

POLA KOMUNIKASI BINTANG PT MAHARAJA PUSAKA NUSANTARA DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN

¹Febriyan Irawan

¹Universitas Buddhi Dharma

¹Jl. Imam Bonjol No. 41, Karawaci Ilir, Tangerang-Indonesia

¹irawanryn@gmail.com

ABSTRAK

Kata kunci:
Komunikasi Organisasi
Pola Komunikasi
Kinerja
Kinerja Karyawan

Article history:

Received:

11 November 2025

Accepted:

20 November 2025

Available online:

17 January 2026

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pola Komunikasi Organisasi pada divisi Warehouse PT. Maharaja Pusaka Nusantara Dalam Meningkatkan Kinerja karyawan. Paradigma penelitian menggunakan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terstruktur dengan informan, serta pengamatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam komunikasi organisasi di PT. Maharaja Pusaka Nusantara, manajer mengarahkan admin divisi gudang untuk dapat memimpin staf gudang dengan baik dan sesuai dengan fungsi yang sejalan dengan struktur di PT. Maharaja Pusaka Nusantara. Dalam penelitian ini, divisi gudang menggunakan pola komunikasi bintang, sebagai pola komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan pola komunikasi bintang di divisi gudang di PT. Maharaja Pusaka Nusantara mampu mengatasi hambatan atau masalah yang terjadi, baik dari dalam maupun di luar divisi. Penggunaan pola komunikasi bintang juga mampu memperkuat hubungan pribadi antar anggota sehingga tercipta kekompakan dan dapat meningkatkan kinerja di divisi Warehouse

ABSTRACT

This study aims to determine how organizational communication patterns in the warehouse division of PT. Maharaja Pusaka Nusantara improve employee performance. This research method uses a qualitative style which is then described descriptively. The research paradigm uses the constructivism paradigm. The subject of the study is the warehouse division of PT Maharaja Pusaka Nusantara. Data collection techniques are carried out through structured interviews with informants, as well as observation. The results of the study show that in organizational communication at PT. Maharaja Pusaka Nusantara, the manager directs the warehouse division admin to be able to lead the warehouse staff well and according to the functions that are in line with the structure at PT. Maharaja Pusaka Nusantara. In the study, the warehouse division uses star, chain, and y communication patterns as the main communication patterns in daily communication. Each member can communicate effectively. The results of the study indicate that the use of star communication patterns in the warehouse division at PT. Maharaja Pusaka Nusantara is able to overcome obstacles or problems that occur, both from within and outside the division. The use of star communication patterns is also able to strengthen personal relationships between members so that cohesiveness is created and can then boost performance in the warehouse division..

I. PENDAHULUAN

Manusia dalam berkomunikasi mempunyai tujuan. Didik (2021:31) menyatakan bahwa sebelum komunikasi berlangsung, diperlukan adanya tujuan yang dinyatakan sebagai suatu pesan yang disampaikan. Tujuan-tujuan dalam berkomunikasi adalah untuk menginformasikan, hiburan, edukasi, mengatasi konflik,

digunakan dengan maksud menyampaikan pesan untuk mempengaruhi perilaku atau tindakan komunikan. Tujuan komunikasi berbeda-beda tergantung pada konteks komunikasinya, bisa itu komunikasi bisnis, komunikasi sosial, komunikasi pendidikan, dan komunikasi pribadi. Mengutip dari Nurul (2022:2), Stewaed L. Tubbs dan Silvia Moss mengemukakan bahwa komunikasi manusia yaitu proses yang melibatkan individu-individu dalam suatu hubungan, kelompok, organisasi, dan masyarakat yang merespon dan menciptakan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan satu sama lain. Sitti dan Phil (2020:21) mengutip penjelasan DeVito mengenai organisasi, yaitu organisasi sebagai suatu kelompok individu yang diorganisasi untuk mencapai tujuan tertentu.

Sedangkan, Morris (2020:4) menyatakan bahwa komunikasi organisasi membantu anggota untuk mencapai tujuan pribadi, namun, komunikasi yang dilakukan juga diarahkan atau bertujuan untuk mencapai tujuan organisasi. Berdasarkan pendapat-pendapat yang dinyatakan diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah sebuah jaringan terstruktur dan terarah yang melibatkan individu-individu dengan tujuan akhir yaitu tujuan organisasi. Organisasi adalah sebuah sistem yang terdiri dari manusia-manusia yang terstruktur dan berproses untuk mencapai tujuan bersama. Organisasi dapat berupa suatu perusahaan, suatu lembaga, organisasi non-profit, ataupun kelompok sosial. Komunikasi yang terjalin dalam organisasi, disebut juga sebagai komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi (*organizational communication*) merujuk pada pola dan bentuk komunikasi yang terjadi dalam konteks dan struktur organisasi. Komunikasi organisasi menggunakan bentuk komunikasi formal dan informal, serta komunikasi antarpribadi dan komunikasi kelompok.

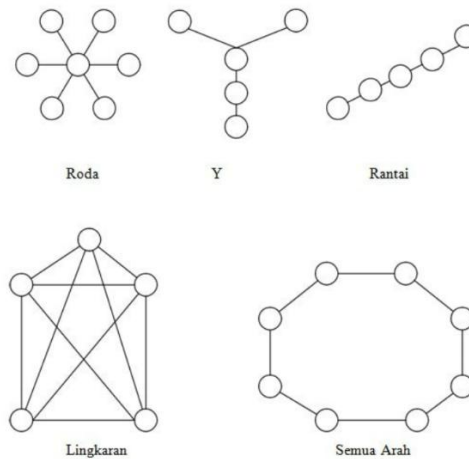
Organisasi sendiri memiliki pola komunikasi yang terjadi di dalamnya, setiap organisasi memiliki pola-pola komunikasi organisasinya tersendiri. Pola-pola komunikasi itu terbentuk berdasarkan situasi dan sistem struktur yang dibuat oleh pemimpin pada organisasi. Erwin dkk. (2023:52-53) menyebutkan bahwa pola komunikasi seorang pemimpin adalah metode komunikasi verbal dan nonverbal yang digunakan pemimpin untuk mengarahkan, mempengaruhi, dan membimbing bawahannya sehingga tujuan atau pekerjaan dapat terselesaikan dengan baik. Agar dalam suatu perusahaan komunikasi berjalan efektif dan sebisa mungkin menghindari hambatan, pola komunikasi mesti terjalin. Pola komunikasi ini sekaligus sebagai suatu budaya perusahaan. Pola komunikasi ini terbagi menjadi lima bagian, yaitu pola komunikasi roda, pola komunikasi lingkaran, pola Komunikasi 'Y', pola Komunikasi Bintang, dan pola Komunikasi Rantai.

Pola-Pola Komunikasi Organisasi:

Agar dalam suatu perusahaan komunikasi berjalan efektif dan sebisa mungkin menghindari hambatan, pola komunikasi mesti terjalin. Pola komunikasi ini sekaligus sebagai suatu budaya perusahaan dan pola komunikasi dapat dibagi menjadi lima bagian, diantaranya:

1. Pola Komunikasi Roda: pola jenis ini berfokus pada seorang pemimpin yang berhubungan langsung dengan anggota kelompok organisasi. Pemimpin disini sebagai komunikator komunikannya adalah anggota-anggota organisasi tersebut. Pola ini menegaskan bahwa pemimpin adalah sentralisasi informasi dalam sebuah perusahaan. Seorang pemimpin menurut Anita (2023:535) adalah sebagai komunikator (penyampai pesan), dan anggota kelompok sebagai komunikan yang melakukan umpan balik (*feedback*) kepada pemimpinnya tanpa adanya interaksi antar anggota, karena hanya berfokus kepada pemimpin (komunikator).
2. Pola Komunikasi Lingkaran: pola ini menerapkan setiap anggota dapat memulai inisiatif menjadi komunikator.
3. Pola Komunikasi Rantai: pola ini dimaksudkan bahwa komunikasi dilakukan oleh anggota kelompok perusahaan, namun hanya dapat menyampaikan pesan ke anggota disebelahnya, yang kemudian anggota disebelahnya menyampaikan pesan tersebut ke sebelahnyanya juga dan seterusnya.
4. Pola Komunikasi Y: pola ini menggambarkan bahwa tiga orang anggota kelompok dapat berkomunikasi satu sama lain, tetapi hanya dua orang yang hanya bisa melakukan organisasi dengan seorang di sebelahnyanya.
5. Pola Komunikasi Bintang: pola ini merupakan pola terbaik diantara pola komunikasi lainnya karena semua anggota dapat melakukan komunikasi dan berinteraksi satu sama lain. Pola komunikasi bintang hampir mirip dengan pola komunikasi lingkaran, namun, perbedaannya terletak pada pola bintang adalah struktur atau alur komunikasi yang terjalin tidaklah harus melalui orang-orang tertentu,

melainkan siapa saja dapat langsung berbicara dengan dan kepada siapa saja dalam jaringan, Soenar & Nurrahmawati (2021:100).



Gambar 1.1. Pola-pola komunikasi organisasi.

Sumber: <https://www.kompas.com/skola/read/2022/05/12/190000869/apa-saja-pola-komunikasi-organisasi->

Sebuah organisasi tentu memiliki struktur atau hirarki di dalamnya. Suranto (2018:32) menyebutkan bahwa struktural dimaksudkan agar proses komunikasi berada dalam koridor dan kesepakatan yang berlaku dan berfungsi sesuai dengan harapan, sebagai acuan dalam pengelolaan komunikasi organisasi dan dalam pembuatan petunjuk pelaksanaan atau petunjuk teknis komunikasi organisasi, dan menciptakan pengelolaan komunikasi organisasi secara efektif dan efisien sesuai dengan prinsip-prinsip tata komunikasi yang baik. Aktifitas komunikasi pada suatu organisasi dapat berjalan dengan optimal apabila struktural organisasi yang jelas dan pola komunikasi yang tepat mampu diterapkan dalam organisasi.

Budaya organisasi terbentuk oleh aktifitas individu-individu yang ada dalam organisasi. Budaya dalam organisasi dapat menentukan bagaimana pola komunikasi yang diterapkan pada organisasi tersebut. Morrisani (2020:163) berpendapat bahwa anggota menciptakan dan memelihara rasa bersama realitas organisasi; pentingnya manusia dalam organisasi, khususnya individu yang mencakup karyawan, penelia, dan atasan dalam menciptakan dan mempertahankan realitas mereka. Pada korelasinya dengan perusahaan, budaya organisasi mampu membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Pola komunikasi organisasi yang tepat dapat menciptakan kultural sehat dalam organisasi sehingga dapat meningkatkan keterlibatan karyawan, memperkuat loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

PT. Maharaja Pusaka Nusantara atau lebih dikenal dengan nama "*Maharaja Coffee*" adalah perusahaan kopi lokal yang bergerak dibisnis kopi kualitas spesialti yang tadinya berskala *home industry*, berkembang dengan pesat menjadi korporasi yang terus menerus melebarkan sayap dalam industri kopi bercitarasa baik, seiring dengan permintaan yang terus meningkat. Dari yang semula hanya bergelut dalam dunia *Coffee beans*, MPN kemudian merebak usahanya ke dunia perkakas kopi. PT. Maharaja Pusaka Nusantara memfokuskan diri pada produk kopi Nusantara dengan mutu kopi Spesialti/*Specialty Coffee*. Spesialti adalah istilah baru dalam perkopian modern.

PT Maharaja Pusaka Nusantara, lahir sebagai *Specialty Coffee Roaster*, Kopi sangrai/siap giling dan siap seduh adalah produk utama *Maharaja Coffee*. *Maharaja Coffee* terus menerus mencari dan mengkategorikan berdasarkan geografi, geomerti, genetik, budaya, citarasa kopi - kopi terbaik di nusantara, kopi yang terawat, lestari, dan dipanen pada puncak kematangan, memproses dengan baik, dan mengolah menjadi kopi siap sangrai berkualitas. Kopi hijau akan di sangrai dan dibawa ke pasar domestik dan internasional sesuai dengan pesanan. Divisi *warehouse* merupakan divisi yang bertugas dalam memastikan kualitas alat-alat yang dijual perusahaan.

Menurut Ridwan, dkk. (2022:15) gudang merupakan tempat penyimpanan yang merupakan bagian dari proses kinerja perusahaan yang sangat penting, berdasarkan hal tersebut penulis menyimpulkan, divisi gudang merupakan peranan penting dalam menjaga citra dan reputasi perusahaan di mata *customer* karena divisi gudang merupakan pintu pertama atau pihak yang bertanggung jawab pertama kali dalam memastikan kelayakan suatu barang yang akan dijual. Karena MPN juga mengimport barang dari luar, dan barang tersebut dikirim melalui pengiriman kargo ekspidisi laut dan memakan waktu banyak serta melibatkan beberapa pihak, maka barang yang sampai tidak semuanya mempunyai kualitas yang layak jual.



Gambar 1.2.
Kondisi Gudang PT. Maharaja Pusaka Nusantara.
Sumber: Pribadi



Gambar 1.3. Aktifitas *meeting* pada divisi *warehouse*.
Sumber: Pribadi

Permasalahan komunikasi pada organisasi dapat menyebabkan berbagai masalah. Kesalahpahaman, konflik, kesalahan informasi, dan kurangnya rasa percaya antar karyawan pada perusahaan dapat timbul akibat komunikasi organisasi yang buruk. Permasalahan komunikasi yang timbul dalam organisasi dapat disebut juga sebagai hambatan komunikasi organisasi. Hambatan komunikasi organisasi dapat menjadi faktor utama yang berpengaruh terhadap kinerja karyawan, Menurut Neni dan Asri (2023:601), menyatakan keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai kinerja yang baik bergantung pada sumber-sumber organisasi yang menjadi dasarnya, yaitu produktifitas dan individu yang secara kolektif memberikan dampak signifikan bagi organisasi.

Pola komunikasi yang digunakan secara tepat dapat membantu keberhasilan suatu organisasi untuk mencapai kinerja karyawan yang optimal. Yusril dan Dwi (2024:805) menjelaskan bahwa pola komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dipahami. Penggunaan pola komunikasi yang tepat pada sebuah organisasi atau divisi mampu mengurangi kesalahpahaman, meningkatkan produktifitas kinerja karyawan dan juga organisasinya.

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian kali ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif dapat membantu memahami kompleksitas sosial terhadap objek yang sedang diteliti. Tujuan penelitian deskriptif kualitatif ialah mencari suatu fenomena dalam suatu kategori, kemudian meneliti fenomena tersebut dengan cara data yang ditemukan di lapangan, Sahir (2022:9). Selain dapat mengembangkan teori dan konsep baru, metode deskriptif kualitatif dapat membantu meningkatkan *awareness* penulis terhadap isu sosial, pengambilan keputusan penulis, dan juga mengembangkan atau merancang strategi untuk perubahan sosial ke arah lebih baik dari yang telah ada.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme menurut Mulyadi (2022:176) adalah sebuah filosofi pembelajaran yang dilandasi premis bahwa dengan merefleksikan pengalaman, kita membangun, mengkonstruksi pengetahuan pemahaman kita tentang dunia tempat kita hidup. Paradigma konstruktivis sendiri beranggapan bahwa pengetahuan dan realitas dibentuk oleh proses konstruksi sosial, tidak bersifat objektif.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh dengan berbagai cara. Data dikumpulkan secara langsung oleh penulis dari suatu subjek dan objek yang sedang diteliti. Hal tersebut dapat dilakukan dalam bentuk wawancara, observasi, studi kasus, analisis dokumen, observasi partisipatif, etnografi, kelompok diskusi, dan lainnya. Pada penelitian ini penulis melakukan observasi partisipatif dan wawancara. Sedangkan untuk wawancara, penulis melakukan hal ini dari tiga pihak yang ada dalam PT. Maharaja Pusaka Nusantara, yaitu HRD, kepala divisi *warehouse*, dan *staff warehouse*.

Teknik analisis data dilakukan setelah data-data yang dibutuhkan sudah di dapatkan. Proses ini berlangsung olah data penelitian agar dapat dipahami dan diinterpretasikan setelah data terkumpul. Sapto dkk. (2020:27) menyatakan bahwa pengumpulan data dan kegiatan analisis data terjadi secara serempak atau secara simultan. Penulis membutuhkan analisis data guna menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan selama proses pengumpulan data. Analisis data bertujuan untuk menjelaskan data yang diperoleh dan pada akhirnya mengarah pada kesimpulan. Analisis data pada penelitian kali ini adalah wawancara mendalam (*depth*), dan partisipasi *observative*.

Adapun subjek-subjek dari penelitian ini adalah:

1. HRD, Regita Karlina.
2. Admin Divisi *Warehouse*, Putri Regista.
3. Staff *Warehouse*, (2) Bayu Bimansyah dan Adriansyah Anshorry.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bahasan pada penelitian ini adalah “Pola Komunikasi Bintang PT. Maharaja Pusaka Nusantara Tangerang Dalam Meningkatkan Kinerja Divisi *Warehouse*”. Berdasarkan hasil dari observasi dan wawancara yang penulis lakukan selama tiga bulan pada divisi *warehouse* PT Maharaja Pusaka Nusantara, penulis mendapati fakta-fakta sebagai berikut:

a. Pola Komunikasi Organisasi Pada Divisi *Warehouse*

Berikut merupakan pembahasan Pola Komunikasi Bintang

1. Pola Komunikasi Bintang:

Manajer memutuskan untuk membuat Whatsapp Group yang berisikan Dirut, Manajer, HRD, Admin Divisi *Warehouse*, dan semua Staff *Warehouse*. Keputusan dibuatnya WAG tersebut adalah untuk meringkas penyampaian pesan sehingga pesan tidak berbelit dan mengurangi resiko hambatan-hambatan yang telah terjadi pada pola komunikasi

sebelumnya. Penulis menemukan bahwa pola komunikasi ini sering digunakan oleh grup Whatsapp Gudang. Pada grup ini, siapapun bisa berkomunikasi langsung terkait hal yang dibahas. Keputusan pembuatan WAG tersebut terlihat efektif karena efisiensi kinerja karyawan menjadi lebih baik. Misalnya, pesanan dapat tersampaikan langsung oleh para staf *warehouse* sehingga para staf *warehouse* dapat langsung mengerjakan pesanan dengan cepat. Selain itu, WAG juga menjadi indikator adanya pola komunikasi bintang yang terjalin pada divisi *warehouse* dalam perusahaan PT. Maharaja Pusaka Nusantara.

b. Komunikasi Interpersonal pada Divisi Warehouse

Komunikasi interpersonal tidak terelakkan dari bagian aktivitas divisi *warehouse*. Komunikasi ini terjadi pada admin gudang ke staf gudang, staf gudang ke staf gudang. Pada prakteknya oleh divisi gudang, penulis menemukan bentuk komunikasi interpersonal yang cukup unik, yang dilakukan oleh admin gudang (pemimpin) dan staf gudang. Admin gudang menggunakan konsep teori akomodasi komunikasi dalam membangun hubungan personal pada sebuah tim dengan staf gudang lainnya. Tujuan admin gudang melakukan itu agar ada pendekatan secara mendalam kepada staf-staf gudang.

Ada konsistensi dalam berkomunikasi yang dilakukan oleh admin gudang kepada para staf gudang yang memang sifat dan karakter para staf gudang bisa dikatakan sebagai orang yang keras. Pada komunikasi interpersonal pada staf-staf gudang, dirasa sudah cukup baik dan dimengerti. Terkadang, ada beberapa candaan dalam mencairkan suasana kerja. Tujuan adanya candaan dalam komunikasi antara staf gudang adalah membuat suasana kerja lebih santai.

c. Struktural dan kultural pada divisi warehouse

Kultural yang sudah ada dan struktural yang ditetapkan membentuk sistem sosial pada divisi *warehouse*. Pada temuan penelitian, penulis menemukan kultural dan struktural yang telah menjadi kekhasan pada divisi *warehouse*. Beberapa berpendapat bahwa divisi *warehouse* terkenal dengan sistem kerja yang kasar, karena memang pada aktivitasnya ada angkat-mengangkat barang yang lumayan berat. Perihal struktur, ada beberapa aturan-aturan yang dibuat oleh manajer kepada sistem kerja divisi *warehouse*.

Admin gudang merasa bahwa secara struktur, divisi *warehouse* sudah baik. Dari staf gudang juga merasa bahwa SOP yang telah dibuat telah dilakukan dengan baik dan benar. Namun, jika dilihat dari kulturalnya, ada beberapa kebiasaan baik dan kebiasaan buruk pada divisi gudang. Untuk kultural baiknya, admin gudang sudah merasa bahwa staf gudang disaat pagi sudah siap untuk menerima perintah terkait memasukan barang yang harus dibawa kedalam mobil. Staf gudang juga berpendapat yang sama, bahwa kebiasaan kerja disini adalah *standby* dikala pagi untuk menerima arahan oleh admin gudang.

Namun, untuk beberapa kultural buruk, ada beberapa keluhan admin gudang dan itu juga dikonfirmasi oleh staf gudang. Admin gudang merasa bahwa seringkali staf gudang selalu keluar area kerja terlebih dahulu dan sudah berada di parkir 10 menit sebelum jam pulang, sedangkan terkadang admin gudang membutuhkan bantuan dari staf gudang. Kebiasaan menyimpang lainnya adalah jika dirasa senggang, lebih banyak staf gudang yang tidur dan bermain hp, ketimbang melakukan qc (*quality control*/ pengecekan kualitas barang) barang. Pendapat dari staf juga mengatakan bahwa kebiasaan buruk dari para staf gudang yang lebih banyak bersantai dan bercanda saat kerja, namun mereka melakukan hal-hal tersebut dengan alasan bahwa jika tidak dilakukan maka pikiran dan suasana hati mereka akan terasa stres dan jenuh.

d. Kepemimpinan oleh Admin pada Divisi Warehouse

Kepemimpinan dibutuhkan dalam suatu organisasi untuk mengarahkan anggotanya untuk mencapai tujuan bersama. Pemimpin pada divisi *warehouse* disini adalah admin gudang. Pada prakteknya, admin gudang mengarahkan, membantu menyelesaikan permasalahan, dan memerintahkan staf-staf gudang atas perintah manajer. Para staf gudang mendapati bahwa kepemimpinan oleh admin gudang dirasa baik, dan juga dirasa kurang. Untuk segi baiknya, staf gudang sepakat bahwa admin gudang bisa menggerakkan staf untuk bekerja, selain itu juga selalu mengingatkan soal barang-barang pesanan yang harus disiapkan oleh staf gudang. Namun, jika dilihat dari kurangnya, staf gudang merasa bahwa komunikasi admin gudang terhadap staf masih kurang, selain itu juga tidak didapati adanya ketegasan oleh Admin gudang.

Penulis mendapati bahwa mungkin kekurangan tersebut dikarenakan admin gudang divisi *warehouse* adalah seorang perempuan berusia 19 tahun, dan para staf gudang adalah laki-laki dengan kisaran umur 23-25 tahun. Berdasarkan pengamatan penulis, admin gudang juga merasa bahwa divisi *warehouse* saat ini belum mencapai sesuai yang admin gudang inginkan. Hal tersebut dikarenakan karena struktur kerja yang menghambat oleh manajer, sehingga hal itu juga berdampak pada Staf gudang. Admin juga merasa bahwa Staf gudang sulit diatur, keras kepala. Dalam hal ini, admin gudang merasa bahwa komunikasi para Staf gudang kurang terbuka.

e. Tujuan dan Harapan yang mendorong motivasi terhadap kinerja dan kerja sama divisi Warehouse

Penulis mendapati bahwa dalam bekerja, para staf tidak terlalu memperjuangkan tujuan dan harapannya dalam motivasi untuk kinerja. Meskipun ada, namun hal tersebut bukan yang menjadi penyebab utama staf *warehouse* dalam bekerja. Malahan, staf *warehouse* dapat bekerja lebih baik jika ada dorongan paksa yang dilakukan oleh manajer. Meskipun begitu, namun tujuan dan harapan masih tetap ada. Tapi, dikarenakan sistem sosial yang ada pada divisi *warehouse*, tujuan dan harapan menjadi goyah sehingga tidak menimbulkan adanya motivasi untuk kinerja staf *warehouse*. Namun, staf *warehouse* sudah merasa bahwa kerja sama pada divisi *warehouse* sudah kompak sehingga menimbulkan kerja sama divisi yang kompak dan cukup baik bagi para staf gudang.

Wawancara Narasumber

a. Komunikasi Organisasi yang Berjalan pada Divisi Warehouse

Selayaknya suatu departemen pada perusahaan, divisi *warehouse* pada PT Maharaja Pusaka Nusantara tentu melakukan aktivitas interaksi pada internal divisinya. Aktivitas interaksi pada divisi *warehouse* berperan dalam kelancaran koordinasi dan efisiensi antar admin divisi dan para staf *warehouse*. Untuk itu, penulis mengajukan pertanyaan dengan tujuan untuk mengetahui komunikasi organisasi yang berjalan pada divisi *warehouse*, sebagai berikut:

“Perusahaan dalam aktifitas internalnya, pasti melakukan komunikasi, baik itu komunikasi organisasi ataupun komunikasi interpersonal. Apakah komunikasi organisasi yang terjalin pada perusahaan, khususnya divisi warehouse sudah berjalan dengan baik dan efisien? (opsional) Jika dirasa tidak, apa saran atau solusi yang mampu meningkatkan efektifitas interaksi pada divisi warehouse?”

Kemudian, dalam menjawab pertanyaan komunikasi organisasi yang berjalan pada divisi *warehouse*, narasumber 1 (Ibu Regita Karlina Putri sebagai HRD pada perusahaan) menyatakan sebagai berikut:

N1: *“Kalo ditanya baik dan efisien sih kayaknya cukup baik, cuma kalo efisien sih mungkin kayaknya agak kurang, ya. Karena kan normalnya di perusahaan tuh kan komunikasi dari atasan (manager) ke staffnya dulu. Kita disini gabisa sebut SPV (Supervisor) karena SPV kan orang lapangan ya, jadi kita sebut admin (penyebutan untuk kepala divisi) lah. Nah, entar dari admin baru ke bawahan. Tapi kan atasan (manager) ngomong langsung ke paling bawah (admin beserta anggota divisinya), udah gitu kadang komunikasi admin (kepala divisi) ke bawahannya (staff) pun suka misscom. Jadi, kalo dibilang baik dan efisien, kadang baik, kadang ngga. Cuma, kelihatannya sih masih lumayan baik lah. Cuma kalo efisien, masih terlalu sederhana sih, dibilang efisien banget juga ngga (struktur komunikasi pada PT. Maharaja Pusaka Nusantara menurut HRD masih dirasa kurang karena tidak ada tahapannya. Tahapan yang dimaksud adalah proses penyampaian informasi atau pola komunikasi yang berubah-ubah) Ada prosedurnya tapi ngga dijalankan, gitu. Pihak yang tidak menjalankan prosedur bisa dari atasan ke admin, atau admin ke bawahan, atau atasan ke bawahan, jadi atasan dan bawahan sama-sama tidak menjalani prosedur komunikasi organisasinya. Sebenarnya ada cara yang lebih baik, cuma ngga dipikirin sampe kesitu.”*

Selanjutnya, narasumber 2 (Ibu Putri Regista Fina selaku admin divisi *warehouse*) menjawab pertanyaan perihal pola komunikasi organisasi yang berjalan pada divisi *warehouse* sebagai berikut:

N2: *“Kalo untuk sekarang, udah termasuk bagus komunikasinya. Tapi kalo melihat dulu, itu sulit banget. Disini kan kerja sama-sama, banyak kepala makin banyak mulut. Jadi, agak susah ngatur satu orang kalo dia keras kepala. Itu yang bikin komunikasi tim jadi berantakan, karena satu orang itu, jadi yang lain juga ikutan ‘oh dia begini, kenapa gua gabisa’, menjalar. Caranya gimana nih biar kita bisa jaga komunikasi, aku ikutin dulu caranya si yang keras itu gimana. Pun, atasan (manager) ngajarin aku begini. Kalo memang aku udah ngikutin egonya dia, tapi misal masih nyeleweng, aku luruskan. Contohnya, si keras ini banyak pesanan, terus dia males, sedangkan waktu emang masih ada 3/4 jam sebelum pulang ya oke gapapa. Tapi, kalo si keras ini ngelakuin itu terus menerus kan bakal jadi bad habit kan, nah mau ga mau ya aku harus push dia. Memang sulit, tapi aku bisa komunikasiin baik-baik dulu. Aku lebih liat problem atau situasinya dulu. Kalo emang jamnya mepet, trus ada pesanan lagi, udah gitu orangnya juga keras sama individual banget lah. Ya komunikasiin aja ke aku, kalo perlu bantuan, lebih terbuka. Tapi kalo sekarang sih mereka (para staf gudang) lebih mau mengutarakan pikiran mereka. Misal, mereka ada problem, mereka lebih terbuka ke aku kayak ‘ini gimana ya solusinya’. Kalo dulu itu, misal ada barang reject atau cacat, mereka lebih ke ganti barang baru yang bagus tanpa sepengetahuan aku. Tapi ya komunikasi sekarang sih udah better banget. Kenapa bisa berubah dari dulu ke yang sekarang sih karena konsistensi. Jadi aku, kalo ngomong sama orang yang sulit diajak bicara, aku konsisten buat*

terus ngomong ke dia. Supaya aku juga bisa tau apa kemauanya, Meskipun ada ketidaksepahaman, seengganya ada upaya untuk satu paham. Jadi buat mengambil hati mereka sih harus personal banget caranya, kalo ga gitu ya susah”.

Selanjutnya, pada narasumber 3 & 4 (Pak Bayu Bimansyah dan Pak Adriansyah Anshorry selaku staf *warehouse*) menjawab pertanyaan terkait komunikasi organisasi yang berjalan pada divisi *warehouse* sebagai berikut:

N3: *“Menurut gua sih udah bagus, bagus banget. Buat peraturan organisasi disini juga udah bagus. Kalo komunikasi dari admin ke staf sih ada beberapa pesan yang kurang dimengerti sih. Misal, pengiriman barang tuh kemana, jadi harus bertanya dulu gitu ke adminnya”.*

Kemudian untuk **N4** menjawab:

N4: *“Kalo menurut gua sih, baik-baik aja ya. Maksudnya gampang dimengerti lah komunikasinya. Terus juga bisa langsung dijalanin juga komunikasi-komunikasinya. Kalo dari komunikasi dari admin tuh komunikasi minta bantuan sih yang agak susah, misal disuruh bantuin Bayu, kerjaannya lagi banyak, tapi admin ga ngomong kalo Bayu lagi butuh bantuan”.*

Pada keempat jawaban narasumber menyepakati bahwa pola komunikasi organisasi yang terjadi pada divisi *warehouse* sudah berjalan dengan baik. Namun, mereka juga mengatakan bahwa tingkat efisiensi masih dinilai kurang. Menurut **N1**, ada banyak pihak yang tidak menjalankan prosedur sehingga komunikasi organisasi tidak berjalan efektif.

“Pihak yang tidak menjalankan prosedur bisa dari atasan ke admin, atau admin ke bawahan, atau atasan ke bawahan, jadi atasan dan bawahan sama-sama tidak menjalani prosedur komunikasi organisasinya” (N1).

Tetapi, **N2** menyebut bahwa pola komunikasi organisasi yang sekarang sudah lebih baik ketimbang yang dulu. Hal ini berarti, adanya perkembangan komunikasi organisasi yang positif pada divisi *warehouse*. **N2** menyatakan bahwa konsistensi dirinya terhadap para staf gudang adalah dasar bahwa komunikasi organisasi pada divisi *warehouse* membaik.

“Tapi ya komunikasi sekarang sih udah better banget. Kenapa bisa berubah dari dulu ke yang sekarang sih karena konsistensi” N2.

Sedangkan, pada **N3** dan **N4** menyatakan bahwa pola komunikasi organisasi berjalan baik-baik saja, tapi kendala pada mereka terkadang ada pada staf gudang dan admin. *“Kalo komunikasi dari admin ke staf sih ada beberapa pesan yang kurang dimengerti sih. Misal, pengiriman barang tuh kemana, jadi harus bertanya dulu gitu ke adminnya”*, kendala bagi **N3**.

Sedangkan, **N4** menyatakan *“Kalo dari komunikasi dari admin tuh komunikasi minta bantuan sih yang agak susah,”*. **N1** berpendapat bahwa pada divisi *warehouse*, komunikasi organisasi yang efisien bisa saja dilakukan, namun mengingat bahwa komunikasi organisasi masih berjalan baik-baik saja, hal tersebut bukan menjadi masalah yang besar yang dapat mengambat kinerja divisi *warehouse*.

Penulis mengamati bahwa ada perbedaan jawaban antara **N3** dengan narasumber-narasumber lainnya terkait hasil pola komunikasi organisasi pada divisi *warehouse*. Ada kendala antara staf gudang dengan admin gudang terkait komunikasi organisasi, namun, admin gudang menyatakan konsistensi komunikasi secara personal kepada bawahannya agar komunikasi organisasi pada divisi *warehouse* berjalan dengan baik. Untuk komunikasi pada staf-staf *warehouse* dirasa sudah berjalan dengan baik, hal tersebut sesuai dengan pernyataan pada **N3** dan **N4**, “Menurut gua sih udah bagus, bagus banget (**N3**)”, lalu, “Kalo menurut gua sih, baik-baik aja ya. Maksudnya gampang dimengerti lah komunikasinya. Terus juga bisa langsung dijalanin juga komunikasi-komunikasinya (**N4**)”.

Terlihat secara umum bahwa pola komunikasi organisasi yang berjalan cukup baik, namun tidak efisien dan efektif. Terkait saran dan solusi dari keempat narasumber, hanya **N2** yang menyatakan bahwa konsistensi adalah cara dalam menghadapi hambatan pada komunikasi organisasi di divisi *warehouse*. Konsistensi yang dimaksud adalah terus-menerus membuka berkomunikasi kepada staf-staf gudang terkait urusan pekerjaan dalam divisi *warehouse*. Meskipun tidak meningkatkan kerjasama, namun urusan tanggung jawab dalam pekerjaan telah terselesaikan dengan baik.

c. Struktural dan Kultural pada Divisi *Warehouse*

PT Maharaja Pusaka Nusantara memiliki struktur dan budaya dalam membangun sistem sosial yang ada pada divisi *warehouse*. Struktural dan kultural pada perusahaan membentuk bagaimana interaksi individu-individu dalam bekerja sama untuk operasional perusahaan, khususnya pada divisi *warehouse* yang menjadi fokus penelitian penulis.

Untuk mengetahui struktural yang membangun sistem sosial pada divisi *warehouse*, penulis mengajukan pertanyaan berikut:

Pada disiplin ilmu organisasi, ada teori struktural yang membahas perihal aturan dalam suatu organisasi untuk mengatur perilaku individu atau kelompok di dalamnya. Ada juga teori sistem sosial yang dalam fungsinya menggambarkan interaksi antara individu-individu yang ada di dalamnya agar terstruktur. Pada MPN ini, bagaimana sistem sosial yang terjadi pada divisi warehouse? Apakah dirasa sudah terstruktur sehingga kinerja dan kerja sama divisi warehouse terbilang cukup baik? (opsional) Jika tidak, apa penyebabnya?

Untuk pertanyaan terkait struktur yang membangun sistem sosial pada perusahaan sehingga mempengaruhi kinerja dan kerja sama divisi *warehouse*, jawaban narasumber 1 adalah berikut:

N1: “Terstruktur ya, ini agak susah dijawab. Karena, dibilang terstruktur banget juga ngga, tapi, dibilang ga terstruktur juga sebenarnya terstruktur. Cuma, ya mirip-mirip pertanyaan yang pertama tadi ya. Bisa dibilang terstruktur, cuma real dilapangannya aja sih yang kadang jalanin kadang ngga. Sebenarnya ada strukturnya, biasanya dari atasan (manager) kan suka ngasih tau tuh, misalkan ada mau datang barang, prosedur yang harus dijalanin tuh kayak apa-apa-apa aja. Cuma, realitanya gak beneran dijalanin semua, bahkan kadang ga dijalanin sama sekali, pake konsep yang beda. Jadi kalo masalah struktural, ya fifty-fifty sih, setengah-setengah lah”.

Kemudian, pada jawaban narasumber 2 terkait struktural pada perusahaan yang membentuk sistem sosial pada kinerja dan kerjasama divisi *warehouse* adalah berikut:

N2: *"Sekarang lebih terstruktur, contohnya aja sekarang udah ada jadwal siapa-siapa aja yang muat barang (pesanan yang akan dikirim) ke mobil. Terstruktur banget sih engga, kadang sih hal kayak gitu ya dari atasan (manager), kalo dari gudangnya sendiri udah bagus, misal datang tepat waktu. Cuma kalo dari atasan (manager) kadang tuh memberatkan satu bagian aja, misal ketika satu lane, diberatkan dengan pesanan yang menumpuk, sedangkan lane yang lain senggang. Ketika aku minta tolong ke bagian lain, mereka (staf yang senggang) merasa itu bukan tanggung jawabnya, ogah-ogahan bantu".*

Selain itu, narasumber 3 & 4 menyatakan bahwa struktural perusahaan yang membentuk sistem sosial pada kinerja dan kerjasama divisi *warehouse* sebagai berikut:

N3: *"Kalo bahas kinerja sosial sih udah terstruktur, sudah melakukan kerja sesuai SOP (standar operasional pekerjaan). Kita sudah melakukan apa yang jadi struktural di perusahaan".*

N4: *"Kurang lebih sama (seperti jawaban N3), tapi kayak SOP di kerjaan nih, pagi-pagi kan kita udah harus standby buat masukin barang ke mobil dulu, kayak gitu".*

Selanjutnya, terkait kultural. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kultural perusahaan dalam membangun kinerja dan kerjasama divisi *warehouse*, maka penulis mengajukan pertanyaan berikut:

Perusahaan ini sudah terbentuk cukup lama, budaya perusahaan atau kultural pasti sudah terbentuk. Apa kultural perusahaan, khususnya divisi warehouse dirasa sudah cukup baik dalam membangun kinerja dan kerja samanya? (opsional) Jika tidak, mengapa? Apa perlu diubah atau ditambah kultural perusahaan yang sudah terbentuk?

Berdasarkan pertanyaan kultural yang telah diajukan kepada narasumber, berikut merupakan jawaban narasumber 1 atas kultural yang membangun kinerja dan kerjasama divisi *warehouse*:

N1: *"Budaya ya. Kalo masalah budaya, budaya kerja gudang yang lama justru udah mulai hilang sih. Kalo dulu, yang saya tau ya, budaya dulu tuh di gudang senioritas banget. Saking senioritasnya juga suka jahil ke karyawan baru, jadi bikin karyawan barunya ga betah. Cuma perlahan-lahan udah berubah, karena orang-orangnya juga udah berganti kan. Jadi budaya yang ada dari dulu udah mulai hilang. Kalo budaya yang sekarang bagus-bagus aja sih, ngerangkul karyawan baru juga. Karena itu yang paling penting kan, kalo di sistem karyawan itu. Kenapa budaya yang lama bisa berubah, yang pertama juga karena karyawan-karyawannya juga udah ganti ya. Tapi kan, yang dulunya jadi junior, sekarang kan udah jadi senior nih, nah itu juga banyak yang udah aku sama atasan (manager) sering dinasehatin. Dikasih tau lah, kalo ada karyawan baru jangan begitu (memakai sikap budaya lama). Terus juga dikasih pemahaman, kenapa sih perlu anak baru. Adanya*

karyawan baru tuh bukan ngerebut kerjaan, tapi meringankan kerjaan. Jadi dua hal itu sih yang paling penting”.

Selanjutnya, narasumber 2 menjawab kultural yang membangun kinerja dan kerjasama divisi *warehouse* adalah berikut:

N2: *“Budayanya disini itu cukup lumayan (oke), karena keadannya ya misal kalo pagi tuh staf-staf gudang tuh nunggu perintah dari aku soal barang apa yang mau dibawa. Kalo bahas kultural yang menyimpang disini tuh, staf gudang tuh suka ada yang udah diparkiran sebelum jam pulang, keluarnya 10 menit sebelum jam pulang. Selain itu, kalo senggang tuh pasti kelakuan mereka tuh tiap kali senggang pasti tidur. Menurut aku, seharusnya kalo mereka senggang ya liat bagian lane yang lain, kira-kira ada yang bisa dibantu ngga. Misal semua lane sedang senggang, tanya aja ke admin, ada yang bisa dibantu atau dikerjain ga sih(?). Atau gak QC (quality control) barang kalo senggang misalnya. Atau kadang juga kalo senggang tuh ada yang main game di hpnya. Akunya juga kan bisa mengarahkan”.*

Adapun jawaban narasumber 3 dan 4 terkait pertanyaan kultural dalam membangun kinerja dan kerjasama divisi *warehouse* adalah berikut:

N3: *“Secara kultural, buat kerja sama tim udah bagus. Tapi emang kalo kultural negatifnya disini tuh, kita (para staf gudang) ngopi dan ngeroko dulu pas pagi. Udah kebentuk jadi budaya disini buat staf gudangnya sendiri. Tujuannya ya nyantai dulu, sebelum kerja, ngumpulin motivasi sama niat. Dari istirahat juga, agak dilebihin dikit (melebihi batas waktu istirahat yang telah ditentukan) nih dari kita. Biar nasi turun ke perut”.*

N4: *“Kalo dari gua gada, ya soalnya kan gua sama dia (N3) satu divisi”.*

Melihat sisi kultural pada perusahaan, **N1** menyatakan bahwa memang budaya divisi *warehouse* yang dulu dapat dikatakan buruk karena adanya senioritas pada divisi. Kendati demikian, hal tersebut berubah dikarenakan adanya pergantian karyawan lama, dan bimbingan atau arahan oleh manajer dan HRD (**N1**) kepada staf gudang soal buruknya budaya kerja yang lama. *“Kalo budaya yang sekarang bagus-bagus aja sih, ngerangkul karyawan baru juga. Karena itu yang paling penting kan, kalo di sistem karyawan itu,” (N1)*. Melalui pernyataan tersebut, dapat dikatakan bahwa kultural sosial pada divisi *warehouse* sudah dapat dikatakan cukup baik.

Lain halnya dengan **N2** sebagai admin gudang yang menyatakan bahwa memang benar bahwa budaya divisi *warehouse* sudah dapat dikatakan baik, tetapi masih ada kebiasaan atau kultural atau budaya menyimpang yang dilakukan oleh staf gudang. Pada jawabannya, **N2** menyebutkan ada beberapa kultural yang menyimpang yang dilakukan oleh para staf gudang.

Berdasarkan jawaban **N2** yang menyebutkan beberapa budaya menyimpang yang dilakukan oleh staf gudang, **N3** juga menyebutkan beberapa kultural negatif oleh staf gudang. Oleh karena pernyataan oleh **N3**, maka dapat dipastikan bahwa apa yang menjadi pernyataan **N2** dapat dikatakan benar, bahwa memang ada beberapa kebiasaan menyimpang yang dilakukan oleh para staf gudang.

N3 juga menjelaskan alasan mengapa kultural negatif tersebut dilakukan oleh para staf gudang. Misal, pada aktivitas pagi hari sebelum kerja, *“tapi emang kalo kultural negatifnya disini tuh, kita (para staf gudang) ngopi dan ngeroko dulu pas pagi. Udah kebentuk jadi budaya disini buat staf gudangnya sendiri. Tujuannya ya nyantai dulu, sebelum kerja, ngumpulin motivasi sama niat,” (N3).*

Secara keseluruhan, kultural dalam divisi *warehouse* dikatakan cukup baik, namun tidak baik sekali. Ada beberapa perilaku menyimpang yang dikeluhkan oleh **N2** sebagai admin divisi, dan juga dikonfirmasi melalui pernyataan **N3** sebagai staf divisi. Untuk **N4** tidak menyatakan atau menjawab pertanyaan karena dirasa bahwa jawabannya akan sama seperti apa yang sudah **N3** sampaikan.

d. Tujuan dan Harapan dalam Mendorong Motivasi Kinerja dan Kerja Sama Divisi *Warehouse*

Untuk mengetahui tujuan dan harapan dalam mendorong motivasi kinerja dan kerja sama pada divisi *warehouse*, maka penulis mengajukan beberapa pertanyaan berikut.

Setiap karyawan pada divisi warehouse, apakah mempunyai tujuan dan harapannya dalam bekerja pada perusahaan. Apa tujuan dan harapan pada staff warehouse dirasa sudah cukup untuk memotivasi staff warehouse dalam bekerja?

Berdasarkan pertanyaan tersebut, narasumber 1 menjawab sebagai berikut:

N1: *“Kayaknya ngga deh, kalo yang aku lihat sih di awal doang. Karena kan pertama kali nyari kerja kan lagi semangat-semangatnya. Mungkin begitu lihat situasinya (situasi suasana kerja di gudang), atau begitu terbiasa sama kondisinya. Jadi, motivasi awal pas dia (karyawan baru) kerja lama-lama luntur, kelihatannya sih gitu ya. Banyak faktor, bisa jadi dari luar, tapi, kebanyakan sih dari dalam (gudang) itu sendiri. Mungkin kultural ya, karyawan baru yang tadinya semangat, jadi males. Ogah-ogahan, kebawa sama karyawan lama”.*

Selanjutnya, narasumber 2 juga menyatakan jawaban yang sama dengan narasumber 1, terkait situasi dan kondisi yang mempengaruhi motivasi kinerja dan kerja sama staf divisi *warehouse*, sebagai berikut:

N2: *“Ada. Semua orang pasti punya motivasi. Cuma motivasi itu bisa hilang karena melihat sitkon (situasi dan kondisi) tim disini. Misalnya punya motivasi, kalo tempatnya salah juga susah. Misal, masuk kerja udah motivasi buat kerja yang ‘gini-gini’, eh ternyata temen yang udah lama di kerjaan tuh punya pemikiran tuh ‘gitu-gitu’. Nah, udah pasti motivasi itu goyah. Ikut arus lah. Tujuan dan harapan ya masih sama, cuma pola pikir mereka aja yang beda, jadi cara kerja mereka juga beda. Karena pemikiran staf-staf disini yang udah jadi kulturalnya sih”.*

Narasumber 3 menyatakan pernyataannya terkait tujuan dan harapan dalam mendorong motivasi kinerja dan kerjasama divisi *warehouse*, sebagai berikut:

N3: *“Kayak inilah contohnya, cicilan. Biar semangat lagi buat kerjanya. Tanggung jawab juga keluarga. Kayaknya jenuh gak sih kalo gada tantangan (cicilan) (?)”.*

Jawaban yang berbeda dikemukakan oleh narasumber 4:

N4: *"Harapannya ya baik ajalah, komunikasi masalah adminnya juga".*

N1 dan **N2** menyatakan hal serupa, tujuan dan harapan oleh staf gudang tidak menjadi pedoman untuk kinerja dan kerjasama menjadi lebih baik. Pernyataan yang berbeda, namun serupa makna oleh **N1** dan **N2** adalah dimana mereka mengatakan:

"Mungkin kultural ya, karyawan baru yang tadinya semangat, jadi males. Ogah-ogahan, kebawa sama karyawan lama," (N1). Sedangkan oleh **N2**, *"Misal, masuk kerja udah motivasi buat kerja yang 'gini-gini', eh ternyata temen yang udah lama di kerjaan tuh punya pemikiran tuh 'gitu-gitu'. Nah, udah pasti motivasi itu goyah. Ikut arus lah. Tujuan dan harapan ya masih sama, cuma pola pikir mereka aja yang beda, jadi cara kerja mereka juga beda," (N2).*

Meskipun tidak mendeskripsikan secara rinci apa tujuan dan harapan oleh staf gudang, namun pernyataan dari kedua narasumber diatas sama-sama menyatakan bahwa kultural pada divisi *warehouse* tidak meyakinkan untuk menambah atau meningkatkan motivasi dalam kinerja dan kerjasama tim. Sedangkan, pada **N3** dan **N4** menyatakan bahwa tujuan dan harapan memang ada dalam meningkatkan motivasi untuk kinerja dan kerjasama tim. Namun, dalam hal ini, **N4** menyatakan pernyataan berbeda perihal harapannya.

"Harapannya ya baik ajalah, komunikasi masalah adminnya juga," (N4).

Kemudian, untuk mengetahui faktor lain selain faktor internal tujuan dan harapan pada para staf untuk mendorong motivasi kinerja dan kerja samanya, penulis mengajukan pertanyaan berikut ini:

Selain faktor dari internal atau dalam diri (tujuan dan harapan) para staff warehouse dalam mendorong motivasi mereka dalam bekerja, adakah faktor-faktor lain diluar faktor tersebut?

Berdasarkan pertanyaan diatas, maka jawaban narasumber 1 :

N1: *"Kayaknya ada deh, tuntutan atasan (manager) mungkin. Tapi itu jatuhnya bukan nambah motivasi, tapi menekan mereka. Kalo sampe bikin mereka jadi lebih semangat banget engga deh. Kadang kan atasan (manager) kalo mereka kerjanya udah berhasil suka dikasih makanan (reward). Tapi itu kelihatannya ga bikin karyawan jadi semangat banget sih. Mereka ngejalanin itu aja, dapet yaudah, ngga juga gapapa. Motivasi dari luar gak begitu keliatan sih, mungkin, yang aku lihat sih kayaknya gaada. Sejauh ini yang aku lihat sih itu ya, ngeliat temen gitu, misalnya si karyawan gudang yang 1 nih udah semangat, cuman karena ini emang tim, jadi dia gabisa sendiri kan kalo kerja. Nah tapi, orang yang seharusnya kerja bareng dia, malah kayak setengah-setengah gitu. Mungkin jadinya itu bikin si karyawan yang tadinya semangat jadi mikir 'ah masa gua kerja sendiri, dia aja kerjanya nyantai-nyantai semua'. Itu bikin orang jadi males kerja, ngeliat temennya ogah-ogahan,*

bukan dia juga ikutan ogahan. Bisa juga kayak dia kesel, kayak dia jadi kerja sendiri, tapi temennya yang males ngga kerja gimana gimana, tapi ga kena sanksi. Ada faktor kecemburuan lah. Kalaupun kerjanya sama, di satu lane yang sama dan kerjanya bareng, misal yang satu udah semangat, tapi yang satunya males-malesan akhirnya bikin orang jadi kesel juga kali ya. Jadi kayak 'udahlah, dia aja ga kerja, masa gua mulu yang kerja'".

Kemudian, narasumber 2 juga menjawab faktor eksternal pada tujuan dan harapan dalam mendorong motivasi kinerja dan kerja sama para staf pada divisi *warehouse* adalah berikut:

N2: *"Cukup. Kebutuhan sih lebih tepatnya, misal mereka ada 1 keinginan. Mau beli motor gitu, nah motivasi mereka buat bertahan disini juga ada. Biasanya udah ditargetin. Pastinya motivasi eksternal ada banget, jadi kalo ga kerja dengan serius ya gimana bisa dapet gitu".*

Jawaban pada narasumber 3 terkait pertanyaan tujuan dan harapan dalam mendorong motivasi kinerja dan kerja sama divisi *warehouse* adalah berikut:

N3: *"Ada sih. Salah satunya ya misalkan kita udah tua nih, kerja udah lama juga terus orang tua ngomong 'lu kerja yang bener biar nikah, biar berkeluarga', itu sih motivasi yang bikin semangat gua".*

Narasumber 4 juga menyatakan faktor eksternal pada tujuan dan harapan dalam mendorong motivasinya untuk kinerja dan kerja sama adalah berikut:

N4: *"Kalo dari gua sih, kerja buat tabungan aja sih".*

Pada konteks eksternal yang mendorong motivasi kinerja dan kerjasama staf gudang, **N1** menyebut bahwa ada dorongan dari manajer (paksaan) untuk menambah intensitas kerja agar maksimal.

"Tuntutan atasan (manager) mungkin. Tapi itu jatuhnya bukan nambah motivasi, tapi menekan mereka. Kalo sampe bikin mereka jadi lebih semangat banget engga deh," (N1).

Dalam pernyataan tersebut, meskipun dipaksakan, namun cara itu ampuh untuk meningkatkan kinerja dan kerjasama tim. Selain itu, **N1** juga menambahkan bahwa manajer terkadang memberi reward untuk memotivasi para staf gudang, meskipun tidak terlalu signifikan dalam membentuk motivasi para staf gudang.

"Kadang kan atasan (manager) kalo mereka kerjanya udah berhasil suka dikasih makanan (reward). Tapi itu kelihatannya ga bikin karyawan jadi semangat banget sih. Mereka ngejalanin itu aja, dapet yaudah, ngga juga gapapa," (N1).

Diluar itu, **N1** menyebutkan bahwa kultural buruk yang terjadi pada divisi *warehouse* mendorong adanya penurunan motivasi sehingga kinerja dan kerjasama tidak berjalan dengan baik.

“Ada faktor kecemburuan lah. Kalaupun kerjanya sama, di satu lane yang sama dan kerjanya bareng, misal yang satu udah semangat, tapi yang satunya males-malesan akhirnya bikin orang jadi kesel juga kali ya. Jadi kayak ‘udahlah, dia aja ga kerja, masa gua mulu yang kerja’,” (N1).

Dapat disimpulkan atas pernyataan tersebut, bahwa faktor kecemburuan akibat tidak adilnya jobdesc yang diterima membuat motivasi terhadap kinerja dan kerjasama menjadi pada divisi *warehouse* menjadi tidak maksimal. Sedangkan, pada jawaban oleh N2, N3, dan N4, menyatakan bahwa ada faktor eksternal dari dalam diri staf gudang dalam mendorong kinerja dan kerjasama. Faktor eksternal tersebut yang mendorong motivasi dalam berkinerja dan bekerja sama dalam divisi *warehouse*.

“Kebutuhan sih lebih tepatnya, misal mereka ada 1 keinginan. Mau beli motor gitu, nah motivasi mereka buat bertahan disini juga ada,” (N2).

III. SIMPULAN

Berdasarkan pada temuan penelitian dan pembahasan, penulis menyimpulkan bahwa:

1. Komunikasi Organisasi dalam divisi *warehouse* pada PT Maharaja Pusaka Nusantara, meskipun sejalan dengan struktural perusahaan, belum optimal dalam meningkatkan kinerja karyawan. Masih ada hambatan dari luar dan dalam pada divisi *Warehouse* yang perlu dibenahi dari aspek komunikasi, dan kepemimpinan oleh
2. Admin divisi *warehouse* harus meningkatkan, memotivasi, serta membangun kinerja dan budaya kerja yang produktif bagi perusahaan.
3. Pemilihan pola komunikasi pada divisi *warehouse* belum optimal dalam meningkatkan kinerja karyawan.
4. Manajer mengarahkan agar para Admin Divisi *Warehouse* untuk dapat memimpin, mengarahkan, dan menegaskan konsep kerja yang sudah ditetapkan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aw, S. (2018). *Komunikasi Organisasi: Prinsip Komunikasi Untuk Peningkatan Kinerja Organisasi*. PT Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hariyanto, D. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. UMSIDA Press.
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, dan Prosedur Analisis)*. Badan Penerbit UNM.
- Mas, S. R. & Faris, I. P. (2020). *Komunikasi Dalam Organisasi (Teori dan Aplikasi)*. Gorontalo: UNG Press.
- Morrison. (2020). *Komunikasi organisasi (Edisi Kedua)*. Jakarta: Kencana.