

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi sangat penting bagi manusia dalam melakukan suatu aktivitas khususnya dalam menjalankan tugas di organisasi atau perusahaan. Agar dapat berjalan dengan baik suatu organisasi atau perusahaan perlu dilakukannya komunikasi yang efektif dan tepat sasaran, karena komunikasi diperlukan untuk menyampaikan suatu pesan dari atasan kepada bawahan dan menjalankan suatu instruksi serta kordinasi sesuai dengan tugas dan tanggung jawab pekerjaan yang dilakukan. Kerja sama juga diperlukan dalam melakukan suatu pekerjaan, tak lepas dari komunikasi yang disampaikan oleh masing-masing pihak. Oleh sebab itu komunikasi sangat penting dalam suatu organisasi guna mencapai tujuan bersama.

Organisasi sendiri adalah tempat atau wadah yang terdiri dari beberapa orang yang berkumpul untuk melakukan kerja sama secara rasional dan sistematis, dengan dipimpin oleh satu orang untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam organisasi diperlukan seorang pemimpin yang mampu menjalankan sebuah organisasi sesuai dengan tujuan yang dijalankan oleh organisasi tersebut. Pemimpin yang baik adalah pemimpin yang mampu menjalankan kerja sama dengan baik kepada bawahannya, gaya pemimpin yang dianggap baik adalah gaya kepemimpinan Demokratis, dimana gaya ini mampu merangkul seluruh bawahannya agar mampu menjalankan tugas dan tanggung jawab dengan tepat sasaran.

Terdapat juga gaya kepemimpinan Otoriter, dimana seorang pemimpin yang menggunakan gaya ini dianggap senang berkuasa dan mengabaikan peranan bawahan dalam proses pengambilan keputusan, tidak mau menerima saran dan pandangan bawahannya. Selanjutnya gaya kepemimpinan *Laissez Faire*, merupakan kebalikan dari tipe kepemimpinan otoriter. Dalam kepemimpinan tipe ini sang pemimpin biasanya menunjukkan perilaku yang pasif dan seringkali menghindar diri dari tanggung jawab.

Guna menciptakan tujuan organisasi yang tepat sasaran diperlukan komunikasi organisasi yang efektif. Komunikasi organisasi adalah proses penyampaian dan penerimaan pesan dalam suatu organisasi atau instansi perusahaan. Dalam komunikasi organisasi terdapat komunikasi internal antar pimpinan perusahaan dengan karyawan yang disebut dengan komunikasi *downward*. Komunikasi *downward* banyak terjadi pada suatu perusahaan dimana manajer atau atasan menyampaikan pesan atau informasi kepada bawahan yang berupa tugas, intruksi, dan arahan mengenai suatu pekerjaan. Komunikasi Organisasi umumnya dilakukan oleh manajer atau atasan yang mempunyai kendali luas di dalam organisasi. Suatu organisasi terdiri dari beberapa unit komunikasi dalam hubungan tingkatan level jabatan antara yang satu dengan yang lainnya.

Komunikasi organisasi yang berjalan dengan baik, sangat mempengaruhi keberhasilan organisasi dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Dalam menciptakan keberhasilan suatu usaha, organisasi memerlukan pemimpin yang kompeten guna menjalankan semua tanggung jawab yang sesuai dengan tujuan organisasi tersebut. Kompetensi komunikasi diperlukan oleh seorang pemimpin dalam menjalankan atau menyampaikan suatu informasi kepada bawahannya sesuai dengan tujuan komunikasi yang diharapkan. Dalam suatu organisasi instansi atau perusahaan, pemahaman konsep kompetensi komunikasi adalah sangat penting karena komunikasi berdampak pada sukses organisasi.

Menurut Spitzberg dan Cupach (dalam Rickheit dan Strohner, 2008) Kompetensi komunikasi adalah kemampuan dan keahlian seorang individu untuk beradaptasi dan berkomunikasi secara efektif dalam segala situasi sosial sepanjang waktu, dimana kemampuan ini mengarah pada kemampuan untuk bertindak yang dipengaruhi motivasi dan pengetahuan yang dimiliki individu. Brian Spitzberg dan William Cupach (dalam Greene & Burleson, 2003; Payne, 2005) menyatakan bahwa terdapat tiga komponen kompetensi komunikasi, yaitu: *knowledge*, *motivation*, dan *skills*

Penelitian ini membahas mengenai kompetensi komunikasi komunikator yaitu kepala produksi dalam menyampaikan sebuah pesan yang pada prakteknya tidak berjalan dengan yang diharapkan. Yang membedakan penelitian ini dengan

penelitian sejenis sebelumnya adalah permasalahan kompetensi komunikasi yang terjadi di lingkup internal perusahaan, penyampaian komunikasi secara langsung yang terjadi antara pemimpin kepada bawahan. Komunikator disini adalah seorang yang menjabat sebagai Kepala Produksi di sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kuliner yaitu PT. Pesona Kuliner CPSA, dengan komunikannya adalah Tim Produksi yang mempunyai tugas untuk mengolah bahan-bahan mentah menjadi adonan roti siap olah.

PT. Pesona Kuliner CPSA adalah sebuah perusahaan produksi pangan, memproduksi roti *buns* yang diberi nama *Roti KUPI*. Didirikan pada tahun 2018 oleh anak bangsa dengan inovasi dan kreatifitas tinggi yang memiliki visi dan ambisi yang besar dalam bidang kuliner. Dengan tujuan menciptakan produk terbaik serta kualitas bahan baku terbaik yang akan menghasilkan cita rasa terbaik. Proses produksi *Roti KUPI* dilakukan di rumah produksi di daerah Jaticempaka Bekasi, proses pengolahan bahan-bahan mentah dilakukan di rumah produksi hingga menjadi adonan mentah *Roti KUPI* yang siap dikirim ke outlet-outlet pemilik mitra *Roti KUPI*.

Roti kUPI sendiri mengusung konsep bisnis waralaba yang mengajak para masyarakat yang mau bergabung dan berwirausaha sebagai mitra *Roti kUPI*. Nantinya para mitra akan memiliki outlet sendiri di tempat yang sudah di sesuaikan dan disepakati oleh pemilik mitra dan pihak manajemen PT. Pesona Kuliner CPSA, di outlet tersebut nantinya *Roti KUPI* dengan adonan mentah akan di oven dan matang yang kemudian siap dijual kepada konsumen. *Roti KUPI* sendiri mempunyai berbagai varian rasa diantaranya, original, coklat, keju, *vanilla chesse*, *double choco*, dan *vanilla creamy* dengan varian topping cream kopi yang khas, vanilla dan red velvet.

Setiap harinya Tim produksi dapat membuat ribuan *Roti KUPI* dengan berbagai varian rasa. Keberhasilan proses produksi tidak lepas dari kordinasi kepala produksi dengan tim produksi setiap harinya. Kepala produksi harus mampu mengontrol setiap bagian yang ada dalam proses produksi. Ada tiga tim dalam proses produksi *Roti KUPI*, yaitu tim Cream yang mengolah cream topping untuk di taruh diatas adonan mentah *Roti KUPI* nantinya, tim Adonan yang mengolah bahan-

bahan mentah yang akan menjadi adonan siap olah, dan yang terakhir ada tim Buletin yang mengolah adonan mentah *Roti Kupa* untuk di bentuk bulat sehingga sesuai dengan bentuk yang diharapkan dan diisi dengan varian rasa yang sudah di intruksikan.

Suatu bisnis tak lepas dari persaingan antar kompetitor, begitupun dengan *Roti Kupa* yang dituntut untuk mampu bersaing dengan meningkatkan inovasi pada roti yang dipasarkan. Banyak kompetitor sejenis dalam beberapa tahun belakangan ini bermunculan, yang membuat *income* penjualan di mitra *Roti Kupa* menurun. Keunggulan dari roti sejenis ini adalah *topping* kopi yang disajikan diatas roti, aroma dan rasa yang relatif sama menjadikan banyaknya kompetitor menjual produk yang sama dengan nama produk yang berbeda. Oleh sebab itu, *Roti Kupa* memperbaharui resep dan pengolahan baru, guna mempertahankan konsumen yang menikmati *Roti Kupa* serta meningkatkan penjualan dan menciptakan *income* yang lebih baik. Tidak hanya cream *topping* yang diperbaharui, adonan roti pun mengalami pembaharuan resep dan pengolahan.

Setiap pagi Kepala Produksi selalu mengadakan rapat pagi guna mengulas proses produksi di hari kemarin, apakah terjadi masalah atau kendala yang dihadapi oleh Tim produksi. Seiring dengan banyaknya kompetitor yang semakin berkembang, *Roti kupa* juga tak mau kalah untuk mengembangkan inovasi dan melakukan kebaharuan dalam resep produksi yang di buat. Untuk itu *Roti Kupa* memperbaharui resep atau formulanya serta *treatment* baru sehingga perlu adanya penyampaian SOP (Standar Operasional Prosedur) terbaru agar para tim produksi dapat memahami dan melakukan proses produksi sesuai dengan SOP yang berlaku.

Menurut Moekijat (2008) pengertian SOP adalah urutan langkah-langkah atau pelaksanaan-pelaksanaan, dimana pekerjaan tersebut dilakukan, bagaimana melakukannya, bilamana melakukannya, dimana melakukannya, dan siapa yang melakukannya. Untuk itu Kepala produksi perlu memberikan informasi yang baik dan jelas agar dapat dipahami dengan baik oleh tim produksi atau komunikasi dengan memahami situasi dan kondisi yang terjadi pula.

Sejak dijalankannya SOP terbaru di tanggal 1 Oktober, kompetensi komunikasi kepala produksi terhadap tim produksi dalam penyampaian SOP

terbaru masih belum tercapai dengan baik, karena masih terjadi kesalahan dan ketidaksesuaian pada prakteknya. Tim produksi mengalami kendala dalam proses produksi dimana adonan roti yang seharusnya dapat mengembang dengan baik, tetapi pada aktualnya tidak mengembang dan dapat dikatakan adonan tersebut gagal, sehingga perusahaan mengalami kerugian dan banyak komplain dari para mitra pemilik outlet karena pesanan harus mengalami penundaan.

Proses penyampaian SOP terbaru terjadi pada saat rapat pagi berlangsung, yang terdiri dari kepala produksi dengan empat orang tim adonan yang kemudian terjadi komunikasi kelompok. Proses komunikasi terjadi dimana kepala produksi menyampaikan SOP terbaru secara langsung, yang kemudian pesan tersebut diterima oleh tim adonan, selanjutnya tim adonan memberi respon sebagai bentuk umpan balik.

Ciri komunikasi yang digunakan oleh kepala produksi dengan menggunakan nada dan intonasi yang lantang, sehingga menuntut rekan tim adonan harus mampu menguasai SOP terbaru dengan baik. Dengan terjadinya kegagalan produksi *Roti KUPI*, manajemen dan kepala produksi berusaha menganalisis beberapa kemungkinan yang dapat terjadi pada proses pengolahan bahan-bahan mentah. Beberapa bahan yang menjadi bahan utama sudah masuk ke dalam mesin *mixing* saat proses pengadukan adonan, namun masih terdapat kendala yang terjadi pada produksi dengan SOP terbaru ini.

Tabel 1.1: Data kegagalan proses produksi yang terjadi di *Roti KUPI* :

No.	Tanggal	Target Produksi	Realisasi Produksi	Produk Gagal	Persentase	Keterangan
1	25 Oktober 2019	18.600 pcs	17.650 pcs	1 Adonan	6 %	Tidak Mengembang
2	28 Oktober 2019	25.110 pcs	23.180 pcs	2 Adonan	8 %	Tidak Mengembang
3	29 Oktober 2019	23.250 pcs	22.190 pcs	1 Adonan	5 %	Tidak Mengembang

Tabel 1.2: Data bahan-bahan mentah yang akan di proses ke dalam mesin mixer :

No	Waktu		Bahan Baku Ceklis										Ket.
	Mulai	Selesai	Tepung	Gula	Mix	Ragi	Telor	Air	Es Batu	M. Putih	Mentega Kuning	Kalis	
1	08.20	08.40	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	
2	08.41	09.00	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	
3	09.01	09.20	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	
4	09.21	09.40	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	

Berdasarkan data yang diterima oleh peneliti mengenai laporan produksi harian *Roti KUPI* diatas, dapat disimpulkan bahwa terjadi tiga kali kegagalan produksi dalam satu bulan setelah pembaharuan resep dan SOP produksi terbaru yang sudah disampaikan oleh kepala produksi. Kegagalan tersebut mengakibatkan empat kali adonan yang tidak mengembang. Dengan dijelaskannya dalam data kedua, bahwa bahan-bahan yang harus dimasukan dalam mesin *mixing* untuk menjadi adonan siap olah sudah lengkap dan tidak ada yang lupa dimasukan. Dalam SOP proses produksi *Roti KUPI*, bukan hanya resep dan bahan-bahan saja yang perlu disampaikan tetapi juga *treatment* yang baik dan benar sesuai dengan arahan dan intruksi dari kepala produksi kepada tim produksi.

Komunikasi yang terjalin antara kepala produksi dengan tim produksi di PT. Pesona Kuliner CPSA belum berjalan dengan lancar, karna salah satu prinsip dalam manajemen dan organisasi adalah kerja sama. Kerja sama dapat dilaksanakan dengan baik apabila terjadi komunikasi dialogis antara manajer dan bawahan, dan diantara seluruh pekerja yang melaksanakan kegiatan organisasi. (Athoillah,2010)

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis ingin mengangkat konsep kompetensi komunikasi kepala produksi sebagai komunikator. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kompetensi Komunikasi Kepala Produksi PT. Pesona Kuliner CPSA Dalam Penyampaian SOP Proses Produksi Roti KUPI”**.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus Penelitian ditunjukkan agar ruang lingkup penelitian dapat menjadi lebih jelas, terarah, spesifik, sehingga penelitian tidak kabur dan pembahasan tetap sesuai dengan judulnya. Maka penelitian ini hanya berfokus kepada kompetensi komunikasi Kepala Produksi PT. Pesona Kuliner CPSA Dalam Penyampaian SOP Proses Produksi Roti KUPI.

1.3 Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang dapat diajukan sebagai identifikasi masalah, adalah sebagai berikut:

1. Kepala produksi tidak menggunakan media lain dalam penyampaian SOP terbaru.
2. Penyampaian SOP proses produksi *Roti KUPI* terbaru pada saat rapat pagi tidak terlalu jelas langkah-langkahnya.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konsep penelitian diatas, maka dapat ditarik pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Tim Adonan memaknai informasi yang disampaikan kepala produksi PT. Pesona Kuliner CPSA dalam Penyampaian SOP Proses produksi *Roti KUPI*?
2. Bagaimana kompetensi komunikasi kepala produksi PT. Pesona Kuliner CPSA dalam Penyampaian SOP Proses produksi *Roti KUPI*?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini didasarkan pada pertanyaan penelitian yang sudah dikemukakan, yaitu:

1. Mengetahui posisi Tim Adonan dalam memaknai Penyampaian SOP Proses produksi *Roti KUPI* yang disampaikan kepala produksi.

2. Menganalisis kompetensi komunikasi kepala produksi PT. Pesona Kuliner CPSA dalam Penyampaian SOP Proses produksi *Roti Kupu*.

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Teoritis

Peneliti berharap, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti lain dalam rangka pengembangan bidang ilmu komunikasi lebih lanjut.

1.6.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat menjadi kontribusi positif bagi manajemen PT. Pesona Kuliner CPSA khususnya bagi Kepala Produksi dalam upaya penyampaian SOP proses produksi *Roti Kupu*.

