarang.

Perusahaan PT. Bahari Sentosa Abadi memiliki 60 karyawan di dua kantor yakni di jalan Bangah, Gedangan Sidoarjo sebagai kantor dan *pool* . Kemudian di jalan Singosari Malang sebagai bengkel bus. Sejak perusahaan Bahari

Sentosa Abadi berdiri, karyawan terus bertambah tanpa mengurangi karyawan yang sudah ada. Artinya, karyawan jarang mengundurkan diri. Pimpinan selalu memotivasi karyawan untuk semangat bekerja. Ada yang dulunya hanya sebagai kernet bus, karena termotivasi pimpinan dan semangat untuk belajar menjadi sopir, saat ini karyawan tersebut sudah menjadi sopir bus.

Salah satu aspek dalam komunikasi organisasi yang populer adalah adanya motivasi. Motivasi menyangkut alasan-alasan keinginan orang mencurahkan tenaga untuk melakukan suatu pekerjaan (R.Wayne Pace dalam Dedy Mulyana, 2006:113). Motivasi bermakna membangkitkan motif, daya gerak, menggerakkan seseorang atau diri sendiri untuk berbuat sesuatu dan untuk mencapai suatu kepuasan atau suatu tujuan (Abdullah Masmuh, 2008:227).

Target yang ditetapkan perusahaan PT. Bahari Sentosa Abadi tidak menjadi beban berat bagi karyawan perusahaan. Karyawan terbiasa dengan target dan bisa melaksanakan dengan baik. Banyak insentif yang di keluarkan perusahaan, ketika karyawan bisa melampaui target yang ditetapkan perusahaan. Karyawan merasa nyaman bekerja, karena perusahaan selalu memperhatikan hak-hak yang harus di peroleh karyawan dan karyawan mampu melaksanakan kewajibannya dengan baik dan benar. Target yang ditentukan perusahaan sederhana yaitu memperbanyak konsumen dan menyamankan konsumen. Konsumen dapat memilih kembali PT. Bahari Sentosa Abadi sebagai teman perjalanan wisata.

Peran pola komunikasi antara pimpinan dengan karyawan dalam suatu organisasi merupakan hal yang sangat vital. Eksistensi organisasi bergantung pada pola dan sistem komunikasi yang dikembangkan dalam organisasi. Penggunaan pola komunikasi yang baik dalam internal PT. Bahari Sentosa Abadi menentukan proses yang berjalan efektif atau tidak. Terciptanya komunikasi yang efektif akan menimbulkan kenyamanan dan keharmonisan bagi seluruh karyawan. Prioritas utama perusahaan yaitu membentuk karyawan agar loyalitas dengan meningkatkan semangat kerja tinggi dan menjaga keharmonisan dilingkungan kerja.

Berangkat dari uraian di atas, dengan melihat begitu pentingnya pola komunikasi dalam sebuah organisasi, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian guna mengetahui bagaimana pola komunikasi antara pimpinan dan karyawan dalam sebuah organisasi PT. Bahari Sentosa Abadi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka permasalahan yang menarik untuk diteliti adalah bagaimana pola komunikasi organisasi antara pimpinan dan karyawan di PT. Bahari Sentosa Abadi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang diuraikan di atas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi organisasi antara pimpinan dan karyawan di PT. Bahari Sentosa Abadi.

1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian yang akan dilaksanakan diharapkan dapat diperoleh manfaat teoritis yang berupa informasi Pola Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan Dan Karyawan (Studi pada PT. Bahari Sentosa Abadi).

B. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi pertimbangan dan kontribusi untuk PT. Bahari Sentosa Abadi.

1.5 Sistematika Penelitian

BAB 1: PENDAHULUAN

Berisi tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang Penelitian Terdahulu, Kajian Teoritis, Critical Review Struktur Jaringan Komunikasi Organisasi, Hambatan-Hambatan dalam Komunikasi Organisasi, dan Kerangka Berfikir.

BAB III: METODELOGI PENELITIAN

Berisi tentang metode penelitian yang digunakan, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV: PEMBAHASAN DAN PENYAJIAN DATA

Berisi tentang pembahasan untuk menjawab rumusan masalah dan penyajian data lapangan

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini merupakan agian yang membuat kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran yang berguna mengenai pola komunikasi organisasi yang diterapkan pada lingkup perusahaan.