

Analisis Komunikasi Organisasi di Kidz Station Bandung

Nurul Tri Wahyuni

Politeknik LP3I Bandung, Jalan Pahlawan Nomor 59 Bandung 40123, nurultriwahyuni@gmail.com

ABSTRACT

The organization as a container or collection of people who have the same goal cannot possibly be built and arrive at its goal if there is no system that unifies it into the organization. One of the systems that unites and draws a vision so that it stays on the Organizational Path is communication. This study aims to determine the Organizational Communication at Kidz Station Bandung. The research method used is a descriptive method with a qualitative approach. After conducting research, the authors found that the Organizational Communication carried out at Kidz Station Bandung was formal and structural. So that the restrictions between positions are very pronounced and it is difficult for middle to lower positions to be able to discuss more about the vision or plan that you want to make in the store so that goods are sold quickly in the store. However, the added value of this communication limitation is the absence of misunderstanding or multiple work instructions so that all work activities are carried out procedurally and dynamically. As for the impact of this research apart from being an academic study, practically it can be used as a reference in conducting organizational communication in similar companies.

Keywords: *Communications, organizations, Kidz Stations*

ABSTRAK

Organisasi sebagai suatu wadah atau kumpulan orang-orang yang memiliki tujuan yang sama tidak mungkin terbangun dan sampai pada tujuannya jika tidak ada system yang menyatukan ke dalam organisasi tersebut. Salah satu system yang menyatukan dan menarik visi sehingga tetap berada pada Haluan organisasi adalah komunikasi. Penelitian yang ini bertujuan untuk mengetahui Komunikasi Organisasi di Kidz Station Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Setelah melakukan penelitian, penulis menemukan hasil bahwa Komunikasi Organisasi yang dilakukan di Kidz Station Bandung bersifat formal dan struktural. Sehingga pembatasan antar jabatan sangat terasa dan sulit bagi jabatan menengah ke bawah untuk dapat berdiskusi lebih tentang visi atau rencana yang ingin dibuat dalam toko agar barang-barang terjual cepat di toko. Namun nilai lebih dari pembatasan komunikasi ini adalah tidak adanya kesalahpahaman atau multi intruksi kerja sehingga segala kegiatan kerja dilakukan secara prosedural dan dinamis. Adapun dampak dari penelitian ini selain sebagai kajian akademik, secara praktis dapat dijadikan rujukan dalam melakukan komunikasi organisasi di perusahaan sejenis.

Kata Kunci: Komunikasi, Organisasi, Kidz Station

PENDAHULUAN

Organisasi sebagai suatu wadah atau kumpulan orang-orang yang memiliki tujuan yang sama tidak mungkin terbangun dan sampai pada tujuannya jika tidak ada system yang menyatukan ke dalam organisasi tersebut. Salah satu system yang menyatukan dan menarik visi sehingga tetap berada pada Haluan organisasi adalah komunikasi. Apagi dengan perkembangan yang cukup pesat dunia usaha di Indonesia saat ini, sehingga menimbulkan persaingan yang ketat antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lainnya. Perusahaan yang sangat berkembang di Indonesia salah satunya adalah usaha dalam bidang *retail*.

Perkembangan bisnis ini merupakan bagian dari trend dunia modern yang serba praktis yang berdampak terhadap perkembangan gaya hidup masyarakat. Masyarakat pun mengikuti tren gaya hidup tersebut. Sehingga mendorong para *retailer* berlomba-lomba menyediakan seluruh barang yang *up to date* dan berkualitas dari produsen untuk konsumen. Siklus ini menjadi proses terus menerus sehingga menciptakan siklus.

Aspek barang menjadi sesuatu yang penting dalam usaha *retail*. Baik dari sisi kualitas, kemasan, komposisi, dan lainnya. Salah satu sifat retail juga, barang harus cepat berputar. Sehingga perusahaan harus bisa mengatur perputaran barang yang dijual dengan cepat dan tepat. Agar siklus perputaran berjalan dengan lancar dan sesuai dengan visi misi perusahaan, dibutuhkan keterampilan mengelola lalu lintas tersebut yaitu melalui komunikasi. Dalam suatu organisasi, lalu lintas komunikasi diatur berdasarkan prinsip-prinsip komunikasi organisasi.

Salah satu tujuan komunikasi organisasi dalam sebuah perusahaan adalah untuk mengkoordinasikan antar bagian departemen dalam mengirimkan informasi dan mengatur jalannya seluruh proses kerja secara efektif. Proses komunikasi organisasi terkadang tidak berjalan secara baik dan konsisten pada beberapa *retail* sehingga pada akhirnya menyebabkan *miss communication* dan kesalahan pengerjaan tugas. Penyebabnya terdapat pada sumber daya manusia dan faktor lain yang mendukung proses komunikasi terjadi.

Kidz Station (PT. Mitra Aktif Adiperkasa) Bandung adalah perusahaan yang bergerak dibidang *retail* mainan. Menyediakan bermacam-macam mainan untuk anak

hingga dewasa *yang up to date*. Membuat proses datang barang dan juga keluar barang terjadi secara cepat dan terus menerus. Sehingga perputaran barang-barang yang cukup cepat bisa karena terjual ke konsumen dan juga proses retur barang. Dengan cukup tingginya intensitas perputaran barang di toko, dan promo-promo yang berlangsung dikhawatirkan proses komunikasi organisasi tidak terpelihara dengan baik. Pada pelaksanaannya terdapat lima kendala yang berkaitan dengan proses komunikasi organisasi.

Pertama, proses pengiriman barang dari *warehouse* ke toko berlangsung hampir setiap hari dengan barang *new arrival* (baru) atau *refill* (pemenuhan stok barang yang sudah ada). Mainan baru yang datang ke toko seperti *action figures* selalu datang sebelum mainan tersebut di promosikan oleh perusahaan atau *launching* film terbarunya. Sementara mainan tersebut belum *booming* hal yang terjadi pada toko ialah *overstok*, karena penjualan mainan tersebut yang masih lambat. Dalam hal ini supervisor toko tidak dapat langsung menghubungi pihak alokator (penyuplai barang) untuk menahan pengiriman barang, tetapi supervisor toko harus mengajukan permintaan dengan prosedur perusahaan yaitu menginformasikan masalah toko via surat elektronik perusahaan dengan tahapan-tahapan sampai informasi pengajuan permintaan sampai ke atasan yang dituju. Hal ini membuat proses penyampaian pesan yang cukup panjang dan memerlukan lebih banyak waktu.

Kedua, dengan adanya barang *new arrival* seharusnya mainan yang termasuk tidak *booming* dan kurang laku harus di alokasikan ke toko yang luasannya besar dan penjualannya tinggi. Tetapi pada pelaksanaannya pengajuan supervisor toko untuk meretur barang kepada *asisten general manager* mengalami kendala karena adanya *form* yang harus sesuai saat dikirim dari *general manager* ke alokator, akan tetapi supervisor toko tidak mendapat wewenang untuk mengerjakan dan mengetahui lebih lanjut tentang *form-form* tersebut sehingga supervisor toko tidak terlalu paham tentang apa saja yang harus di kirimkan ke *asisten general manager* dan membuat supervisor toko dan *asisten general manager* bekerja secara berulang-ulang jika data pengajuan retur yang dikirim masih kurang benar.

Ketiga, pada saat barang sudah mengalami promosi dan *booming* akan menyebabkan barang tersebut terjual dengan cepat, hal yang dibutuhkan setiap toko adalah *refill* barang karena penjualan yang terjadi begitu cepat dan stok barang semakin menipis. Tetapi, proses pengajuan *repeat order* barang ke *warehouse* di Kidz Station tidak dapat dilakukan oleh supervisor toko. Melainkan dilakukan oleh bagian alokator yang memonitoring kuantiti dari sistem stok toko. Dalam hal ini pihak alokator hanya mengalokasikan sesuai data sistem tanpa berkoordinasi pada supervisor toko tentang bagaimana sebenarnya pergerakan penjualan barang tersebut di toko. Sehingga menyebabkan proses kedatangan barang yang dibutuhkan terlambat dan konsumen kecewa.

Keempat, saat barang mulai turun intensitas penjualannya yaitu barang yang kurang lebih sudah ada enam bulan di toko. Maka perusahaan mulai membuat promo atau diskon untuk barang tersebut karena stok masih berlebih di toko dan *warehouse*. Komunikasi tentang informasi diskon dari pihak alokator pada toko biasanya di informasikan setiap hari Jum'at melalui surat elektronik dari alokator di *blast* ke seluruh toko yang dinamakan *pricelist* atau perubahan harga, *pricelist* tersebut akan *online* di sistem pada hari Senin depan. Tetapi surat elektronik perusahaan terkadang mengalami gangguan jaringan internet. Sehingga informasi tidak selalu sampai tepat waktu, ditambah mekanisme promo atau diskon yang rumit tidak dijelaskan secara terperinci, dan promo yang terkadang tiba-tiba berakhir tanpa konfirmasi. Hal ini dapat menyebabkan masalah komplain konsumen di toko.

Kelima, adanya sistem pengelompokkan barang yang dinamakan *grouping store to store*. Biasanya barang yang di *grouping STS* mengalami *close brand* atau diskon sampai 80%, barang tersebut akan di alokasikan pada satu toko. Dalam proses retur barang, supervisor toko akan menerima surat elektronik STS dan *list* barang dari alokator, setelah barang sudah di cek fisik dan di *packing*, supervisor toko harus mengajukan permintaan no STS dan *pick up* kepada pihak alokator via surat elektronik perusahaan. Tetapi alokator akan membalas pengajuan permintaan *pick up* barang hanya dengan memberikan jadwal *pick up* tanpa adanya keterangan lebih lengkap. Hal ini dapat membuat pihak toko salah

memberikan barang grouping STS kepada ekspedisi dikarenakan informasi yang kurang jelas.

Mengingat sangat pentingnya proses komunikasi organisasi dalam siklus hidup barang bagi perusahaan dalam mencapai tujuan bersama. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang kemudian dituangkan dalam judulnya tentang *Analisa Komunikasi Organisasi Kidz Station Bandung*.

Penelitian tentang komunikasi organisasi pernah dilakukan oleh Cahyanto dan Utama (2016) tentang pengaruh komunikasi organisasi dan lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja di Cakra Transport Bali. Menggunakan paradigma penelitian kuantitatif dengan metode sampel jenuh, tujuan penelitiannya adalah untuk menguji pengaruh komunikasi organisasi terhadap kepuasan kerja dan pengaruh lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja. Dengan Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda hasil penelitiannya menunjukkan bahwa komunikasi organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan dan kedua lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Melia dan Tamburion (2018) tentang pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap kinerja pegawai. Penelitian dengan menggunakan paradigma kuantitatif ini menggunakan pendekatan survei dengan Teknik random sampling dengan jenis hitung skala likert. Adapun tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap kinerja pegawai Ernst & Young Indonesia pada divisi *assurance sub-divisi retail* dan *consumer product*. Menggunakan metode analisis uji T, hasil penelitiannya menunjukkan; *Pertama*, terdapat pengaruh antara iklim komunikasi organisasi terhadap kinerja pegawai; *Kedua*, terdapat pengaruh antara dua terdapat pengaruh antara kedua variabel dengan angka uji $t=6,646$; *Ketiga*, Iklim komunikasi organisasi memiliki hubungan yang sedang dengan kinerja pegawai; dan *Keempat*, iklim komunikasi organisasi 35,6 mempengaruhi kinerja pegawai.

Penelitian sejenis lainnya dilakukan oleh Sanjaya, Irwansyah, dan Alunaza tentang pemeliharaan hubungan dan komunikasi organisasi via media siber. Menggunakan paradigma kualitatif, menggunakan pendekatan atau metode analisis isi deskriptif dan

komparatif. Tujuan penelitiannya adalah untuk menemukan dan mengevaluasi tipologi yang tepat dalam menerapkan konsep humas siber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas siber dapat diterapkan walaupun tidak lepas dari kritik.

Sedangkan Supratman (2017) melakukan penelitian tentang pola komunikasi organisasi kepemimpinan strategis PT Telkomsel. Menggunakan paradigma penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, peneliti melakukan elaborasi terhadap komunikasi organisasi dalam konteks kepemimpinan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi organisasi pada PT Telkomsel yaitu model Kepemimpinan Strategis Manager ini dilakukan untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara para supervisor Divisi dan Staff. Komunikasi organisasi dilakukan untuk meingkatkan motivasi kebersamaan membangun perusahaan. Begitu juga dalam menghadapi konflik internal maupun eksternal, manager akan dengan mudah membentuk kohesivitas supervisor Divisi dan Staff.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat dikaji bagaimana novelty penelitian yang dilakukan oleh penulis. Selain persoalan objek, pendekatan dan teori juga cenderung memiliki perbedaan, yaitu pada penelitian terdahulu menggunakan paradigma kuantitatif serta kualitatif dengan pendekatan survey, deskriptif, dan studi kasus, pada penelitian ini menggunakan paradigma kualitatif dan pendekatan deskriptif, namun yang lebih membedakan adalah objek dan teori penelitian yang digunakan.

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Untuk memperoleh data yang maksimal penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, diantaranya sebagai berikut: (a) Observasi. Dalam melakukan penelitian ini penulis mengumpulkan data secara langsung ke lapangan dengan melihat objek yang di teliti dalam waktu yang bersamaan. Metode ini bersifat umum dan menyeluruh sehingga manfaatnya dapat dipakai sebagai dasar untuk penelitian yang lebih baik. (b) Studi Pustaka. Selain melakukan observasi, penulis juga melakukan pengumpulan data dengan cara studi pustaka. Dalam metode ini penulis melengkapi data-data yang diperoleh dengan membaca dan mempelajari dari buku-buku yang relevan serta pendapat dari para ahli

yang berkompeten dengan masalah yang diteliti. (c) Wawancara. Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung kepada *supervisor* toko bernama ibu Murni yang mengatur jalannya operasional toko dan barang-barang dan mengkomunikasikan seluruh keluhan toko ke atasan juga mengajukan permintaan-permintaan barang kepada atasan.

Selain melakukan observasi, penulis juga melakukan pengumpulan data dengan cara studi pustaka. Dalam metode ini penulis melengkapi data-data yang diperoleh dengan membaca dan mempelajari dari buku-buku yang relevan serta pendapat dari para ahli yang berkompeten dengan masalah yang diteliti dan langsung bertanya kepada pihak yang langsung melakukan komunikasi organisasi tersebut dan juga penulis langsung melakukan wawancara kepada pihak terkait yang menjalankan komunikasi organisasi di Kidz Station.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kidz Station adalah perusahaan retail mainan anak hingga dewasa yang memiliki beragam pilihan mulai dari mainan edukatif hingga *action* dan *figures*. Kidz Station mengusung nama-nama merek mainan kelas dunia dan juga *action figures* yang sedang trend di dunia seperti *LEGO*, *Nerf*, *My Little Pony*, *Baby Alive*, *Leap Frog*, *V-Tech*, *Gundam*, *Avengers*, *Transformers* dan masih banyak lagi. Kidz Station merupakan kreasi dari PT MAP Aktif Adiperkasa, Tbk. (anak perusahaan dari PT Mitra Adiperkasa), yang terdaftar di dalam *Top 100 Global Sporting Goods Retailers* & No.1 di Asia Tenggara.

Memiliki tujuan untuk memberi pengalaman berbelanja yang memuaskan di satu tempat yang kami sebut Kidz Station. Dengan berbagai jenis pilihan mainan yang tepat untuk anak hingga dewasa, kami memberikan tempat yang melayani semua penggemar mainan dari berbagai kategori, mulai dari mainan edukatif, hingga *action and figures*. Di Kidz Station kami dengan bangga menyediakan pelayanan paling lengkap kepada para pelanggan setia kami; memberi petunjuk mengenai *product knowledge*, cara bermain, sampai pemasangan baterai jika diperlukan melalui pelayanan terbaik dari staff sales.

Toko & barang kami yang telah berpengalaman akan semakin melengkapi pengalaman belanja, dengan memberikan rekomendasi barang yang paling tepat untuk masing-masing pelanggan Kidz Station.

Kidz Station bertujuan untuk melampaui batasan O2O (*Online to Offline*) dan memimpin pasar peretail mainan di Asia. Pelanggan dapat mengunjungi toko-toko kami, mengirimkan pesanan langsung ke rumah, mengambil pesanan di toko-toko yang diinginkan, sebuah proses yang dikenal dengan 'click and collect'.

Pelaksanaan Komunikasi Organisasi di Kidz Station Bandung

Proses komunikasi organisasi pada perusahaan adalah hal yang penting, karena seluruh kegiatan operasional yang dilakukan dalam perusahaan membutuhkan komunikasi, memerlukan pertukaran pesan, dan informasi agar seluruh pekerjaan dapat terkoordinasi dengan baik antara bagian-bagiannya dan berjalan dengan efektif. Pada Kidz Station cabang Bandung kegiatan pelaksanaan proses komunikasi organisasi dilakukan secara formal. Adanya aturan atau prosedur yang mengatur jalannya komunikasi dari bawahan ke atasan dan sebaliknya, dengan mengikuti struktur organisasi perusahaan dan setiap bagian tidak dapat secara bebas berkomunikasi. Hal ini dilakukan perusahaan guna meminimalisir proses pengiriman pesan yang terlalu banyak dan mengurangi kesalahpahaman informasi jika semua informasi dikirim tanpa adanya aturan atau alur proses.

Selain itu, komunikasi organisasi pada Kidz Station menggunakan jaringan komunikasi model *Chain* (rantai), model jaringan komunikasi ini terdapat tingkatan dalam jenjang hierarkinya dan hanya dikenal komunikasi sistem arus ke atas (*upward*) dan komunikasi ke bawah (*downward*) yang artinya menganut hubungan garis langsung (komando) baik ke atas atau ke bawah. Sehingga seluruh intruksi kerja atau permintaan dapat di komunikasikan sesuai jenjang hierarkinya.

Jaringan komunikasi merupakan salah satu faktor yang dapat memperlancar arus produksi. Jaringan komunikasi merupakan hubungan antara dua atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan sehingga mudah dipahami. Pola jaringan komunikasi merupakan cara pesan disampaikan secara rinci. Cara pesan mengalir dalam proses

komunikasi antara karyawan akan membentuk pola jaringan komunikasi (Mahmud & Swarnawati, 2020). Jika merujuk pada apa yang dilakukan dalam komunikasi organisasi Kids Stations menggunakan pola jaringan lingkaran atau rantai. Seperti dicatat oleh Mahmud dan Swarnawati tersebut, dalam pola jaringan komunikasi model lingkaran semua anggota posisinya sama dan setiap anggota dapat berkomunikasi dengan dua anggota lain di sisinya. Pola atau jaringan komunikasi hanya merupakan penyambung mata rantai awal dan akhir jaringan komunikasi rantai. Menurut Azam dan Syueb (2017) fungsi utama dari pola jaringan ini adalah untuk memperoleh informasi mengenai kegiatan, keputusan, dan pelaksanaan pekerjaan semua anggota dalam hal ini pegawai dari yang lebih rendah sampai yang paling tinggi.

Sedangkan gaya komunikasi yang dipakai oleh alokator dan *general manager* sebagai atasan adalah *The Structuring Style* (gaya berstruktur). Gaya komunikasi yang berstruktur ini, memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan serta struktur organisasi. Pengirim pesan (*sender*) lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk mempengaruhi orang lain dengan jalan berbagi informasi tentang tujuan organisasi, jadwal kerja, aturan dan prosedur yang berlaku dalam organisasi tersebut mereka bahwa pemrakarsa (*initiator*) struktur yang efisien adalah orang-orang yang mampu merencanakan pesan-pesan verbal guna lebih memantapkan tujuan organisasi, kerangka penugasan dan memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang muncul.

Gaya komunikasi merupakan cara dan gaya penyampaian dalam berbahasa komunikasi yang baik. Gaya merujuk pada jenis komunikasi verbal atau nonverbal berupa vocal, Bahasa tubuh, penggunaan waktu, ruang, serta jarak. Gaya komunikasi memiliki nilai signifikan dan bermanfaat karena dapat memperlancar proses komunikasi dan menciptakan hubungan yang harmonis (Anggriawan, 2017).

Dalam kegiatan komunikasi antara atasan dan bawahan sehari-hari pada Kidz Station lebih banyak menggunakan media elektronik seperti surat elektronik perusahaan, laporan, memo dan media sosial. Sedangkan secara lisan seperti tatap muka dilakukan

Nurul Tri Wahyuni

kurang lebih seminggu sekali saat *asisten general manager* dan *general manager* melakukan *store visit*. Untuk forum diskusi atau rapat kerja diadakan jika ada masalah-masalah yang sulit diselesaikan dari setiap toko, sehingga diadakan rapat kerja untuk menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi di toko, khususnya tentang pengadaan barang, promo dan retur barang.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diambil kesimpulan, komunikasi organisasi yang dilakukan pada Kidz Station lebih sering dilakukan dalam media tertulis surat elektronik perusahaan dan berbentuk formal. Berikut proses komunikasi organisasi yang dilakukan di Kidz Station cabang Bandung yaitu:

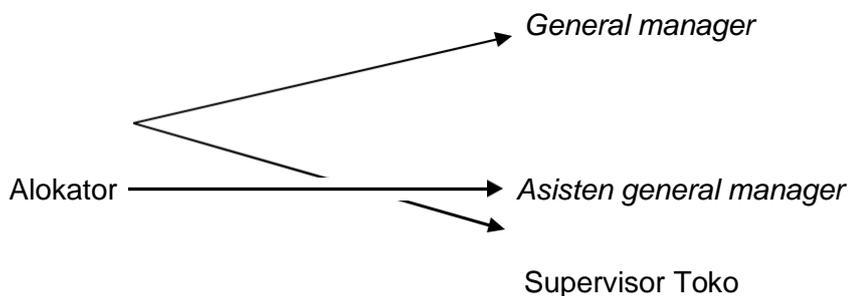
Komunikasi dari bawahan ke atasan. Pesan atau informasi yang dikirim dari supervisor toko, memiliki prosedur dan pihak toko tidak bisa langsung mengirimkan pesana ke *General manager* atau Alokator. Berikut urutan pengiriman pesan dari bawahan ke atasan pada Kidz Station:



Sumber: Kidz Station

Gambar 1 Tahapan Komunikasi Organisasi dari bawahan ke atasan

Komunikasi dari atasan ke bawahan. Pesan atau informasi yang dikirim dari atasan tidak memiliki aturan proses, alokator dan *general manager* sebagai atasan bisa dengan bebas menginformasikan segala bentuk intruksi kerja kepada, *asisten general manager* juga supervisor toko. Berikut urutan pengiriman pesan dari atasan ke bawahan pada Kidz Station:



Sumber: Kidz Station

Gambar 2 Alur Komunikasi Organisasi dari atasan ke bawahan

Seluruh kegiatan di atas dapat berjalan dengan lancar jika komunikasi organisasi di Kidz Station berjalan dengan efektif sehingga pengirim pesan dan penerima pesan sama-sama mengerti isi pesan dan dapat menjalankan seluruh pekerjaan dengan baik dan benar. Berikut pelaksanaan komunikasi organisasi di Kidz Station yaitu; Pertama, penerima secara fisik dapat menerima komunikasi melalui panca indera. kegiatan perputaran barang dan komunikasi berjalan dengan intensitas tinggi. Hal-hal mulai dari datang barang hingga barang sudah tidak laku akan selalu di komunikasikan antara pihak toko dan office atau alokator melalui *asisten general manager* dan *general manager*.

Setiap informasi atau pesan yang dikirim biasanya melalui surat elektronik perusahaan dan jika feedback dari pihak terkait terkesan lama akan di follow up kembali. Komunikasi antar bagian tersebut harus dilakukan secara jelas dari pengirim pesan kepada penerima agar seluruh informasi di dalamnya dapat diterima dengan baik. Komunikasi dari bawahan ke atasan dan sebaliknya dilakukan jika terjadi masalah, permintaan dan permintaan dari bawahan ke atasan. Bawahan disini adalah supervisor toko sebagai jabatan akhir yang mengatur jalannya kegiatan di dalam toko, dan atasan meliputi *asisten general manager*, *general manager*, dan alokator. Proses komunikasi dari supervisor toko mengenai masalah-masalah barang dan operasional selalu langsung ditindaklanjuti melalui surat elektronik ke atasan.

Sebaliknya komunikasi dari atasan ke bawahan mengenai intruksi kerja, informasi promo dan informasi retur atau *grouping* barang ke toko lain dilakukan melewati surat elektronik perusahaan. Sehingga dalam kegiatan komunikasi di Kidz Station terjadi lewat media elektronik sehingga fisiknya berbentuk elektronik atau gambar, namun jika informasi bersifat penting akan di print out sehingga setiap bagian memiliki arsip file secara fisik jika nantinya diperlukan. Hal-hal yang biasanya di arsip oleh supervisor toko adalah perubahan harga, list retur barang ke toko lain dan intruksi kerja dari atasan yang dokumennya disebut Price List, STS dan surat elektronik penting. Hal ini pun termasuk penting jika konten di dalam surat elektronik tersebut adalah sebuah penjelasan sebuah kejadian atau berita acara, harus selalu di print out untuk penjelasan di kemudian hari jika terjadi masalah.

Penggunaan media komunikasi, jika merujuk pada Masmuh (2010) seperti ditulis oleh Rahmansari (2018) memiliki beberapa fungsi, yaitu; *Pertama*, fungsi pengaturan dan produksi. Fungsi ini berhubungan dengan penyesuaian pekerjaan dan membantu organisasi mencapai tujuan produksi. Meliputi penentuan sasaran dan tujuan, merumukan masalah, menilai prestasi, mengkoordinir tugas-tugas, ataupun memberikan instruksi. *Kedua*, fungsi pembaharuan. Jika terdapat perubahan, dengan menggunakan media komunikasi dapat lebih cepat melakukan perubahan dan penyesuaian. *Ketiga*, fungsi pemasyarakatan dan pemeliharaan. Dalam konteks ini, media dapat menjadi pengikat hubungan serta mengandung informasi yang dapat mendukung hubungan individu dengan lingkungan fisik dan manusia. *Keempat*, fungsi tugas. Fungsi tugas yang dimaksud adalah pemberian informasi kepada anggota organisasi untuk melakukan tugas secara efisien. *Kelima*, fungsi perintah. Dalam konteks ini, komunikasi memperbolehkan anggota untuk memberikan, menerima, menafsirkan, dan bertindak atas suatu perintah. Sehingga memenuhi fungsi pengarahan dan umpan balik dalam komunikasi organisasi. Dan, keenam fungsi relational, yaitu memperbolehkan anggota atau pegawai menciptakan dan mempertahankan bisnis produktif dan hubungan personal dengan sesama pegawai.

Kedua, penerima dapat mengerti isi pesan komunikasi. Pada pelaksanaannya seluruh informasi yang di informasikan dari pengirim ke penerima melalui surat elektronik perusahaan yaitu tentang permintaan dan pengajuan barang, informasi diskon dan retur barang di Kidz Station terjadi dengan arahan *asisten general manager* kepada supervisor toko untuk memenuhi aturan surat menyurat yang benar dan mensisipkan seluruh berkas permintaan dan pengajuan dengan benar agar tidak di tolak oleh *general manager* dan alokator. Sehingga seluruh isi surat sudah pasti benar saat dikirimkan oleh supervisor toko ke atasannya sehingga atasan tidak akan bertanya ulang dan akan memproses seluruh permintaan dari toko. Berbeda dengan informasi dari atasan ke bawahan bersifat langsung tanpa ada filtrasi kembali karena seluruh komunikasi dari atasan biasanya bersifat intruksi kerja dan informasi daftar diskon dan informasi retur barang ke toko-toko lain. Hal yang selalu dikirimkan dari atasan bersifat menyeluruh sehingga kata-kata dan isi pesan singkat namun terdapat sisipan penjelasan secara lanjut

seperti contohnya list perubahan harga barang-barangnya, list retur barang dari toko A ke toko B dengan detail barang dan kuantitinya, dan intruksi kerja seperti penggantian alat-alat IT di toko atau Maintenance toko.

Ketiga, penerima mematuhi isi pesan. Seluruh informasi yang di dapatkan oleh setiap bagian di Kidz Station pasti akan dikerjakan jika sifatnya berbentuk intruksi kerja dan peraturan kerja. Karena, selain bertugas untuk mengarahkan surat menyurat dengan baik, *asisten general manager* juga mengawasi jalannya operasional area yang di pimpinnya. Sehingga jika ada informasi dari atasan mengenai hal-hal yang harus dilakukan toko, *asisten general manager* akan memeriksa ke toko dan berkomunikasi dengan supervisor toko apakah intruksi kerja dari alokator atau *general manager* sudah dikerjakan atau belum dan jika supervisor tidak mengerti akan dibantu oleh *asisten general manager* jika situasi dan kondisi *asisten general manager* tidak sibuk karena urusan pekerjaan lain. Sehingga seluruh surat elektronik dari atasan atau alokator akan langsung dilaksanakan oleh bawahannya karena seluruh intruksi tersebut adalah wajib dan akan membantu mempermudah jalannya operasional toko. Dan jika bawahan tidak mau mematuhi isi pesan maka adanya hukuman atau pertanyaan mengapa tidak mau mematuhi.

Keempat, penerima menggunakan dalam praktik. Saat terdapat pesan dari atasan atau dari bawahan maka masing-masing bagian akan memproses dan mengerjakan seluruh informasi dengan baik dan efektif. Seluruh informasi yang diberikan dari pengirim pesan ke penerima akan di pelajari dan dikerjakan sesuai dengan intruksi yang ada. Jika ada salah satu informasi yang kurang jelas maka penerima harus memastikan hal tersebut dengan jelas kepada pihak yang pengirim. Seperti halnya informasi diskon jika dari surat elektronik perusahaan tertera sebuah barang diskon namun di sistem belum aktif diskonnnya maka supervisor toko harus dengan cepat meminta penjelasan dari alokator melalui *asisten general manager* agar dibantu follow up ke alokator atau *general manager* agar barang tersebut terjual dengan harga yang benar ke konsumen. Ataupun pada arahan retur *grouping* barang seluruh intruksi akan di praktikan oleh bawahan

sehingga operasional berjalan dengan standar operasional dan akan meminimalisir kesalahan dan penyelewengan barang.

Kelima, penerima memberi umpan balik. Jika ada beberapa pesan dari surat elektronik perusahaan meminta balasan atau bukti sudah dikerjakan maka pihak penerima pesan akan membalas pesan tersebut sesuai dengan yang dikerjakan. Di Kidz Station biasanya hal yang membutuhkan umpan balik adalah seperti retur barang karena jumlah kuantiti dan kesiapan barang akan di *pick up* hanya pihak toko yang mengetahui, sehingga alokator akan menjadwalkan *pick up* ke toko peretur dengan menunggu jawaban dari pihak toko tentang pengajuan permintaan *pick up* dengan form yang bernama *Store to store* atau *STS* yang akan di proses oleh alokator dengan memberikan jadwal *pick up* nantinya, ataupun permintaan dan pengajuan dari supervisor toko ke alokator melewati *asisten general manager* yang harus di beri umpan balik oleh alokator sebagai tanda seluruh permintaan dan pengajuan di setujui atau tidaknya oleh atasaan. Dan ini dilakukan oleh setiap bagian secara otomatis karena sudah memahami isi pesan, intruksi kerja dilaksanakan dan diberikan umpan balik agar seluruh pihak mengetahui semua informasi telah dilaksanakan.

Komunikasi organisasi memiliki sejumlah hambatan dalam melaksanakan Prosesnya. Berikut adalah hambatan-hambatan yang ada dalam proses Komunikasi Organisasi di Kidz Station Bandung. Pertama, penerima secara fisik dapat menerima komunikasi melalui panca indera. Dalam kegiatan komunikasi organisasi di Kidz Station, melalui media elektronik yaitu surat elektronik perusahaan maka seluruh informasi terjadi dengan teknologi dan terjadi secara rutin. Namun dikarenakan media yang digunakan hanya surat elektronik perusahaan membuat informasi terkadang tidak terkirim secara tepat waktu karena ada gangguan jaringan atau kelalaian sumber daya manusia yang tidak teliti dalam mengirimkan pesan ke penerima pesan sehingga terlewat salah satu penerima yang tidak terkirim informasi dan menyebabkan *miss communication*.

Kedua, penerima dapat mengerti isi pesan komunikasi. Dalam pelaksanaan komunikasi melalui surat elektronik perusahaan, karena adanya batasan komunikasi antara bagian-bagian sehingga jika komunikasi dari alokator ke seluruh bawahan

terkadang tidak terlalu jelas dan isi pesan singkat karena banyaknya pekerjaan alokator sehingga kebanyakan pesan-pesan dari alokator ke bawahan hanya menerangkan sisipan yang di kirim oleh alokator dan membuat supervisor tidak mengerti dan harus meminta penjelasan ke *asisten general manager*.

Ketiga, penerima mematuhi isi pesan. Dalam pelaksanaannya di Kidz Station seluruh intruksi kerja ataupun informasi-informasi akan dipatuhi oleh penerima pesan, tetapi terkadang intruksi kerja yang salah membuat kesalahan akan merembet terus ke bawah sehingga faktor penyebabnya terdapat pada sumber daya manusia yang kurang teliti dan fokus dalam menerima pesan atau mengirim pesan. Dan pesan yang dikirim ke banyak toko bersifat global karena situasi operasional toko berbeda-beda maka akan membuat penerima pesan terkadang bingung.

Keempat, penerima menggunakan dalam praktik. Penerima pesan akan menggunakan seluruh isi pesan dalam praktik pengerjaannya namun pada pelaksanaannya penerima pesan mengerjakan intruksi kerja dengan lalai dan tidak teliti karena begitu banyaknya isi pesan dan intruksi kerja yang diberikan. Hal ini tentu akan menyebabkan kesalahan pengerjaan dan membuat penerima pesan bekerja secara berkali-kali karena kelalaiannya.

Kelima, Penerima memberi umpan balik. Umpan balik di Kidz Station bersifat jarang karena kebanyakan komunikasi berbentuk satu arah dan membuat komunikasi antara atasan dan bawahan kurang begitu dekat. Dan hanya akan memberikan umpan balik jika diminta data-data atau bukti pengerjaan di toko maupun proses dari alokator. Hal ini membuat ide-ide atau masukan dari bawahan kurang tersampaikan ke atasan juga aturan-aturan dari atasan yang kurang dipahami oleh bawahan.

Adapun upaya yang dilakukan dalam mengatasi hambatan tersebut adalah; Pertama, adanya line telepon masing-masing bagian. Upaya yang dibuat agar seluruh informasi pesan terkirim dengan baik maka adanya kebebasan pihak toko ataupun alokator untuk dapat saling berkomunikasi jika ada beberapa surat elektronik yang tidak diterima oleh masing-masing bagian. Namun harus sesuai dengan standar perusahaan yaitu dengan sopan santun dan langsung terhadap masalah yang ingin ditanyakan oleh

penerima ke pengirim pesan. Komunikasi dari line telepon ini bersifat formal dan tidak bebas sehingga hal yang dibicarakan langsung kepada masalah dan tidak bertele-tele dan meminta hal-hal lain diluar masalah tersebut.

Kedua, adanya grup di media sosial. Dalam upaya mengatasi adanya kurang mengerti pada surat elektronik perusahaan maka dibuatlah sebuah grup *Whatsapp* oleh *asisten general manager* yang meliputi supervisor toko dan admin *asisten general manager*. Di dalam grup tersebut pembahasannya adalah mengenai informasi-informasi intruksi kerja dari alokator atau *general manager* dan sharing tentang cara permintaan dan pengajuan barang atau retur barang dari toko ke *asisten general manager*, yang nantinya akan dibimbing oleh admin *asisten general manager* dan *asisten general manager*.

Keempat, *store visit* dilakukan secara rutin. Agar dapat memastikan seluruh intruksi kerja dipatuhi dan dilakukan oleh mahasiswa maka atasan seperti *asisten general manager* selalu melakukan *store visit* ke toko secara rutin minimal sekali dalam sebulan. Sehingga seluruh aktivitas di toko terpantau dan jika ada kesalahan bisa di koreksi bersama atau melakukan hukuman karena telah melenceng dari apa yang di informasikan. Dengan begitu seluruh penerima pesan akan mematuhi isi pesan dengan benar dan efektif. Karena jika atasan menemukan terdapat kesalahan akan dikenakan coaching atau surat perjanjian tidak akan melakukan hal-hal yang salah kembali karena hal tersebut dapat memperlambat jalannya operasional dan merugikan perusahaan.

Kelima, menyelenggarakan training dan edukasi secara rutin. Diselenggarakannya training dan edukasi barang atau kegiatan operasional kepada seluruh staff bawahan, agar seluruh intruksi kerja dan informasi dari atasan di praktikan secara benar dan menggunakan praktik dengan sesuai aturan pada perusahaan. Training tersebut dilakukan agar seluruh staff dan bawahan memahami dan mempraktikan kinerja yang baik di toko masing-masing. Sebagai atasan hanya tinggal melakukan observasi atau pengecekan ke toko-toko. Jika ada staff yang tidak mempraktikan dengan baik seluruh informasi dari atasan maka akan terkena sanksi dan coaching ke setiap staff. Dan training ini dapat memotivasi staff agar selalu semangat dalam bekerja dan memahami kultur

budaya perusahaan dan membuat konsumen merasa nyaman saat berbelanja ke toko karena penyediaan barang dan pelayanan servis yang luar biasa.

Keenam, adanya kotak aspirasi karyawan melalui sebuah aplikasi. Di Kidz Station terdapat sebuah aplikasi untuk store supervisor dengan materi dan ada uji soal yang harus dikerjakan, selain itu ada juga menu saran dan masukan yang bisa di akses dan bisa di kirim langsung ke atasan dan nantinya akan di pelajari dan dijadikan sebuah saran untuk membangun kinerja perusahaan agar lebih baik dan efektif. Hal ini akan selalu di sharing oleh supervisor toko ke staff sales dan cashier mengani kendala apa saja yang terjadi di toko yang membuat masalah operasional terhambat dan nantinya seluruh kendala-kendala tersebut di masukan ke saran dan masukan agar di perbaiki oleh tim office dan jika berhubungan dengan barang akan di tampung oleh alokator dan alokator nantinya akan mencari barang yang diajukan oleh bawahan karena yang lebih memahami permintaan konsumen adalah staff operasional yang selalu mendengarkan permintaan konsumen berbeda dengan alokator yang memantau dari pasar dunia barang baru atau yang sedang booming di luar negeri.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan, bahwa Komunikasi Organisasi di Kidz Station Bandung berjalan cukup baik. Dan penulis menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Komunikasi organisasi yang dilakukan pada Kidz Station bersifat formal dan struktural. Sehingga pembatasan antar jabatan sangat terasa dan sulit bagi jabatan menengah ke bawah untuk dapat berdiskusi lebih tentang visi atau rencana yang ingin dibuat dalam toko agar barang-barang terjual cepat di toko. Namun nilai lebih dari pembatasan komunikasi ini adalah tidak adanya kesalahpahaman atau multi intruksi kerja sehingga segala kegiatan kerja dilakukan secara prosedural dan dinamis.

Adanya prosedur-prosedur *grouping* barang diskon, alokasi pemerataan barang, kedatangan barang baru dan refill setiap hari sehingga membuat toko selalu terlihat *fresh* dan memiliki banyak variasi dan promo diskon. Walau dalam segi pengajuan *grouping*

barang atau permintaan barang terkesan lama dalam manajemennya, tetapi Kidz Station selalu menjadi pemimpin terdepan toko mainan yang barangnya selalu *up to date*.

Dan upaya yang telah dilakukan oleh Kidz Station agar seluruh hambatan-hambatan komunikasi organisasi tidak membuat kinerja karyawan berkurang yaitu dengan mengadakan fasilitas line telepon masing-masing bagian, adanya grup di media sosial, adanya store visit dari atasan, adanya training edukasi tentang pemahaman perusahaan dan kegiatan operasional, adanya kotak masukan atau ide-ide dari bawahan ke office atau atasan tentang kegiatan operasional dan saran masukan agar tidak terjadi masalah.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan, serta memperhatikan kondisi atau keadaan pada Kidz Station Cabang Bandung, maka penulis mengemukakan saran sebagai berikut: (1) Atasan yaitu *asisten general manager* dan *general manager* harus lebih aktif berkomunikasi dan memeriksa keadaan toko-toko, sehingga akan membuat pengajuan toko cepat di feedback karena atasan mengetahui kondisi toko dan operasional yang berjalan. (2) Atasan harus lebih meningkatkan kepedulian terhadap barang, bukan hanya fokus terhadap pencapaian toko karena hal yang paling penting dalam sebuah toko retail adalah barang yang baik dan mendukung dalam tahapan-tahapan barang tersebut. (3) Alokator lebih memperhatikan kembali stok barang yang akan dikirim dari *warehouse* ke toko-toko dengan melihat *history* penjualan dan luasan toko.

Supervisor toko harus berani aktif berkomunikasi kepada atasan dalam konteks komunikasi informal kepada atasan agar dapat saling mengenal dan berbagi pengalaman yang di alami di tempat kerja sehingga walau adanya pembatasan komunikasi di tempat kerja, tetapi satu sama lain sudah paham bagaimana kondisi lapangan.

Dibuat sebuah grup di media sosial *Whatsapp* yang didalamnya terdiri dari alokator, *general manager*, asisten manajer, admin, dan supervisor toko agar dapat berinteraksi langsung dan cepat tetapi grup bersifat formal dalam mengetikkan kata-kata di dalamnya agar *follow up* masalah lebih cepat dan mudah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggriawan, F. (2017). Gaya Komunikasi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Pada PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Persero Area Pelayanan di Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(4), 260-274. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/11/Jurnal%20Fanny%20%20\(11-15-17-05-37-46\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/11/Jurnal%20Fanny%20%20(11-15-17-05-37-46).pdf)
- Arni, M. (2007) *Komunikasi Organisasi*. Edisi 1. Jakarta. PT Bumi Aksara.
- Azam, M., & Syueb, S. (2017). Pola Komunikasi dalam IPNU Kota Surabaya 2014-2016 dalam Membangun Jaringan. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 1(2). <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp/article/viewFile/504/324>
- Cahyanto, B. D. P., & Utama, I. W. M. (2016). Pengaruh Komunikasi Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pada PT. Cakra Transports Utama Jimbaran, Bali. *E-Jurnal Manajemen*, 5(5). <https://ocs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/19318>
- Mahmud, D., & Swarnawati, A. (2020). Pola Jaringan Komunikasi Organisasi Pada Havara Organizer PT. Havara Ruhama Ramadhan Di Tangerang Selatan. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 4(1), 50-60. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/view/6870>
- Masmuh, A. 2010. *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*. Edisi 1. Malang. UMM Press.
- Melia, M., & Tamburian, H. D. (2019). Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai. *Koneksi*, 2(2), 441-448, 10.24912/kn.v2i2.3921.
- Pace and Faules, (2013) *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Edisi 1. Penerjemah Deddy Mulyana, Bandung: PT Remaja Rosdakarya,
- Rahmansari, R. (2018). Penggunaan aplikasi whatsapp dalam komunikasi organisasi pegawai dinas lingkungan hidup dan kebersihan Sidoarjo. *Jurnal ilmiah manajemen publik dan kebijakan sosial*, 1(2), 77-90. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/negara/article/view/788/435>
- Romli, K. (2011) *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Edisi 1. Jakarta: Grasindo.
- Sanjaya, A., & Alunaza, H. (2017). Pemeliharaan hubungan dan komunikasi organisasi via media siber, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14 (2) 239-258. <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/886/1077>
- Sobur, A. (2014) *Ensiklopedia Komunikasi J-O*. Edisi 1, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sunyoto, D. (2015) *Strategi Pemasaran*. Edisi 1, Yogyakarta: CAPS.
- Supratman, L. P. (2018). Pola Komunikasi Organisasi Kepemimpinan Strategis di PT Telkomsel. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(1), 31-41. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/2680/2245>
- Sutarno (2012) *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*. Edisi 1. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Utami, C.W. (2017) *Manajemen Ritel*. Edisi 3, Jakarta Selatan: Salemba Empat.