



Analisis Peran Komunikasi Dalam Pengaruhnya Terhadap: Kinerja, Produktivitas, Dan Penjualan

Azka Rizqon Irawan

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Jl. Cendrawasih Raya Blok B7/P, Bintaro jaya Sawah Baru Ciputat

Tangerang Selatan 15413 Banten Indonesia

Email: azka.rizqonirawan@student.upj.ac.id

Abstract: *In the world of work, communication is at the root of all important aspects inherent in the person of each individual, helping to achieve goals both personally and organizationally. This study was made using literacy study methodology which found that effective communication is associated with increased productivity, better organizational health, and employee satisfaction. Identification of communication styles is also considered to play an important role in building positive interactions with others and play a key role in building personal branding. Good communication can help improve well-being in relationships and play a role in personal and professional growth and success. Case studies also show that clear internal communication positively affects employee performance, while lack of communication can lead to misunderstandings and decrease productivity. In the context of sales, communication in marketing also plays an important role in increasing sales volume by presenting clear and precise information about the product to build consumer trust.*

Keywords: *Communication, Performance, Productivity, Sales.*

Abstrak: Dalam dunia kerja, komunikasi menjadi akar dari segala aspek penting yang melekat dalam pribadi setiap individu, membantu mencapai tujuan baik secara personal maupun organisasional. Penelitian ini dibuat menggunakan metodologi kajian literasi yang mendapatkan bahwa komunikasi yang efektif berkaitan dengan peningkatan produktivitas, kesehatan organisasi yang lebih baik, dan kepuasan karyawan. Identifikasi gaya komunikasi juga dianggap berperan penting dalam membangun interaksi yang positif dengan orang lain dan memainkan peran kunci dalam membangun *personal branding*. Komunikasi yang baik dapat membantu meningkatkan kesejahteraan dalam hubungan dan berperan dalam pertumbuhan dan kesuksesan pribadi serta profesional. Studi kasus juga menunjukkan bahwa komunikasi internal yang jelas berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan, sementara kurangnya komunikasi dapat menyebabkan kesalahpahaman dan menurunkan produktivitas. Dalam konteks penjualan, komunikasi dalam pemasaran juga memainkan peran penting dalam meningkatkan volume penjualan dengan menyajikan informasi yang jelas dan tepat mengenai produk untuk membangun kepercayaan konsumen.

Kata kunci: Komonikasi, Kinerja, Produktivitas, Penjualan.

PENDAHULUAN

Latar belakang

Dalam dunia kerja, komunikasi merupakan akar dari segala aspek penting yang sangat melekat dalam pribadi setiap individu. Komunikasi membantu individu atau kelompok untuk mencapai tujuannya, baik itu tujuan pribadi atau organisasi. Jika komunikasi di dalam suatu organisasi tidak berjalan dengan baik, maka kinerja organisasi tersebut juga tidak akan optimal. Oleh karena itu, pentingnya komunikasi sangat besar agar suatu organisasi dapat berfungsi dengan baik dan mencapai tujuannya (Wandi, 2022).

Pada saat di tempat kerja, seseorang seringkali bertemu dengan berbagai tipe kepribadian. Ada yang mudah dan ada juga yang sulit untuk di ajak berkomunikasi. Seberapa baik seseorang dapat bekerja dengan orang lain seringkali bergantung pada gaya komunikasi

seseorang di tempat kerja (Gupta, S. 2023). Penelitian yang dilakukan oleh Hicks mengenai *Leader communication styles and organizational health* menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif dan tepat berkaitan dengan peningkatan produktivitas, kesehatan organisasi yang lebih baik, dan peningkatan kepuasan karyawan. Bagaimana seseorang berkomunikasi juga dapat memainkan peran besar dalam menentukan pertumbuhan dan kesuksesan pribadi dan profesional seseorang, yang mana tentu dapat memicu kinerja yang baik dan produktivitas yang optimal (Hicks JM, 2020).

Selain itu, peran komunikasi digagaskan oleh Octavia Goredema, seorang pelatih karier dan penulis "Prep, Push, Pivot." dalam (Gupta, S. 2023):

"Identifying your communication style will allow you to enhance your interactions with others and play an important role in building your personal brand."

— OCTAVIA GOREDEMA, PELATIH KARIER

Pada intinya, kutipan di atas membahas mengenai pentingnya peran komunikasi yang seseorang miliki dalam suatu relasi/hubungan. Lain halnya dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Johnson, M.D. et al menemukan bahwa komunikasi yang positif tidak memiliki kaitan yang kuat dengan kepuasan hubungan dari waktu ke waktu. Namun, biasanya mereka yang memiliki komunikasi positif akan merasa lebih puas. Jadi, meskipun penelitian menunjukkan bahwa berkomunikasi dengan baik bukan jaminan untuk hubungan yang baik, namun keterampilan komunikasi yang baik pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan dalam hubungan (Johnson MD et al., 2022). Komunikasi efektif adalah salah satu cara untuk membangun hubungan yang positif dan mendukung dengan relasi seseorang. Sebagai ilustrasi, apabila seseorang membangun komunikasi dan respon yang baik terhadap orang lain, maka orang lainpun memiliki kemungkinan untuk memperlakukan hal yang sama sebab adanya rasa saling menghargai. Dengan adanya komunikasi yang baik tentu akan mempermudah segala macam kepentingan dan problematika setiap individu (Cherry, K. 2023).

Sebagai contoh, ada studi kasus observasi yang dilakukan oleh Putri, N dkk mengenai *Pengaruh Komunikasi Internal, Beban Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan* di PT. Pertamina (Persero) Terminal Bahan Bakar Minyak Sanggaran. Dalam penelitiannya mereka menggagaskan bahwa Komunikasi internal berpengaruh secara positif terhadap kinerja karyawan yang mana hal ini dibuktikan melalui hasil observasinya yaitu adanya *miss* komunikasi vertikal maupun horizontal dapat berpengaruh pada kinerja karyawannya. Hal ini merupakan representative dari banyaknya karyawan yang memiliki 2 tugas sekaligus sedangkan rekan lainnya kekurangan pekerjaan. Banyak tanggung jawab yang dibebankan kepada mereka yang tidak seharusnya menerima tugas tersebut. Dari studi kasus itu dapat

diketahui bagaimana komunikasi yang jelas sangat berperan krusial dalam pemenuhan kinerja karyawan (Putri et al., 2022).

Dalam hal produktivitas sendiri, peran komunikasi dibuktikan oleh (Boihaki et al., 2022; Ginting et al., 2020) yang menghasilkan adanya pengaruh komunikasi yang signifikan terhadap produktivitas PT. Pappa Kaya Abadi Medan dan Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Pidie. Produktivitas pada PT. Pappa menurun yang mana berasal dari kurang efektifnya komunikasi di perusahaan itu. Jenis komunikasi yang dominan dalam masyarakat adalah verbal, di mana pemberi pesan berhubungan dengan penerima pesan sedangkan kenyataannya komunikasi antara pimpinan dan karyawan masih minim, sehingga menyampaikan pesan atau tugas harus melalui beberapa jalur. Kurangnya interaksi antara pimpinan dan bawahan mengakibatkan komunikasi tidak optimal, berdampak negatif pada produktivitas karyawan. Selain itu, berdasarkan survei awal di Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Pidie, ditemukan bahwa sistem komunikasi internal memiliki beberapa pola, yaitu antara pimpinan dan pegawai, pegawai dengan pimpinan, dan sesama pegawai. Komunikasi ini melibatkan penyampaian informasi, instruksi, atau perintah terkait pekerjaan atau tugas tertentu. Namun, proses komunikasi internal tidak selalu berjalan lancar dan harmonis, terkadang terjadi kesalahpahaman yang dapat mengurangi produktivitas dan menghambat pencapaian tujuan organisasi. Beberapa pegawai juga menyatakan bahwa kurangnya komunikasi, terutama saat pemberian tugas, dapat menyebabkan kesalahan dalam pelaporan dan menunda penyelesaian tugas selanjutnya.

Tidak hanya dalam hubungan antar individu saja, komunikasi juga dapat berperan dalam peningkatan volume penjualan. Hal ini sesuai dengan bukti penelitian terdahulu oleh (I Gusti Ngurah, n.d.; Kusumasari & Afrilia, 2020; Lubis et al., 2022; Ramadhayanti, 2021; Suryani & Abadi, 2023). Komunikasi dalam pemasaran merupakan hal penting bagi pemasar untuk dapat melakukan penjualan sebab dengan informasi yang jelas dan tepat mengenai suatu produk tergantung bagaimana komunikasi disajikan, yang pada akhirnya akan mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam melakukan pembelian. Oleh karena itu, demi mencapai kesejahteraan dan kemudahan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, penting untuk mengetahui peranan komunikasi dari setiap aspek seperti relasi, kinerja, produktivitas maupun penjualan.

Rumusan Masalah

1. Apakah peran komunikasi dalam kinerja karyawan?
2. Apakah peran komunikasi dalam produktivitas?
3. Apakah peran komunikasi dalam penjualan?

Tujuan

Menjelaskan peran komunikasi dari setiap aspek penting dalam kehidupan sehari-hari manusia seperti kinerja, produktivitas dan penjualan.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi

Secara etimologis, kata "komunikasi" berasal dari bahasa Inggris "communication". Biasanya, istilah ini didefinisikan sebagai proses berbagi informasi antarindividu. Orang-orang telah menggambarkan komunikasi dengan berbagai cara, meskipun tidak semua definisi tersebut benar. Kata "komunikasi" dipercayai berasal dari bahasa Latin "communicatio", yang berakar dari kata "communis", yang artinya "sama". Beberapa berpendapat bahwa komunikasi dapat diartikan sebagai berbagi, di mana peristiwa komunikasi antara dua individu terjadi ketika mereka menggunakan bahasa yang sama dan sepakat pada makna yang serupa, tanpa memandang latar belakang sosial dan budaya mereka (Milyane et al., 2022).

Manusia butuh berkomunikasi dengan orang lain karena komunikasi sangat penting dalam hidup seseorang. Tanpa berkomunikasi, individu bisa kesulitan dalam kehidupan sosial. Komunikasi membantu memenuhi berbagai kebutuhan, seperti kebutuhan fisik, psikologis, pertukaran informasi, dan memperluas wawasan. Saat berkomunikasi, suatu individu hanya perlu memahami apa yang dimaksud oleh orang lain sebelum ingin dipahami. Ini melibatkan pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau lebih agar pesan dapat dipahami. Komunikasi bisa terjadi saat orang berbicara atau bertukar informasi secara langsung atau tidak langsung. Proses komunikasi terjadi saat hubungan antara pengirim pesan dan penerima pesan dilakukan, bahkan jika berada di tempat atau waktu yang berbeda (Hariyanto, 2021).

Relasi Interpersonal

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri tanpa bantuan orang lain. Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia membangun hubungan dengan orang lain, yang lebih dikenal sebagai relasi interpersonal. Relasi ini melibatkan interaksi dari awal sampai akhir, dengan perbedaan dalam tingkat keluasan dan kedalaman hubungan. Semakin seseorang membangun relasi, semakin luas jaringan interpersonalnya (Wulandari & Rahmi, 2018).

Dalam hubungan antarpribadi, individu bisa mendapatkan keuntungan psikologis. Keberadaan orang lain dalam hidup seseorang memberikan peluang untuk refleksi diri, mendapatkan penilaian dari orang lain, dan mengekspresikan beban serta kebutuhan psikologis yang tidak bisa diatasi sendiri. Melalui relasi interpersonal, seseorang dapat mengembangkan

potensi diri secara psikis dan sosial. Kepercayaan yang terbangun dalam hubungan ini memungkinkan individu untuk berbagi beban hidupnya dengan orang lain dan saling membantu ketika menghadapi masalah (Wulandari & Rahmi, 2018).

Kinerja Karyawan

Kinerja karyawan merupakan cerminan dari hasil yang dicapai oleh karyawan saat melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh perusahaan. Hal ini didasarkan pada keahlian, pengalaman, intensitas, dan penggunaan waktu yang sesuai dengan standar perusahaan. Indikator yang digunakan untuk menilai kinerja karyawan dapat bervariasi tergantung pada kondisi perusahaan, dan beberapa indikator yang umum digunakan mencakup kualitas kerja, kuantitas kerja, ketepatan waktu, tingkat kehadiran, dan komitmen kerja (Wandi, 2022).

Kemampuan seorang pegawai tercermin dari kinerjanya, dan kinerja yang optimal menjadi modal penting bagi organisasi untuk mencapai tujuan mereka. Oleh karena itu, pemimpin organisasi perlu memperhatikan kinerja pegawai sebagai aspek yang signifikan. Kinerja, dalam konteks ini, diartikan sebagai tingkat keberhasilan seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Kinerja pegawai mencerminkan hasil kerja yang diperoleh seseorang dalam menyelesaikan tugas-tugas yang ditugaskan untuk mencapai target kerja. Sebuah organisasi dapat mencapai hasil kerja yang baik apabila pegawainya memiliki kinerja yang tinggi dan mampu menghasilkan pekerjaan yang optimal (Putri et al., 2022).

Produktivitas

Produktivitas adalah cara untuk mengukur seberapa efisien seseorang dalam melakukan pekerjaan. Ini melibatkan perbandingan antara hasil yang dihasilkan dengan sumber daya atau usaha yang seseorang investasikan. Ada beberapa indikator produktivitas, seperti kemampuan, semangat kerja, mutu, peningkatan hasil, pengembangan diri, dan efisiensi. Produktivitas kerja dapat diartikan sebagai kemampuan untuk menghasilkan barang atau jasa dari berbagai sumber daya dan kemampuan yang dimiliki oleh setiap pekerja atau pegawai. Sementara itu, peningkatan hasil kerja yang dipengaruhi oleh kemampuan para pegawai (input) untuk menghasilkan barang atau jasa (output) juga merupakan Pengertian lain dari produktivitas (Boihaki et al., 2022).

Pandangan lain dari Hasibuan (2010) dalam Ginting dkk 2010 menyatakan bahwa produktivitas adalah peningkatan output atau hasil yang sejalan dengan input atau usaha yang seseorang lakukan. Peningkatan produktivitas hanya mungkin terjadi jika ada peningkatan efisiensi dalam penggunaan waktu, bahan, dan tenaga, serta perbaikan dalam sistem kerja, teknik produksi, dan peningkatan keterampilan tenaga kerja (Ginting et al., 2020).

Volume Penjualan

Volume penjualan adalah jumlah unit produk atau jasa yang bisa dijual. Volume penjualan mengacu pada jumlah penjualan barang dagangan sebagai usaha utama perusahaan, biasanya dilakukan secara teratur dengan harapan mendapatkan laba dari transaksi tersebut, dan dapat diartikan sebagai pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari penjual ke pembeli (Ramadhayanti, 2021).

Penjualan merupakan tujuan utama kegiatan perusahaan, dengan harapan produk yang dihasilkan dapat terjual dan memberikan pendapatan. Penjualan dilakukan agar perusahaan dapat mencapai laba dengan menjual barang/jasa yang diperlukan oleh masyarakat. Volume penjualan mencerminkan pencapaian penjualan secara kuantitatif, bisa dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton, atau liter, yang menunjukkan naik atau turunnya penjualan dalam suatu periode akuntansi. Oleh karena itu, penjualan memiliki peran penting dalam mendapatkan pendapatan untuk menutup semua biaya produksi dan memperoleh laba (Milyane et al., 2022).

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Metode penelitian dalam penulisan ilmiah ini menggunakan studi literatur dan data yang diperoleh dari mengkaji dan mencatat informasi dari berbagai dokumen atau sumber pustaka seperti jurnal penelitian maupun artikel yang relevan. Menurut Danial dan Warsiah (2009:80), studi literatur melibatkan kegiatan pengumpulan data pustaka dan pengelolaan bahan penelitian. Penelitian ini tidak melibatkan pengambilan data langsung dari lapangan, tetapi informasi yang diperlukan untuk karya ilmiah dapat ditemukan dalam dokumen atau sumber pustaka lainnya. Meskipun tidak ada penelitian lapangan, penulis tetap berusaha dengan sungguh-sungguh untuk mengumpulkan sumber informasi yang informatif guna membahas topik terkait.

Kerangka Pemikiran

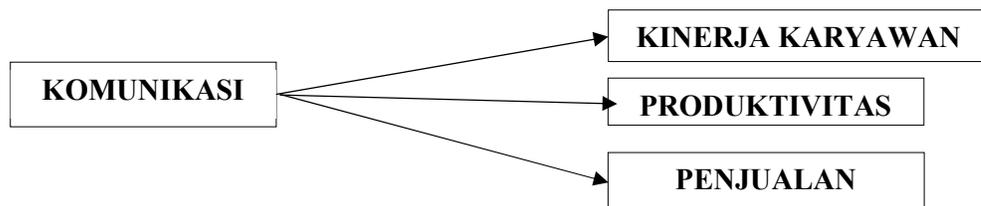


Figure 1 Kerangka Pemikiran Komunikasi dalam Mempengaruhi Kinerja, Produktivitas dan Penjualan.

***Gap Research* Pengembangan Hipotesis dan Pembahasan**

A. Hubungan Peran Komunikasi dengan Kinerja Karyawan

Hb1: Komunikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan

Hb2: Komunikasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan

PT Pertamina (Persero) Terminal Bahan Bakar Minyak Sanggaran di Denpasar adalah perusahaan yang mengurus distribusi bahan bakar minyak. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi internal, beban kerja, dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan di perusahaan tersebut. Populasi yang dilibatkan adalah 70 karyawan dengan menggunakan sampling jenuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi internal, beban kerja, dan motivasi kerja secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Komunikasi internal secara sebagian berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan beban kerja secara sebagian berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Motivasi kerja secara sebagian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Rekomendasi yang dapat diberikan meliputi perhatian terhadap komunikasi internal yang baik, pengelolaan beban kerja karyawan, dan dorongan terus-menerus untuk meningkatkan kinerja karyawan (Wandi, 2022). Penelitian lain bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh komunikasi dan motivasi terhadap kinerja pegawai, khususnya dalam bidang penanganan darurat. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode survey, melibatkan 76 pegawai bidang penanganan darurat BPBD Kabupaten Serang. Alat ukur yang digunakan adalah kuesioner, dan data dianalisis menggunakan uji regresi dengan bantuan program SPSS versi 25. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan, komunikasi dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai di bidang penanganan darurat BPBD Kabupaten Serang. Rekomendasi mencakup pentingnya memperhatikan komunikasi dan motivasi untuk meningkatkan kinerja pegawai dalam menangani situasi darurat (Putri et al., 2022).

Berdasarkan gap penelitian di atas, sesuai dengan teori komunikasi organisasi yang dikembangkan oleh Max Weber dalam (Heryana, 2021), Teori Komunikasi Organisasi membahas bagaimana komunikasi memiliki peran penting dalam pengelolaan organisasi dan dapat mempengaruhi kinerja karyawan.

(Wandi, 2022) dalam suatu perusahaan sudah pasti memiliki SDM yang merupakan unsur inti dalam mencapai tujuan perusahaan. Oleh sebab itu, komunikasi memiliki peran dalam penentuan efektivitas kinerja bagi setiap anggota dalam suatu organisasi. Apabila komunikasi positif dapat dibangun, maka tentu hubungan relasi antar kolega akan membaik pula yang pada akhirnya dapat menefisienkan proses kerja karyawan. Selain itu, dari studi kasus pada PT.

Pertamina dapat memberikan wawasan bahwasannya pemimpin perlu menangani masalah absensi secara tegas dan memberikan arahan untuk menyelesaikan perbedaan pendapat di perusahaan. Perhatian terhadap beban kerja diharapkan dapat membuat karyawan merasa betah dan loyal, sementara dukungan lingkungan kerja yang baik dapat memastikan pekerjaan berjalan lancar. Selanjutnya, penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengkaji variabel seperti kepemimpinan, disiplin kerja, dan stres kerja yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan.

(Putri et al., 2022) Komunikasi memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja pegawai di organisasi. Pemimpin yang mampu menciptakan suasana kerja kondusif melalui komunikasi efektif dapat memaksimalkan kinerja tim. Penelitian menunjukkan bahwa komunikasi efektif secara langsung memengaruhi persepsi karyawan, dengan komunikasi yang efektif menjadi variabel dominan dalam meningkatkan kinerja. Dalam konteks penanganan darurat BPBD Kabupaten Serang, hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. Komunikasi dari bawah ke atas dan sebaliknya, serta komunikasi antarpegawai, diakui sebagai faktor kunci dalam peningkatan kinerja di organisasi tersebut. **Sehingga berdasarkan paparan tersebut, hipotesis yang diterima yaitu Hb1: Komunikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan.**

B. Hubungan Peran Komunikasi dengan Produktivitas

Hc1: Komunikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Produktivitas

Hc2: Komunikasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Produktivitas

Gap pertama dilakukan oleh Boihaki dkk dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara Komunikasi Internal (X1) dan Produktivitas Kerja Pegawai (Y) di kantor Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Pidie. Hal ini diperoleh dari hasil perhitungan statistik dengan nilai t hitung sebesar 2.288 dan signifikansi sebesar 0,027. Artinya, semakin baik komunikasi internal di kantor tersebut, semakin tinggi juga produktivitas kerja pegawai. Dengan kata lain, kualitas komunikasi internal yang baik dapat meningkatkan tingkat produktivitas para pegawai di Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Pidie.

Hal ini merupakan stereotype dari representative mengenai setiap organisasi punya aturan-aturan tertentu untuk mencapai tujuannya. Aturan-aturan tersebut disebut prosedur kerja, yang berisi langkah-langkah dan standar pelaksanaan pekerjaan sesuai ketentuan yang sudah ditetapkan. Kadang-kadang, aturan ini hanya ada dalam buku dan tidak selalu dijalankan dengan baik oleh pegawai, sehingga pekerjaan jadi tumpang tindih dan pegawai tidak tahu persis apa yang harus dilakukan. Akibatnya, pekerjaan bisa dilakukan oleh beberapa pegawai sekaligus, menyebabkan kelebihan dan menurunkan hasil kerja. Dengan prosedur kerja yang jelas,

pegawai akan lebih mudah menyelesaikan pekerjaannya, meningkatkan produktivitas kerja mereka. Oleh sebab itu, penting untuk mengkomunikasikan Kembali prosedur kerja demi menjaga produktivitas yang baik (Boihaki et al., 2022).

Gap kedua dilakukan oleh Ginting dkk yang terdapat pada penelitian PT. Pappa dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi, motivasi, dan kepuasan kerja terhadap produktivitas karyawan di PT Pappa Kaya Abadi Medan, baik secara individual maupun secara bersamaan. Metode penelitian menggunakan analisis kuantitatif deskriptif. Populasi penelitian melibatkan seluruh 76 karyawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara terpisah, komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas karyawan di PT Pappa Kaya Abadi Medan. Begitu juga dengan motivasi dan kepuasan kerja, keduanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas karyawan di perusahaan tersebut. Variabel komunikasi (X1) memiliki nilai thitung sebesar 3.942, sedangkan nilai ttabel sebesar 1.665. Karena thitung (3.942) lebih besar dari ttabel (1.665) dan nilai signifikansi (sig.) 0.000 kurang dari 0.05, maka hipotesis diterima. Artinya, komunikasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja karyawan di PT Pappa Kaya Abadi Medan.

PT. Pappa Kaya Abadi, sendiri dikenal sebagai PappaRich, merupakan bagian dari PT BISA GROUP yang berfokus pada makanan dan minuman. Berdiri sejak 2012, perusahaan ini memiliki beberapa brand terkenal di Medan, termasuk PappaRich. Meskipun restoran ini populer, manajemen mengalami kesulitan dalam meningkatkan produktivitas, diduga karena kurangnya efektivitas komunikasi. Rangkuman: PT. Pappa Kaya Abadi, atau PappaRich, adalah anak perusahaan PT BISA GROUP yang bergerak di bidang makanan dan minuman di Medan sejak 2012. Meskipun terkenal, restoran ini mengalami kesulitan meningkatkan produktivitas, yang disebabkan oleh kurangnya efektivitas komunikasi dalam manajemen perusahaan. Hal ini merupakan akibat dari kurangnya informasi yang jelas dari pesan yang terdapat dalam suatu komunikasi antar para pekerja yang mana pada akhirnya akan mempengaruhi proses produktivitas pegawai. Oleh sebab itu, peran komunikasi dalam produktivitas terletak pada pentingnya detail informasi yang disampaikan dan cara komunikasi yang efektif demi menjaga kestabilan produktivitas setiap pegawai (Ginting et al., 2020). **Sehingga berdasarkan paparan di atas, hipotesis yang diterima yaitu Hc1: Komunikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Produktivitas.**

C. Hubungan Peran Komunikasi dengan Penjualan

Hd1: Komunikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Penjualan

Hd2: Komunikasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Penjualan

Gap pertama dilakukan oleh I Gusti dengan gagasan bahwa Komunikasi pemasaran di dalam suatu perusahaan sangat penting untuk berhasilnya kegiatan pemasaran. Jika komunikasi pemasaran dilakukan dengan baik, penjualan produk di perusahaan tersebut dapat meningkat. Penelitian tersebut meneliti bagaimana komunikasi pemasaran memengaruhi peningkatan penjualan pupuk organik di Yayasan Pemilahan Sampah Temesi di Kabupaten Gianyar. Dengan menggunakan metode purposive sampling, 30 orang pembeli pupuk organik di Yayasan Pemilahan Sampah Temesi menjadi sampel penelitian. Hasilnya menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara komunikasi pemasaran dan volume penjualan pupuk organik di yayasan tersebut. Berdasarkan hasil analisis table yang dilakukannya, dapat menjelaskan bahwa nilai t-hitung sebesar 10,829 lebih besar daripada nilai t-tabel sebesar 1,701. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa komunikasi pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Ini berarti jika komunikasi pemasaran berjalan dengan baik, maka volume penjualan pupuk organik akan meningkat. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan "Komunikasi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan Pupuk Organik" dapat diterima. (I Gusti Ngurah, n.d.)

Gap kedua dilakukan oleh Lubis dkk (2022) mengenai pengaruh manajemen distribusi dan komunikasi pemasaran terhadap volume penjualan pada PT. Trimitra Swadaya Medan. Berdasarkan analisis uji hipotesis, didapatkan hasil bahwa nilai thitung variabel distribusi sebesar 13,594. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai ttabel (1.66846) atau nilai signifikansi t untuk variabel komunikasi pemasaran (0,029) yang lebih besar dari alpha (0,05). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa thitung > ttabel, yaitu $13,594 > 1.66864$. Oleh karena itu, H2 diterima dan H0 ditolak. Artinya, dapat disimpulkan bahwa komunikasi pemasaran memiliki pengaruh terhadap volume penjualan. Hal ini dikarenakan pilihan dan pelaksanaan manajemen distribusi yang tepat berpengaruh pada kesuksesan perusahaan dalam mencapai tujuan pemasaran, yaitu meningkatkan penjualan produk secara keseluruhan. Jika manajemen distribusi berhasil dalam tugas pemasaran, itu artinya mereka telah membantu perusahaan mencapai tujuan peningkatan penjualan secara berkelanjutan, tanpa terpengaruh oleh banyaknya pesaing yang melakukan hal yang sama. Perusahaan yang unggul selalu responsif dalam memanfaatkan peluang dengan cara yang efektif dan efisien, salah satunya melalui komunikasi pemasaran yang baik kepada pelanggan. Komunikasi pemasaran bermanfaat untuk memperkenalkan produk baru dan penawaran tambahan dari produsen kepada

konsumen. Komunikasi pemasaran memiliki pengaruh persuasif tinggi terhadap volume penjualan, dan dengan menjaga komunikasi aktif kepada seluruh konsumen, perusahaan dapat mempertahankan loyalitas konsumen, mendukung peningkatan penjualan produk, dan mengatasi persaingan (Lubis et al., 2022). **Maka dari itu, hipotesis yang diterima yaitu Hd1: Komunikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Penjualan.**

KESIMPULAN

1. Peran Komunikasi dalam Hubungan dan Kesejahteraan:

Komunikasi memegang peran krusial dalam hubungan personal, baik dalam konteks pekerjaan maupun kehidupan pribadi. Meskipun penelitian menunjukkan bahwa komunikasi positif tidak selalu menjamin kebahagiaan dalam hubungan, keterampilan berkomunikasi yang baik tetap meningkatkan kesejahteraan dan kepuasan hubungan.

2. Komunikasi dalam Kinerja Karyawan:

Di lingkungan kerja, berbagai tipe kepribadian dapat memengaruhi interaksi antar karyawan. Gaya komunikasi seseorang di tempat kerja dapat memengaruhi sejauh mana mereka dapat bekerja sama dengan orang lain. Penelitian menunjukkan bahwa komunikasi efektif berhubungan dengan peningkatan kinerja karyawan, kesehatan organisasi, dan kepuasan karyawan.

3. Peran Komunikasi dalam Produktivitas:

Penelitian pada PT. Pappa Kaya Abadi dan Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Pidie menegaskan bahwa komunikasi memainkan peran penting dalam produktivitas. Komunikasi yang kurang efektif dapat menyebabkan penurunan produktivitas dan hambatan terhadap pencapaian tujuan organisasi.

Studi kasus pada PT. Pertamina menunjukkan bahwa komunikasi internal yang kurang efektif dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Kurangnya komunikasi antara pimpinan dan bawahan dapat menyebabkan kesalahan, tanggung jawab yang tidak merata, dan kesalahpahaman yang dapat mengurangi produktivitas.

4. Hubungan Komunikasi dengan Penjualan:

Dalam konteks penjualan, komunikasi pemasaran yang baik dapat meningkatkan volume penjualan. Studi kasus pada Yayasan Pemilahan Sampah Temesi dan PT. Trimitra Swadaya Medan menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran yang efektif berkontribusi pada peningkatan penjualan produk.

REFERENSI

- Gupta, S. (2023, December 12). Understanding The 4 Communication Styles in the Workplace. *Verywellmind*. <https://www.verywellmind.com/workplace-communication-styles-how-to-improve-yours-and-navigate-others-7853338>
- Cherry, K. (2023, December 20). Why Communication In Relationships Is So Important. *Verywellmind*. <https://www.verywellmind.com/communication-in-relationships-why-it-matters-and-how-to-improve-5218269>
- Danial dan Wasriah. (2009). Metode Penulisan Karya Ilmiah. Bandung: Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan UPI
- Boihaki, B., Halimah, H., & Rahma, R. (2022). PENGARUH KOMUNIKASI INTERNAL, ORIENTASI KERJA DAN PROSEDUR KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA PEGAWAI DINAS LINGKUNGAN HIDUP KABUPATEN PIDIE. *Jurnal Ekobismen*, 2(1), 50–63.
- Ginting, N., nggraeni Sitompul, D., irryanti Sihombing, N., & Manik, L. S. (2020). Pengaruh Komunikasi, Motivasi, Dan Kepuasan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT Pappa Kaya Abadi Medan. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(3), 203–213.
- Hariyanto, D. (2021). Buku ajar pengantar ilmu komunikasi. *Umsida Press*, 1–119.
- Heryana, A. (2021). *Teori Organisasi*.
- Hicks JM. (2020). *Leader communication styles and organizational health* (4th ed., Vol. 39, pp. 175–180). Health Care Manag (Frederick).
- I Gusti Ngurah, P. N. (n.d.). ANALISIS KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PUPUK ORGANIK PADA YAYASAN PEMILAHAN SAMPAH TEMESI DI KABUPATEN GIANYAR. *ANALISIS KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PUPUK ORGANIK PADA YAYASAN PEMILAHAN SAMPAH TEMESI DI KABUPATEN GIANYAR*.
- Johnson MD, Lavner JA, & Mund M. (2022). *Within-couple associations between communication and relationship satisfaction over time* (4th ed., Vol. 48, pp. 534–549). *Pers Soc Psychol Bull*.
- Kusumasari, R. N., & Afrilia, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu J&C Cookies Bandung Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Sains Manajemen*, 2(1), 97–103.
- Lubis, D. P., Rukmana, I., Fadillah, N., & Taufiq, A. (2022). PENGARUH MANAJEMEN DISTRIBUSI DAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. TRIMITRA SWADAYA MEDAN. *PROSIDING FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS DHARMAWANGSA*, 1(1), 91–96.
- Milyane, T. M., Umiyati, H., Putri, D., Akib, S., Daud, R. F., Rosemary, R., Athalarik, F. M., Adiarsi, G. R., Puspitasari, M., & Ramadhani, M. M. (2022). *Pengantar ilmu komunikasi*. Penerbit Widina.
- Putri, N. P. C. S., Sugianingrat, I. A. P. W., & Mahayasa, I. G. A. (2022). Pengaruh Komunikasi Internal, Beban Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(4), 1032–1042.

- Ramadhayanti, A. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Affiliate Marketing terhadap Volume Penjualan. *Al-KALAM: JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 8(1), 94–103.
- Suryani, O. D., & Abadi, M. T. (2023). Memahami Efektivitas Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Bisnis Cireng Isi. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(2), 64–71.
- Wandi, D. (2022). Pengaruh komunikasi dan motivasi terhadap kinerja pegawai. *Jurnal Integrasi Sumber Daya Manusia*, 1(1), 21–30.
- Wulandari, R., & Rahmi, A. (2018). Relasi Interpersonal dalam Psikologi Komunikasi. *Islamic Communication Journal*, 3(1), 56–73.