

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Manusia merupakan makhluk sosial yang memiliki kebutuhan dan kemampuan untuk berinteraksi serta berkomunikasi dengan manusia lain. Komunikasi merupakan kebutuhan manusia yang sangat penting karena manusia dalam hidupnya tidak bisa melepaskan diri dari pengaruh manusia lainnya. Kebutuhan akan komunikasi seringkali didasari oleh kesamaan ciri atau kepentingan masing-masing. Sederhananya, komunikasi dilakukan untuk melakukan pertukaran informasi berupa pesan, ide, ataupun gagasan untuk memenuhi kepentingan semua pihak.

Komunikasi itu sendiri adalah penyampaian pikiran, pendapat, informasi, atau sikap dengan berbicara, menulis, atau memberi isyarat yang mendorong orang lain untuk menafsirkan suatu ide dengan cara yang diinginkan oleh si pembicara atau si penulis. Komunikasi akan efektif apabila terjadi pemahaman yang sama dan pihak lain terangsang untuk melakukan sesuatu. Singkatnya, komunikasi dengan komunikasi efektif bukanlah hal yang sama tetapi memiliki suatu keterkaitan satu sama lain. Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif akan menambah keberhasilan individu maupun organisasi.

Dalam melakukan suatu kegiatan dan menjalankan organisasi dibutuhkan adanya komunikasi yang terjalin dengan baik antara semua pihak untuk dapat mencapai tujuan dari kegiatan dan organisasi tersebut. Keefektifan komunikasi

disemua tingkatan organisasi sangat penting untuk tetap menjaga fungsi organisasi agar tetap berjalan sebagaimana mestinya.

Demikian pula dengan suatu perusahaan dalam menjalankan fungsinya maka ia pun memiliki keharusan untuk menjaga kestabilan komunikasi baik komunikasi kebawah, keatas, sejajar, maupun komunikasi interpersonal dan komunikasi organisasi agar kestabilan organisasi tetap terjaga. Faktor utama penentu keberhasilan terlaksananya komunikasi efektif di sebuah perusahaan adalah hasil pekerjaan. Hasil pekerjaan karyawan yang memuaskan menunjukkan bahwa komunikasi mengenai penjelasan tentang pekerjaan tersebut telah berjalan efektif.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah komunikasi sesama rekan kerja. Kegiatan komunikasi dengan rekan kerja dapat menciptakan suasana yang kondusif selama dikantor serta dapat pula memecahkan masalah terkait pekerjaan dengan melakukan diskusi sesama rekan kerja untuk mencari solusi dari masalah tersebut. Kegiatan komunikasi sesama rekan kerja dapat menunjang terselesaikannya pekerjaan karena setiap pekerjaan, pasti membutuhkan adanya interaksi dan komunikasi dengan rekan kerja yang lain.

Selain itu, komunikasi yang baik dengan sesama rekan kerja dapat juga memberikan kesempatan untuk saling bertukar informasi serta saran dan masukan untuk sesama rekan kerja. Kegiatan komunikasi ini harus dijaga dengan baik agar pegawai dapat mempertahankan kinerja kerjanya dengan baik. Ditahap ini setiap karyawan dibutuhkan untuk memiliki kemampuan berkomunikasi secara interpersonal yang baik. Karena apabila karyawan memiliki kemampuan interpersonal yang buruk akan berdampak pula pada buruknya komunikasi

organisasi suatu perusahaan yang pada akhirnya akan membuat fungsi dan tujuan perusahaan tidak tercapai seperti seharusnya.

PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia merupakan perusahaan multinasional yang bergerak dibidang manufaktur. Aktivitas utama yang dilakukan PT TMMIN adalah bidang industri otomotif yaitu membuat sekaligus eksportir mesin, jig, bagian/rangka kendaraan Toyota, *part* kendaraan Toyota, dan perakitan kendaraan Toyota. PT TMMIN adalah Agen Tunggal Pemegang Merk (ATPM) di Indonesia, bidang usaha yang dijalankannya meliputi produksi, distribusi, pemasaran.

Pada PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia, Penulis mengamati mengamati banyak karyawan yang tidak menerapkan komunikasi efektif dalam menyelesaikan suatu pekerjaan, terkhusus saat pengelolaan perjalanan bisnis karyawan. Ketidak efektifan komunikasi terjadi ketika karyawan tidak menggunakan cara, metode dan gaya komunikasi yang tepat saat menyampaikan data dan informasi penting serta komunikasi yang harus dilakukan dengan banyak pihak untuk mengkonfirmasi data dan informasi tersebut.

Ketidak tepatan penyampaian data dan informasi penting membuat penerima pesan (*admin travel*) keliru dan tidak memiliki kesamaan pengertian dengan pengirim pesan (*user*) terkait data dan informasi yang disampaikan. Perbedaan data dan informasi yang diterima membuat admin travel melakukan kesalahan dalam hasil pekerjaannya. Kesalahan tersebut berupa data pribadi *user* yang tidak tepat, nomer budget divisi yang ternyata tidak memiliki ketersediaan dana hingga

jadwal keberangkatan yang berbeda dengan seharusnya sehingga terjadi pembatalan penerbangan perjalanan bisnis.

Hal ini berpengaruh terhadap menurunnya kinerja perusahaan karena biasanya perjalanan bisnis dilakukan untuk suatu pekerjaan penting yang menyangkut tujuan perusahaan. Hal ini menunjukkan pula bahwa komunikasi di perusahaan belum berjalan dengan efektif dan menghambat kinerja perusahaan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa komunikasi dalam sebuah perusahaan dituntut untuk mendapatkan kesempurnaan komunikasi dalam semua tingkatan perusahaan, terutama hal yang paling mendasar, yaitu komunikasi yang efektif antara sesama rekan kerja.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dan untuk menghindari pembahasan terlalu luas, maka penulis akan membatasi permasalahan yang mencakup tentang : Bagaimana Analisis Komunikasi Efektif dalam Pengelolaan Perjalanan Bisnis Karyawan pada PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia di Jakarta Utara?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penulisan**

### **1. Tujuan Penulisan**

Tujuan dari Karya Ilmiah ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bagaimana Komunikasi yang dilakukan dalam pengelolaan perjalanan bisnis karyawan pada PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia.

- b. Menambah wawasan tentang komunikasi efektif karyawan

## **2. Manfaat Penulisan**

Manfaat dari Karya Ilmiah ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis

Bagi penulis sebagai tambahan wawasan dan pengetahuan tentang bagaimana komunikasi yang efektif pada PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia.

- b. Bagi Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta

Memperoleh bahan masukan guna memperbaiki mutu pendidikan dan menambah wawasan mengenai komunikasi yang efektif.

- c. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan untuk perusahaan agar dapat membangun komunikasi yang efektif dengan menggunakan metode yang tepat.