

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam kehidupan manusia sering dipertemukan satu sama lain dalam suatu wadah baik formal maupun informal. Manusia sebagai makhluk sosial memerlukan orang lain untuk saling berinteraksi dalam suatu perkumpulan. Organisasi adalah sebuah sistem sosial yang kompleksitasnya jelas terlihat melalui jenis, peringkat, bentuk dan jumlah interaksi yang berlaku. Proses dalam organisasi adalah salah satu faktor penentu dalam mencapai organisasi yang efektif. Salah satu proses yang selalu terjadi dalam organisasi adalah proses komunikasi.

Sumber daya Manusia merupakan kunci penentu keberhasilan perusahaan. Untuk itu setiap karyawan selain dituntut untuk memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan, juga harus mempunyai pengalaman, motivasi, disiplin diri, dan semangat kerja tinggi. Selain Sumber Daya Manusia (karyawan) yang berkualitas, komunikasi dalam suatu organisasi juga merupakan hal utama yang tidak kalah pentingnya dalam mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Hubungan komunikasi yang baik antara atasan dengan bawahan, bawahan dengan atasan, dan antara bawahan dengan bawahan dalam suatu organisasi

sangat berpengaruh besar dalam menjembatani terciptanya peningkatan produktivitas kerja karyawan di dalam organisasi tersebut.

Hadirnya komunikasi dalam suatu perusahaan akan membentuk suatu iklim komunikasi yang dapat dibagi menjadi dua sifat yaitu positif dan negatif. Iklim komunikasi yang bersifat positif dapat mendorong produktivitas kerja karyawan dalam suatu perusahaan, sehingga lebih mempermudah tercapainya tujuan perusahaan. Sedangkan iklim komunikasi yang negatif menjadikan karyawan tidak berani berkomunikasi secara terbuka dan penuh rasa persaudaraan. Komunikasi dalam sebuah perusahaan sangat penting karena mempengaruhi cara hidup karyawan dalam perusahaan tersebut seperti; kepada siapa mereka berbicara, siapa yang mereka sukai, bagaimana perasaan mereka, bagaimana kegiatan kerja mereka, bagaimana perkembangan mereka, apa yang mereka ingin capai, dan bagaimana cara mereka menyesuaikan diri dengan perusahaan.

PT. Utami Agrobisnis Gorontalo merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang properti yaitu sebagai pengembang perumahan (*Developer*). Dunia properti saat ini masih menunjukkan perkembangan dan prospek yang cukup baik, hal ini didukung dengan maraknya dunia perbankan menyalurkan kredit konsumtif khususnya Kredit Kepemilikan Rumah (KPR). Dalam rangka menangkap peluang usaha yang masih terbuka lebar, PT. Utami Agrobisnis Gorontalo pada tahun 2010 mulai terjun untuk mengembangkan pembangunan perumahan, yang semula

bergerak pada sektor pertanian sebagai penampung jagung terbesar di Gorontalo. Berikut tabel harga jual perumahan umum Graha Aziziyah Permai I yang berlokasi di desa Luwoo Kecamatan Talaga Jaya dan Graha Aziziyah Permai II yang berlokasi di desa Bungalo Kecamatan Talaga Jaya yang dikembangkan oleh PT. Utami Agrobisnis Gorontalo.

Tabel 1.1

Harga Jual Perumahan PT. Utami Agrobisnis Gorontalo

Harga Jual	Type Rumah	Luas Tanah	UM	KPR	Tenor		
					10 th	15 th	20 th
125 jt	36+	110 m <sup>2</sup>	25 jt	100 jt	1.079 jt	802 rb	668 rb
125 jt	36+	110 m <sup>2</sup>	30 jt	95 jt	1.025 jt	762 rb	653 rb
125 jt	36+	110 m <sup>2</sup>	35 jt	90 jt	1.013 jt	651 rb	524 rb
125 jt	36+	110 m <sup>2</sup>	40 jt	85 jt	928 rb	690 rb	575 rb
125 jt	36+	110 m <sup>2</sup>	45 jt	80 jt	863 rb	642 rb	534 rb
125 jt	36+	110 m <sup>2</sup>	50 jt	75 jt	809 rb	602 rb	501 rb

Hasil observasi peneliti menemukan bahwa produktivitas kerja karyawan belum maksimal. Misalnya, pada bagian penjualan atau marketing menunjukan karyawan belum bisa mencapai target penjualan setiap bulannya. Hal ini dapat dilihat pada tabel penjualan dibawah ini:

Tabel 1.2

Penjualan Unit Perumahan PT. Utami Agrobisnis

Periode 2016

No	Bulan	Jumlah Unit	Target	Realisasi %	Pembiayaan
1	Januari	4	10	5,06	KPR PT.
2	Februari	6	10	7,59	Bank
3	Maret	5	10	6,32	Tabungan
4	April	6	10	7,59	Negara
5	Mei	7	10	8,86	Cabang
6	Juni	7	10	8,86	Gorontalo
7	Juli	6	10	7,59	
8	Agustus	8	10	10,12	
9	September	8	10	10,12	
10	Oktober	9	10	11,39	
11	Nopember	6	10	7,59	
12	Desember	7	10	8,86	
Total		79	120	100 %	

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari total unit rumah yang terjual sebanyak 79 unit, penjualan tertinggi terjadi pada bulan oktober 2016 sebanyak 9 unit, sedangkan penjualan terendah terjadi pada bulan januari 2016 sebanyak 4 unit. Kondisi ideal yang seharusnya yaitu setiap bulannya penjualan mengalami peningkatan sesuai target perusahaan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya; makin banyaknya perusahaan sejenis yang bergerak di jasa properti, calon konsumen memiliki banyak pertimbangan non teknis seperti bulan yang baik untuk membangun rumah, syarat administrasi KPR dari perbankan, kurang maksimalnya karyawan dalam meyakinkan calon konsumen, dan faktor-faktor lainnya.

Menurut Ravianto (dalam Bayu, 2012) produktivitas kerja karyawan adalah sebagai suatu konsep yang mewujudkan adanya kaitan antara output (hasil kerja) dengan waktu yang di butuhkan untuk menghasilkan produk dari seorang tenaga kerja, maksudnya bahwa produktivitas seorang tenaga kerja sangat berkaitan dengan hasil kerja yang di peroleh terhadap waktu yang di perlukan untuk menghasilkannya. Pada dasarnya produktivitas kerja karyawan merupakan salah satu hasil yang kompleks baik berasal dari perusahaan maupun karyawan itu sendiri. Seperti halnya kualitas kerja karyawan berupa tentang standar dari efektifitas dan efisiensi. Berbeda pula dengan kuantitas kerja yaitu segala bentuk satuan ukuran yang terkait dengan jumlah hasil kerja dan dinyatakan dalam

ukuran angka atau yang dapat dipadankan dengan angka. Demikian pula dengan tanggung jawab, tanpa tanggung jawab maka karyawan akan sulit mencapai puncak keberhasilan tertinggi. Ukuran produktivitas kerja karyawan dapat dilihat juga pada kerja sama yaitu adanya kesediaan karyawan berpartisipasi dan bekerja sama dengan karyawan lainnya secara vertikal atau horisontal. Salah satu yang mendukung produktivitas kerja karyawan yaitu inisiatif berupa prakarsa timbul dari dalam diri seseorang yg menggunakan daya pikir untuk mewujudkan sesuatu yg berguna bagi penyelesaian pekerjaan.

Beberapa fenomena yang didapati yaitu karyawan divisi penjualan yang tidak mencapai target disebabkan calon konsumen yang batal melakukan survey unit baru. Menurunnya kehadiran karyawan disebabkan kurang harmonisnya komunikasi antar sesama karyawan dan karyawan dengan atasan. Disamping itu kurangnya dukungan sesama karyawan dalam penanganan keluhan konsumen yang menempati unit baru seperti finising yang kurang maksimal, kunci dan engsel yang tidak berfungsi dengan baik, instalasi listrik yang tidak sesuai spek teknis. Masih terdapat karyawan yang tidak menggunakan waktu kerja sebaik mungkin. Permasalahan diatas diduga penyebab terjadinya menurunnya produktivitas kerja. Komunikasi interpersonal adalah faktor yang sangat berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan. Komunikasi interpersonal yang menyenangkan dan harmonis akan mewujudkan tercapainya tujuan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT. Utami Agrobisnis Gorontalo”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Terdapat karyawan yang tidak mencapai target yang ditentukan perusahaan.
2. Menurunnya kehadiran karyawan.
3. Belum terjalinnya komunikasi yang baik antar sesama karyawan.
4. Belum efisiennya karyawan dalam penggunaan waktu kerja.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah, maka peneliti menyusun rumusan masalah yakni: “Seberapa besar Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT. Utami Agrobisnis Gorontalo?”

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT. Utami Agrobisnis Gorontalo.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menciptakan dua manfaat yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Sebagai sumbangan bagi ilmu pengetahuan terutama yang berhubungan dengan komunikasi interpersonal dan produktivitas kerja karyawan.
- b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan manajemen sumber daya manusia.

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi Komisaris PT. Utami Agrobisnis Gorontalo dalam memperhatikan faktor komunikasi sehingga menghasilkan produktivitas yang tinggi bagi perusahaan.
- b. Sebagai bahan masukan untuk perbaikan pengelolaan sumberdaya manusia yang berhubungan dengan komunikasi interpersonal dan produktivitas kerja karyawan, sehingga perusahaan yang bersangkutan dapat menentukan kebijakan selanjutnya dalam memperoleh meningkatkan pencapaian tujuan organisasi.