

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepemimpinan merupakan suatu proses ataupun gaya seseorang untuk mempengaruhi orang lain agar orang lain tersebut mau mengikuti apa yang diinginkan oleh seorang pimpinan. Penyampaian pesan dari seorang pemimpin dalam kepemimpinannya memerlukan gaya komunikasi yang tepat agar pesan yang disampaikan kepada bawahannya dapat diterima dengan baik oleh para karyawan. Seseorang yang menduduki jabatan sebagai seorang pemimpin memiliki kekuasaan atau kapasitas untuk membaca situasi yang dihadapi perusahaan secara tepat dan menyesuaikan dengan gaya kepemimpinan yang dimiliki, sehingga terjadi kesesuaian dengan tuntutan situasi yang dihadapi

Alasan kuat mengapa pemimpin harus menguasai komunikasi yaitu untuk menciptakan keharmonisan komunikasi dengan pegawainya, sehingga kendala-kendala dalam komunikasi dapat diminimalisir

Komunikasi berlaku kompleks dalam perusahaan, yakni tidak terbatas pada proses penyampaian pesan saja tetapi juga merujuk pada usaha yang sistematis, persuasif, dan membentuk pola komunikasi dan disesuaikan dengan pesan yang telah disusun oleh pimpinan perusahaan, ini yang disebut sebagai gaya komunikasi pimpinan. Gaya komunikasi pimpinan bagi tiap perusahaan pasti akan membentuk pola dan bentuk komunikasi sendiri. Karena seorang pimpinan bertanggung jawab dengan pegawainya dan memiliki cara sendiri untuk menghadapi pegawainya.

Seorang pemimpin akan memiliki sekumpulan gaya yang digunakan untuk mempengaruhi bawahannya agar sasaran organisasi tercapai. Gaya komunikasi yang digunakan oleh seorang pemimpin disini menggambarkan kombinasi perilaku antara gaya yang telah menjadi kepribadiannya dan gaya seorang pemimpin yang memiliki pola dasar yakni mementingkan hubungan kerja sama, mementingkan pelaksanaan tugas dan hasil yang dapat dicapai, yang merupakan gaya dasar yang pada dasarnya harus dilakukan oleh seorang pimpinan dalam suatu organisasi.

Pemimpin adalah sumber daya terpenting bagi organisasi karena mereka adalah orang-orang yang memberikan tenaga, memberikan motivasi, memberikan arahan bagi para pegawainya untuk dapat menjalankan tugas sesuai dengan tujuan perusahaan. Tidak memungkiri bahwa segala aspek dalam kegiatan perusahaan sangat membutuhkan komunikasi yang efektif agar kegiatan perusahaan dapat berjalan lancar. Dalam hal ini faktor gaya komunikasi kepemimpinan dengan sumber daya manusia yaitu karyawan sangat berpengaruh terhadap kinerja karyawan,

Perusahaan yang bergerak pada bidang swasta harus memperhatikan komunikasi pimpinan, agar kendala ataupun hambatan yang terjadi didalam pekerjaan dapat diminimalisir resiko kegagalannya.

PT. Yokogawa Indonesia merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak di bidang *Field Instrument* dan *Industrial Process Control System*. Konsep yang ditawarkan didalamnya adalah *Enterprise Technologies Solution* (ETS). Berdiri sejak 1994 di Indonesia, PT. Yokogawa Indonesia bergerak pada bidang Proses Kontrol Otomatisasi dan Instrumentasi dalam bentuk *service, project, engineering* dan *sales/marketing*.

PT. Yokogawa Indonesia merupakan cabang perusahaan dari Yokogawa Electric Corporation yang berpusat di Jepang. Pabrik pembuatan alat-alat kontrol hanya terdapat di kantor pusat yang berada di Jepang. PT Yokogawa Indonesia hadir untuk memenuhi pasar Indonesia sebagai perusahaan penyedia alat kontrol bagi seluruh kegiatan industri pabrikaan. Dalam aktifitas jual beli alat kontrol, PT Yokogawa Indonesia tetap melakukan pemesanannya di kantor pusat yang berada di Jepang. Dalam proses awal pemesanan barang dari departemen sales PT Yokogawa Indonesia, selanjutnya akan ditindak lanjuti oleh departemen *Supply Chain Management (SCM)* mulai dari pemeriksaan dokumen kelengkapan dan otorisasi persetujuan mengenai pemesanan barang, memasukkan *Order Intake* dalam sistem untuk membuat nomor CO (*Customer Order*), pembuatan entri pesanan ke dalam sistem berdasarkan nomor CO, mencetak PO (*Purchase Order*), dan mendapatkan persetujuan yang berdasarkan kebijakan otorisasi, mengkonfirmasi melalui sistem PO, dan menyimpan dokumen pendukung, hingga proses pengiriman barang kepada customer.

Bentuk komunikasi rutin yang dilakukan oleh pemimpin divisi SCM dan pimpinan departemen sales adalah rapat bulanan (*Monthly Meeting SCM*) hal ini guna untuk mengetahui dan membahas bagaimana perkembangan tentang proses order hingga pengiriman barang kepada customer yang sedang dijalankan dan dimasa mendatang. Di pertemuan hari berikutnya, pemimpin divisi SCM dari PT. Yokogawa Indonesia akan mengkomunikasikan mengenai pengiriman barang dan tentang target yang ingin dicapai oleh perusahaan.

Pemimpin SCM PT. Yokogawa Indonesia terus memantau dan menginformasikan tentang target yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam hal proses pengiriman barang, namun tidak dipungkiri bahwa dalam pelaksanaan proses order dan pengiriman barang ini mengalami beberapa kendala yakni informasi tentang target barang datang yang kurang lengkap sering terjadi antara pimpinan SCM dengan karyawan mengenai kelengkapan dokumen. Kendala lainnya terdapat pada hambatan komunikasi antara pimpinan SCM dengan pihak ketiga (*forwarder*)

terhambat, terjadinya hambatan ini berkaitan dengan pimpinan yang kurang berkordinasi dengan karyawannya mengenai pemantauan pengiriman barang yang dilakukan oleh pihak ketiga. Pihak ketiga dalam ini jasa forwarder pengiriman barang akan memberikan informasi mengenai kendala saat proses pengiriman barang melebihi waktu estimasi pengiriman sehingga berdampak pada keterlambatan pengiriman barang kepada customer. Dan kendala yang paling sering terjadi yaitu terdapat *miscommunication* antara pimpinan dan karyawan SCM dalam hal ini saat penggunaan e-mail untuk sarana komunikasi, e-mail pada PT Yokogawa Indonesia sangat berpengaruh bagi jalannya komunikasi. E-mail pada departemen SCM sangat berpengaruh pula bagi proses order, kendala yang terjadi disini seperti pengiriman email dari pihak sales maupun forwarder kepada pimpinan SCM dan tidak dikirimkan atau di *cc* kepada karyawan yang bersangkutan atau terlibat dalam proses order dan pengiriman barang tersebut, sehingga terdapat *miscommunication* mengenai beberapa hal.

Berdasarkan observasi awal, peneliti melihat bahwa semua kendala tersebut terjadi karena komunikasi yang kurang harmonis antara pimpinan dan karyawan. Gaya komunikasi pimpinan yang cenderung santai dengan perspektif menyepelkan segala detail pekerjaan saat berdiskusi, memberikan tekanan berlebih kepada karyawan yang sudah memiliki pekerjaan namun dibebankan pekerjaan lain yang membutuhkan ketelitian dan kredibilitas pimpinan yang kurang saat menjawab beberapa pertanyaan yang diajukan maupun saat berdiskusi membuat hubungan yang terjalin tidak harmonis, sehingga komunikasi menjadi kurang efektif dan efisien.

Dampak yang terjadi akibat dari komunikasi yang kurang harmonis dalam departemen SCM ini membuat karyawan menyepelkan jam kerja dalam pelaksanaan tugas sehari-hari, penurunan kinerja karyawan hingga tertundanya pekerjaan yang sudah memiliki *deadline*.

Peneliti memilih PT. Yokogawa Indonesia karena di era ini, untuk sebuah perusahaan bisa berdiri selama 23 tahun diperlukan suatu usaha yang sistematis dan terarah. Untuk sebuah perusahaan bisa berdiri dan bertahan adalah bukan perkara mudah, banyak segi yang harus diperhatikan untuk dapat memperoleh hasil yang maksimal

Berdasarkan dari gejala-gejala yang terjadi di PT. Yokogawa Indonesia, peneliti akan mengkaji dan mengamati gejala tersebut dalam penelitian ini. Peneliti hendak mengungkapkan tentang gaya komunikasi dari pimpinan *Supply Chain Management* PT. Yokogawa Indonesia dalam membangun motivasi karyawannya, apakah gaya komunikasi pimpinan yang dijalani sekarang benar-benar bisa memberikan motivasi dari karyawannya atau tidak.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana gaya komunikasi pimpinan *Supply Chain Management* PT. Yokogawa Indonesia?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gaya komunikasi pimpinan departemen *Supply Chain Management* PT Yokogawa Indonesia
2. Untuk mengetahui kendala-kendala yang didapat saat komunikasi pimpinan
3. Cara mengatasi kendala saat melakukan komunikasi pimpinan

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam Penelitian ini, penulis memaparkan manfaat penulisan ilmiah ini, yaitu:

1.4.1. Manfaat Teoretis

- Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi ilmu baru bagi peneliti bagaimana pentingnya gaya komunikasi pimpinan.
- Bagi Penulis, menambah wawasan penulis secara teoritik, praktek atau menjalankan fungsi dan tanggung jawab dalam organisasi
- Sebagai sumbang pemikiran peneliti yang dapat memperkaya karya ilmiah yang berkaitan dengan strategi komunikasi,dan kepuasan kerja karyawan pada umumnya.

1.4.2. Manfaat Praktis

- Bagi subjek penelitian, sebagai bahan masukan bagi subjek penelitian dalam mengidentifikasi kendala dan masalah komunikasi efektif didalam menjalankan tugas dan tanggung jawab serhari-hari dalam pekerjaan.
- Dapat meminimalisir masalah dengan mengetahui apa yang salah dan baik dalam pemilihan gaya komunikasi pimpinan ini.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam pembuatan proposal maka perlu memperhatikan penyusunannya. Oleh karena itu sistematika ini disusun sedemikian rupa yang dibuat secara sederhana dan sesuai dengan sistematika skripsi secara umum.

Adapun sistematika penulisan proposal ini terdiri dari :

Bagian awal proposal yang terdiri dari halaman judul, lembar persetujuan, halaman pengesahaan, kata pengantar, dan daftar isi

Bagian isi proposal terdiri dari 3 bab yaitu ;

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan tentang kerangka-kerangka teori dan kerangka pemikiran yang relevan dengan objek penelitian yang diambil.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini, penulis menguraikan desain penelitian, unit analisis, informan dan key informan, instrumen penelitian, reliabilitas dan validitas data, dan analisis data yang digunakan

BAB IV : HASIL

Dalam bab ini memaparkan hasil penelitian dalam bentuk tulisan, tabel, dan gambar.

BAB V : PEMBAHASAN

Dalam bab ini memuat penjelasan/penafsiran hasil penelitian, analisis data serta perbandingan dengan penelitian terdahulu yang pro maupun kontra.

BAB VI : PENUTUP

Dalam bab ini memuat kesimpulan dan saran.