

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dari satu orang ke orang lainnya, yang di dalamnya terkandung makna. Jenis dan Kelly (2021 : 1) mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus berupa kata-kata atau simbol, dengan tujuan dapat membentuk atau mengubah perilaku orang lainnya (khalayak). Devito dalam Ardial (2004 : 9) menegaskan komunikasi sebagai suatu konteks yang menimbulkan efek dan kesempatan arus balik. Oleh karena itu komunikasi meliputi komponen-komponen seperti sumber, saluran, penerima, pesan, dan gangguan. Komunikasi merupakan sebuah proses yang selalu berjalan dan berubah, artinya cepat atau lambat tergantung dari faktor-faktor yang mempengaruhi proses komunikasi. Proses komunikasi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi secara langsung adalah proses penyampaian pesan melalui tatap muka antara dua orang atau lebih. Sedangkan komunikasi tidak langsung adalah proses penyampaian pesan melalui perantara, seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, dan media sosial. Sedangkan Sopiah dalam Tentrem (2018 : 3) mengatakan pentingnya komunikasi dalam hubungan pekerjaan sebagai pengendali perilaku individu yang berada dalam organisasi. Sebuah organisasi yang terdiri dari banyak individu yang memiliki sifat lebih kompleks, ditambah perusahaan yang memiliki anak cabang dan perlu diperhatikan keseimbangan antara kantor pusat

atau unit bisnis di dalamnya yang membuat perusahaan tidak dapat terhindar dari sebuah masalah. Komunikasi memainkan peran sebagai solusi untuk saling menghargai, memahami, dan memanfaatkan satu sama lain dalam penyelesaian masalah di organisasi.

Komunikasi terbagi menjadi dua jenis, yaitu internal dan eksternal. Sukoco dalam bukunya (2007 : 56) mendefinisikan komunikasi internal sebagai proses pertukaran melibatkan pihak dalam suatu kelompok saja biasanya terjadi pada organisasi, komunikasi eksternal merupakan proses penyampaian pesan dengan pihak luar. Wilbur Schramm dalam Muwafik (2020 : 15) mendefinisikan proses komunikasi terjadi secara interaksional, yaitu pengirim kepada penerima dan sebaliknya penerima kepada pengirim. Komponen terpenting dalam model komunikasi interaksional adalah umpan balik (*feedback*). Komunikasi interaksional dapat ditemukan pada perusahaan yang memiliki struktur organisasi. Menurut Wisni (2019 :8) Struktur organisasi adalah sebuah sistem susunan jabatan perusahaan berhubungan dengan tugas dan wewenang, yang saling berkoordinasi dalam mencapai tujuan bersama Melalui struktur organisasi, komunikasi dibagi lagi menjadi dua jenis, yaitu horizontal dan vertikal. Komunikasi horizontal adalah proses penyampaian pesan dengan tingkat jabatan yang sama biasanya terjadi antar sesama karyawan. Sedangkan vertikal adalah proses penyampaian pesan antara atasan dan bawahan, biasanya terjadi pada manajer yang memberikan instruksi, petunjuk, penjelasan, dan pengarahan kepada bawahannya. Setiap perusahaan yang memiliki struktur organisasi, akan memudahkan proses komunikasi antar divisi untuk bekerjasama, struktur tersebut mengacu pada komunikasi organisasi.

Morissan dalam Nainggolan (2020 : 7) menyebutkan organisasi terbentuk melalui adanya interaksi seseorang dengan orang lain yang memiliki satu tujuan. Komunikasi tidak hanya digunakan sebagai sarana dalam berinteraksi saja, melainkan menjadi media untuk menyamakan pesan yang perlu disampaikan untuk mencapai tujuan perusahaan. Setiap perusahaan pasti menggunakan komunikasi organisasi supaya keberlangsungan usaha menjadi lebih efektif. Robbins dalam Tentrem (2006 : 3) mendefinisikan komunikasi organisasi melalui banyak-nya waktu yang dihabiskan untuk saling berkomunikasi melalui berbicara, mendengarkan, dan membaca, karena apabila komunikasi tidak berjalan efektif maka akan menghambat kesuksesan organisasi. Sedangkan Katz dan Kahn (2007 : 12) menyatakan komunikasi organisasi sebagai arus pertukaran informasi terbuka dalam suatu organisasi, yang menerima energi lingkungan dan merubahnya ke dalam bentuk produk atau layanan dari sistem. Komunikasi organisasi hadir dalam perusahaan untuk membina pihak internal agar saling berkoordinasi dan bekerjasama dalam mencapai tujuan perusahaan.

Struktur organisasi tersebut juga dijalankan oleh perusahaan PT Sinar Harapan Bersatu, yang bergerak dalam bidang distribusi dan importasi buah-buahan sejak tahun 2002. Seiring berjalannya waktu, pendiri PT Sinar Harapan Bersatu yaitu Bapak Junardi melebarkan sayap usaha-nya ke bidang ritel buah-buahan yaitu Go-Fruit.id. Go-Fruit.id adalah perusahaan penjual buah-buahan ritel sejak tahun 2017. Kotler dalam Arispurwantinah (1997: 3) mendefinisikan usaha ritel sebagai kegiatan penjualan barang dan jasa secara satuan. Usaha ritel adalah bidang usaha yang mempertemukan antara penjual dengan pembeli secara

langsung. Go-Fruit.id dalam usahanya bergerak dibidang *online* maupun *offline*. Hingga tahun 2021 Go-Fruit.id telah memiliki lima cabang yang terbagi dari Go-Fruit Puri, Go-Fruit Permata Buana, Go-Fruit BSD, Go-Fruit Jelambar, dan Go-Fruit HUB Meruya. Sebagai penyedia kebutuhan primer di sektor buah-buahan yang dikonsumsi oleh konsumen, Go-Fruit.id selalu mengutamakan kualitas buah-buahan bermutu sesuai dengan slogan perusahaan, yaitu “*Good Fruit is Go-Fruit*”.

Dalam melaksanakan aktivitasnya, Go.Fruit.id memiliki divisi yang saling berkoordinasi dan bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama, yaitu peningkatan penjualan dengan menjaga kualitas buah-buahan bermutu untuk memuaskan konsumen sehingga menjadi pelanggan. Sebagai perusahaan ritel pada sektor buah-buahan yang rentan terhadap kualitas, salah satu divisi yang ada pada perusahaan ritel Go-Fruit.id adalah divisi *loss prevention* yang salah satu peran yang dilakukan adalah menjaga kualitas produk dengan menyortir barang dari produsen untuk sampai ke konsumen, mengatur stok barang keluar dan masuk untuk memastikan kondisi barang tidak rusak, dan menentukan *display* yang tepat agar buah-buahan bisa menarik pembelian. Poin utama dari pekerjaan divisi *loss prevention* pada perusahaan Go-Fruit.id adalah menjaga *image* perusahaan lewat kualitas buah-buahan yang ditampilkan dalam setiap gerai agar sampai ke tangan pembeli, sehingga transaksi pembelian terus berlangsung. Abdel dalam Kerti Yasa (2020 : 2) mendefinisikan citra perusahaan sebagai kesan konsumen terhadap perusahaan mencakup ide, sikap, perasaan, dan pengalaman. Hal ini dapat berupa citra positif dan negatif. Jadi citra merupakan nilai konsumen terhadap kinerja perusahaan. Untuk bisa menjalankan tugas sesuai prosedur, divisi *loss prevention*

menjalani komunikasi dengan baik antar divisi agar bisa bekerjasama dengan masing-masing divisi di dalam perusahaan, sehingga pemegang tertarik membuat laporan magang dengan topik Komunikasi Internal Divisi *Loss Prevention* Pada Perusahaan Ritel Go-Fruit.Id, PT Sinar Harapan Bersatu.

### **1.2 Tujuan Magang**

Untuk mempelajari Komunikasi Internal Divisi *Loss Prevention* Pada Perusahaan Ritel Go-Fruit.Id, PT Sinar Harapan Bersatu.

### **1.3 Ruang Lingkup dan Batasan**

Ruang Lingkup sebagai *loss prevention staff*. *Loss prevention staff* adalah divisi yang berhubungan terhadap stok dan kualitas barang di toko dan gudang Go-Fruit.id. Sebagai seorang *loss prevention* harus memiliki kemampuan berkomunikasi dan kerjasama dalam tim untuk mencapai satu tujuan. Pemegang melakukan koordinasi dengan beberapa divisi dalam menekan angka *shrinkage* melalui fokus utama pada pembentukan kualitas buah.

### **1.4 Lokasi & Waktu Magang**

Melaksanakan kegiatan magang di PT Sinar Harapan Bersatu, yang bergerak dalam bidang penjualan buah mencakup ekspor, impor, distributor dan ritel. Pemegang melaksanakan kegiatan magang selama 640 jam atau kurang lebih 4 bulan. Waktu magang yang telah ditetapkan sebagai jam kerja adalah hari Senin –

Sabtu. Lokasi pemegang ditempatkan di Go-Fruit.id HUB (pusat Go-Fruit.id) di Jl.

Meruya Utara No.3.

