

**STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KERJA
KARYAWAN PUSAT OLEH-OLEH KHAS
BANYUWANGI DI UD. SRI REJEKI
GENTENG BANYUWANGI**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Oleh :
Alviani Rohmah
E20192195

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SHIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
DESEMBER 2023**

**STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KERJA
KARYAWAN PUSAT OLEH-OLEH KHAS
BANYUWANGI DI UD. SRI REJEKI
GENTENG BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disetujui Pembimbing



Dr. H. Saihan, S.Ag., M.Pd.I

NIP. 197202172005011001

**STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KERJA
KARYAWAN PUSAT OLEH-OLEH KHAS
BANYUWANGI DI UD. SRI REJEKI
GENTENG BANYUWANGI**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah


Hari : Rabu
Tanggal : 13 Desember 2023

Tim Penguji

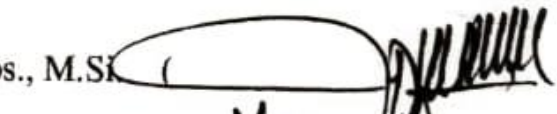

Ketua

Sekretaris


Dr. Hj. Nurul Setianingrum, SE., MM.
NIP: 196905231998032001


Suprianik, SE., M.Si.
NIP: 198404162019032008

Anggota

1. Dr. Hj. Nurul Widyawati I.R., S.Sos., M.Si. 
2. Dr. H. Saihan, S.Ag., M.Pd.I 

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP 196812261996031001

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

MOTTO

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Artinya: “Mereka itu orang-orang yang adalah Allah yang tahu apa yang ada di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan beri mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka”. (Q.S An Nisa : 63)¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan, (Semarang : CV Toha Putra, 1999)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas Rahmat dan kesempatan untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Rasa syukur terucapa kepada-Nya, yang telah memberikan kemudahan dan pemahaman sehingga karya tulis ilmiah ini dapat terselesaikan. Karya tulis sederhana ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku Bapak Edy Mulyono dan Ibu Muslikah tercinta yang tak pernah lelah membesarkanku, mendidikku dan membimbingku dengan penuh kasih sayang, memberikan dukungan moral maupun materil serta doa yang tidak ada habisnya untukku.
2. Adikku Safira Najiha dan Kayla Nadhifa Almaira yang ku sayangi terimakasih atas semangat dan dukungan yang diberikan serta selalu mengerti kondisi dan keadaan saya selama proses pengerjaan skripsi.
3. Saundaraku Fiqi ana dan Inda Eliya terimakasih atas semangat dan dukungannya.
4. Sahabat – sahabatku Arinda Iskardiana, Erlinda Sukmawati, Putri, Yovanny Anugerah, Zayina Maulida Fitri dan yan tidak bisa saya sebutkan satu persatu terimakasih atas kebersamaan suka maupun duka atas dukungan, semangat, dan doanya.
5. Dan almamater Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember, terimakasih atas wadah yang diberikan selama peneliti menimba ilmu.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Tiada kata yang pantas diucapkan selain ucapan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pusat Oleh – Oleh Khas Banyuwangi Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana Ekonomi (SE) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Shiddiq Jember. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor UIN KHAS Jember yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di lembaga yang dipimpinnya.
2. Dr. H. Ubaidillah, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember yang telah memberi fasilitas selama menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan kemudahan dalam proses pembuatan skripsi ini.

4. Sofiah, M.E. selaku ketua koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menyetujui judul skripsi ini.
5. Dr. H. Saihan, S.Ag., M.Pd.I selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan sabar dan teliti hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama menuntut ilmu di UIN KHAS Jember.
7. Aprin Nilawati selaku Pemilik Usaha UD. Sri Rejeki Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi yang telah mengizinkan saya melaksanakan penelitian hingga selesai.

Akhirnya, semoga amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapatkan balasan yang baik dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna dan masih banyak kekurangan. Untuk itu, penulis memerlukan saran dan kritik dari pembaca untuk kesempurnaan karya tulis ilmiah dimasa mendatang. Dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta berguna bagi pihak yang membutuhkan khususnya bagi penulis.

Jember, 20 Desember 2023

Penulis

Alviani Rohmah

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

ABSTRAK

Alviani Rohmah, Dr. H. Saihan, S.Ag., M.Pd.I. 2023: Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pusat Oleh – Oleh Khas Banyuwangi Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi

Kata Kunci : Komunikasi, Komunikasi Organisasi, Loyalitas Karyawan

Loyalitas kerja sangat dibutuhkan dalam diri setiap karyawan, karena dengan itu seorang karyawan dapat dinilai setia dengan pekerjaannya, jabatannya dan organisasinya. Loyalitas kerja dapat mempengaruhi meningkatnya kinerja para karyawan dan komitmen para karyawan dalam bertahan di perusahaan. Sama halnya dengan UD. Sri Rejeki yang selalu berusaha membangun komunikasi yang baik agar loyalitas kerja karyawan terhadap perusahaan dapat terus terjalin baik. Usaha ini sudah berdiri cukup lama dan terus berkembang, hal itu tidak lepas dari peran karyawan – karyawan yang memiliki loyalitas kerja yang sangat baik tentunya

Fokus masalah dan penelitian ini adalah : 1. Bagaimana Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi ? 2. Apa Saja Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi ?

Tujuan penelitian ini adalah :1. Untuk Mengetahui Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi. 2. Untuk Mengetahui Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Penentuan subjek penelitian menggunakan teknik purposive. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dalam skripsi ini menggunakan pengumpulan data, reduksi data , penyajian data dan penarikan kesimpulan. Sedangkan untuk keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitan ini menunjukkan bahwa: 1. Strategi komunikasi yang digunakan dalam mempertahankan loyalitas kerja karyawan pusat oleh-oleh khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki ini menyampaikan perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan dengan melalui komunikasi vertikal dan horizontal dalam berkomunikasi untuk membangun hubungan baik dalam bekerja, 2. .Dari faktor-faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi pada usaha pusat oleh-oleh khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki dapat dikatakan normal yakni masih dapat dikatakan umpan balik dari faktor pendukung lebih besar daripada umpan balik dari faktor penghambat mempertahankan loyalitas karyawan. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin eratnya hubungan kekeluargaan yang dibangun didalam lingkungan kerja karyawan saat ini.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Istilah	10
F. Sistematika Penelitian	13
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	15
A. Penelitian Terdahulu	15
B. Kajian Teori.....	29

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

1. Teori Strategi	29
2. Strategi Komunikasi Organisasi	30
3. Teori Komunikasi.....	32
4. Komunikasi Organisasi	34
5. Loyalitas Kerja	39
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	42
B. Lokasi Penelitian	42
C. Subyek Penelitian.....	43
D. Teknik Pengumpulan Data.....	43
E. Analisis Data	45
F. Keabsahan Data.....	47
G. Tahap – Tahap Penelitian.....	48
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	50
A. Gambaran Obyek Penelitian	50
1. Sejarah Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi	50
2. Lokasi / Letak Geografis Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi	51
3. Visi Dan Misi Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi	52
4. Struktur Organisasi Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi	52

5. Job Description Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi	53
B. Penyajian Data Dan Analisis	55
1. Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi	56
2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi	60
C. Pembahasan Temuan	63
1. Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi	64
2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi	66
BAB V PENUTUP	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	74

DAFTAR TABEL

	Hal
1.1 Data UD dan UMKM yang ada di Banyuwangi	5
1.2 Data Jumlah Karyawan di UD. Sri rejeki	6
2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	26



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi	53



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

LAMPIRAN – LAMPIRAN

	Hal.
1. Matrik Penelitian	76
2. Surat pernyataan Keaslian Tulisan	77
3. Pedoman Wawancara	78
4. Surat Izin Penelitian	80
5. Surat Keterangan Selesai Penelitian	81
6. Jurnal Kegiatan	82
7. Dokumentasi	83
8. Surat Keterangan Lulus Plagiasi	86
9. Surat Keterangan Selesai Bimbingan	87
10. Biodata Penulis	88



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Komunikasi didalam kehidupan manusia adalah sesuatu hal yang penting untuk membangun hubungan yang harmonis dengan orang lain. Dalam perusahaan sekalipun hubungan komunikasi menjadi kunci utama yang sangat diperlukan agar terciptanya hubungan timbal balik yang baik diantara pemimpin atau pemilik usaha dengan karyawan. Selain itu komunikasi menjadi sarana penyampaian yang efektif meskipun pada kenyataannya komunikasi banyak menimbulkan masalah dalam proses organisasi, Oleh sebab itu, komunikasi dalam organisasi menjadi sistem aliran yang menghubungkan dan membangkitkan kinerja antar bagian dalam organisasi sehingga menghasilkan sinergi.²

Dalam dunia bisnis, persaingan usaha antar perusahaan merupakan hal yang sering terjadi. Salah satu yang memegang peran penting dalam persaingan usaha ini adalah para karyawan perusahaan itu sendiri. Karyawan menjadi salah satu motor penggerak dalam memajukan perusahaan sehingga perusahaan bisa semakin berkembang lebih baik lagi. Dan juga karyawan yang memiliki loyalitas dalam perusahaan dan mampu diandalkan untuk berkerja penuh dedikasi, memberikan kontribusi penting dalam keberhasilan yang

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

² Siti Roskina Mas, Ikhfan Haris, Komunikasi Dalam Organisasi (Teori dan Aplikasi). Gorontalo: UNG Press, 2020 hal. 20

dicapai oleh perusahaan patut diberi apresiasi atau perhatian khusus yang menguntungkan bagi karyawan.³

Perusahaan perlu mempertahankan karyawan terbaik yang dimiliki, hal ini dimaksudkan agar mencegah karyawan untuk pindah ke perusahaan lain, sehingga diperlukan pemahaman terhadap kebutuhan dan kemampuan para karyawan untuk menciptakan lingkungan kerja yang nyaman sehingga para karyawan termotivasi dan juga keinginan karyawan untuk berhenti bekerja dapat berkurang. Di era globalisasi saat ini, sumber daya manusia dalam perusahaan memiliki keberadaan yang penting. Karena keberhasilan suatu perusahaan tergantung dalam kinerja karyawan dalam perusahaan tersebut.⁴

Permasalahan yang sering di hadapi oleh perusahaan pada umumnya adalah ketidakharmonisan hubungan antara atasan dan bawahan yang disebabkan kurangnya kepercayaan, tidak adanya transparansi dalam pengambilan kebijakan, kurangnya ruang komunikasi yang tersedia dan lain sebagainya. Pentingnya komunikasi tidak terbatas pada komunikasi personal tetapi juga dalam tataran komunikasi organisasi. Menurut Boltax membangun hubungan saling percaya satu sama lain merupakan satu bentuk kompensasi yang sangat bermakna bagi karyawan. Karyawan harus tahu bahwa atasan memperlakukan mereka sebagai pribadi tidak sekedar sumber daya sebelum mereka termotivasi untuk memberi yang terbaik bagi organisasi..⁵ Hal yang sama juga dikemukakan oleh Mc Quinnes dalam penelitian Nur Azmi bahwa

³ Soegandhi, d. *Manajemen Personalialia (Manajemen Sumber Daya Manusia)*. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2013) hal. 30

⁴ Eris Juliansyah, "Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja Pdam Kabupaten Sukabumi. ". *Jurnal Ekonomak* , Vol. 3 No.2. 2017 hal. 23

⁵ Muhammad Mukhlas, *Buku Ajar Perilaku Organisasi* (Serang: Cv.AA. Rizky, 2019) h. 122

“komunikasi yang efektif dalam suatu organisasi akan berdampak pada loyalitas karyawan”.⁶

Hak-hak yang dimiliki seorang karyawan telah diatur dalam hukum ketenagakerjaan pada UU No.13 Tahun 2003 pasal 104 terkait serikat pekerja, yang mana disebutkan bahwa setiap karyawan berhak menjadi anggota atau membentuk serikat, setiap karyawan diperbolehkan mengembangkan potensi kerja sesuai minat dan bakat, karyawan juga mendapatkan jaminan dari perusahaan dalam hal keselamatan, kesehatan, moral, kesusilaan serta perlakuan yang sesuai dengan harkat dan martabat berdasarkan norma atau nilai keagamaan dan kemanusiaan.⁷ Hukum Ketenagakerjaan mengatur tentang segala hal yang berhubungan dengan tenaga kerja pada waktu sebelum, selama, dan sesudah kerja. Selain itu, hukum ketenagakerjaan juga mengatur hubungan antara tenaga kerja / karyawan dengan pengusaha.

Dijelaskan juga didalam kitab suci Al-Quran surat Ash-Shaff ayat 2-3 yang bunyinya seperti berikut ini:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ كَبِرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ

Artinya: “wahai orang-orang yang beriman! Mengapa kamu mengatakan sesuatu yang tidak kamu kerjakan. (itu) sangatlah dibenci disisi Allah jika kamu mengatakan apa-apa yang tidak kamu kerjakan.
(Qs. Ash-Shaff : 2-3)

⁶ Nur Azmi, *Pola Komunikasi Pimpinan Dalam Meningkatkan loyalitas Kerja Karyawan* (Jom Fisip: Vol.2 No.2 Oktober 2015), h.3

⁷ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan, Pasal 104.

Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa sesuatu yang kita katakan hendak dikerjakan juga karena Allah sangat membenci orang yang tidak dapat meegang teguh pendirian. Ayat ini juga menjelaskan tentang konsistensi dan keterpaduan antara perkataan dan perbuatan seseorang, jujur, berani berjuang, bertanggungjawab, disiplin serta menghindari sifat munafik yang mana sifat munafik tersebut termasuk sifat yang tercela dan dibenci Allah SWT.⁸

Kota Banyuwangi kini menjadi sorotan masyarakat dengan semakin berkembangnya berbagai sektor perekonomian, yakni dengan banyaknya UMKM dan perusahaan yang berdiri saat ini yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM serta Dinas Perindustrian dan Perdagangan.⁹ Salah satu UMKM yang terdaftar yaitu UD. Sri Rejeki yang terletak di jalan Margo Utomo Rt02/Rw05 Setail Genteng Banyuwangi. Usaha ini bergerak dalam produksi oleh-oleh khas Banyuwangi yang berdiri sudah cukup lama dan memiliki beberapa outlet yang tersebar diberbagai daerah di Indonesia. Usaha ini memproduksi jajanan seperti roti klemben(bolu), kue bagiak, Kue Opak Gulung, kue Lidah Kucing produk lainnya. Sehingga dengan banyaknya produksi diperlukannya loyalitas para karyawannya.¹⁰

Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan tersebut dalam melakukan

⁸ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan, (Semarang: CV Toba Putra, 1999)

⁹ Aulia Devi Ramadhanty,Dkk. "Diversifikasi Produk Jajanan Oleh-Oleh Ud. Tiga Serangkai Kabupaten Banyuwangi", (Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial , Vol. 16 No 1 2022) <https://doi.org/10.30605/jpe.v16i1.12345> digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹⁰ Wikipedia "Genteng Banyuwangi" 17 Desember 2023
https://id.wikipedia.org/wiki/Genteng,_Banyuwangi

komunikasi organisasi. Menurut Daft komunikasi dalam organisasi mengalir dari tiga arah ke bawah, ke atas, dan horisontal. Komunikasi kebawah adalah pesan dan informasi yang dikirim kebawah dari manajemen puncak ke bawahan. Komunikasi keatas adalah pesan yang dikirim dari tingkat bawah ke tingkat atas dalam hirarki organisasi. Komunikasi horisontal adalah pertukaran pesan secara lateral atau diagonal diantara sesama atau rekan kerja.¹¹ Dibawah ini beberapa UMKM dan UD yang ada di Banyuwangi :

1.1 Data UMKM dan UD di Kabupaten Banyuwangi

No	Nama UD Atau UMKM	Alamat Usaha
1.	UD. Oesing Craft	Jl. Letkol Ngurah Rai No. 16, Kelurahan Pengajuran, Kecamatan Banyuwangi, Kab.Banyuwangi
2.	UD Mahakarya Farm	Desa Sarimulyo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi
3.	Jajanan Oleh-Oleh UD. Tiga Serangkai	Jalan. Serayu No.93, Kelurahan Panderejo, Kecamatan Banyuwangi, Kabupaten Banyuwangi.
4.	Produsen Bagiak Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi Irma Jaya	Jl. Jember-Banyuwangi No.47, Dusun Wadungdolah, Desa Kaligondo, Kec. Genteng, Kabupaten Banyuwangi
5.	UD. Sidojoyo A.G,	,Dusun Andelan, Wongsorejo, Kecamatan Banyuwangi,
6.	UD. Sri Rejhki Genteng Bnyuwangi Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi	Jl. Margo Utomo, Krajan I, Setail, Kec. Genteng, Kabupaten Banyuwangi,
7.	UD. Abadi Plast	Toyamas Timur, Dsn., Banyuwangi, jawatimur
8.	UD. Raya Jagat	Krajan, Dsn. Banyuwangi Jawa Timur

Sumber Data: Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi (Dinas UMKM dan Koperasi Banyuwangi) data diolah 2015

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa banyaknya UD dan

UMKM yang ada Banyuwangi walaupun belum semuanya, salahsatunya UD.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹¹ Dedy Iskandar, “ *Strategi Komunukasi Organisasi Dalam Membangun Loyalitas Kerja Pegawai*”,(PERSEPSI: Communication Journal, Vol. 4 No.1, 2021) h. 33

Sri Rejeki yang merupakan pusat oleh-oleh khas banyuwangi yang sudah berdiri dari tahun 80 an dan mampu bersaing dengan UD dan UMKM lainnya serta berusaha mempertahankan loyalitas kerja karyawan dengan melakukan komunikasi yang baik dengan para karyawan.

Tabel 1.2 Jumlah Karyawan di UD. Sri Rejeki Pusat Oleh-oleh Khas Banyuwangi

No	Tahun	Jumlah Awal	Masuk	Keluar	Total
1	2019	60	3	3	60
2.	2020	63	5	2	66
3	2021	66	2	0	62
4.	2020	62	2	3	59
5.	2022 ()sampai sekarang)	59	4	1	61

Sumber Data: UD Sri Rejeki Pusat oleh-oleh khas Banyuwangi

Tabel diatas menunjukkan bahwa selama bebrapa waktu ini, para karyawan yang bekerja di UD. Sri Rejeki merasakan kenyamanan di dalam bekerja. Lingkungan kerja yang baik menjadi salah satu alasan para karyawan nyaman dan betah berkerja di usaha ini. Strategi komunikasi yang diterapkan oleh pemilik usaha untuk menjaga loyalitas karyawan dengan melakukan kegiatan yang membangun rasa kekeluargaan diantara para pelaku usaha dapat dikatakan hal yang efektif, terbukti dengan masih banyaknya karyawan yang bekerja di UD. Sri Rejeki.

Berdasarkan hasil observasi, UD. Sri Rejeki merupakan usaha produksi pusat oleh – oleh khas Banyuwangi berupa jajanan makanan yang berada di Desa Setail Kecamatan Genteng, yang sudah berdiri seja tahun 80 an dan suka memiliki beberapa outlet di jember serta hasil produksinya sudah

dipasarkan di beberapa daerah di Indonesia seperti, di Surabaya, Semarang, Bandung bahkan ada juga yang dikirim di luar Jawa seperti Kalimantan dan Mataram. Oleh karena itu usaha ini sudah banyak memberikan peluang kerja pada masyarakat sekitar. Sehingga peranan komunikasi organisasi di UD. Sri Rejeki sangat penting untuk mempertahankan keberlangsungan usaha. Karena dengan adanya hubungan baik diantara atasan dengan bawahan yang ada di dalam perusahaan tersebut, membuat para pekerja atau karyawan merasakan kenyamanan dalam melakukan pekerjaannya.¹²

Dalam menjaga dan mempertahankan loyalitas karyawan di UD. Sri Rejeki, pemilik usaha melakukan strategi komunikasi agar karyawan merasakan nyaman didalam bekerja membuat lingkungan kerja yang baik diantara para pelaku usaha. Maka dari itu peneliti tertarik mengangkat topik penelitian dengan judul **“Strategi Komunikasi Organisasi dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pusat Oleh – Oleh Khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi”**

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan sebuah inti perumusan permasalahan yang akan dicari jawabannya oleh peneliti melalui proses penelitian. Fokus penelitian harus disusun secara singkat, jelas, spesifik, dan operasional yang dituangkan dalam kalimat tanya.¹³ Penulis membatasi masalah pada:

¹² Aprin, diwawancarai 15 Maret 2023

¹³ Tim Penyusun Revisi Buku Pedoman Karya tulis Ilmiah IAIN Jember, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, (Jember : IAIN Jember, 2019), 45

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi ?
2. Apa Saja Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian menggambarkan tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu pada masalah – masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.¹⁴ Penelitian ini mempunyai beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi
2. Untuk Mengetahui Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian mendeskripsikan tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian

¹⁴ Tim Penyusun, 45

harus objektif dan realistis.¹⁵ Adapun manfaatnya ditinjau dari manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah, memperdalam, dan memperluas pengetahuan keilmuan yang terkait dengan Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan loyalitas Karyawan Di UD. Sri Rejeki.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan praktis Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Karyawan Di UD. Sri Rejeki. Serta sebagai syarat memperoleh gelar S1
- b. Bagi Almamater UIN KHAS Jember, dapat menjadi koleksi kajian dan menjadi referensi tambahan tentang Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Di UD. Sri Rejeki
- c. Bagi UD. Sri Rejeki, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi perusahaan dalam menerapkan komunikasi lebih baik lagi, agar loyalitas kerja karyawan di perusahaan semakin baik dengan adanya saling menguntungkan diantara pemimpin dan karyawan

¹⁵ Tim penyusun, 45

E. Definisi Istilah

Definisi istilah yaitu berisi tentang istilah – istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahfahaman makna istilah sebagaimana yang dimaksud oleh peneliti.¹⁶ Adapun penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pada Usaha Oleh – Oleh Khas Banyuwangi Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi akan dijelaskan makna dari masing – masing kata yang terdapat dalam judul penelitian tersebut.

1. Strategi

Strategi secara umum bisa diartikan sebagai upaya individu atau kelompok untuk membuat skema guna mencapai target sasaran yang hendak dituju. Dengan kata lain, strategi adalah seni bagi individu ataupun kelompok untuk memanfaatkan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki guna untuk mencapai target sasaran melalui tata cara yang dianggap dapat efektif dan efisien untuk mencapai sasaran yang telah diharapkan.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) yang mencapai suatu tujuan. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹⁶Tim Penyusun, 46

2. Komunikasi Organisasi

Komunikasi memang penting untuk ditujukan kepada strategi komunikasi ini, karena berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. Lebih-lebih dalam kegiatan komunikasi massa, tanpa strategi komunikasi, media massa yang semakin modern, yang kini banyak dipergunakan di negara-negara yang semakin berkembang karena mudahnya diperoleh dan relatif rendahnya dioperasionalkan, bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif.

Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*management communication*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis dan harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu, tergantung pada situasi dan kondisi. Strategi komunikasi baik secara makro (*makro multimedia strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) mempunyai fungsi ganda:

- a. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat normatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang maksimal
- b. Menjembatani “kesenjangan budaya” (*cultural gap*) akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media masa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.

Komunikasi organisasi merupakan sebuah proses yang terjadi pada sebuah organisasi formal maupun organisasi informal dalam bentuk komunikasi kompleks. Komunikasi tersebut dapat menimbulkan pengertian yang sama bagi anggota organisasi sehingga dapat mewujudkan tujuan organisasi tersebut.

3. Loyalitas Karyawan

Loyalitas adalah kesetiaan, pengabdian dan kepercayaan yang diberikan atau ditujukan kepada seseorang atau lembaga, yang didalamnya terdapat rasa cinta dan tanggung jawab untuk berusaha memberikan pelayanan dan perilaku terbaik.

Loyalitas adalah tekad dan kesanggupan individu untuk mentaati, melaksanakan, mengamalkan peraturan-peraturan dengan penuh kesadaran dan sikap tanggung jawab. Hal ini dibuktikan dengan sikap dan tingkah laku kerja yang positif.

Loyalitas merupakan salah satu unsur yang digunakan dalam penilaian karyawan yang mencakup kesetiaan dalam pekerjaannya, jabatannya dan organisasi. Kesetiaan ini dicerminkan oleh kesetiaan karyawan menjaga dan membela organisasi didalam maupun diluar pekerjaan dari orang yang tidak bertanggung jawab.

4. UD. Sri Rejeki

UD. Sri Rejeki merupakan salah satu usaha yang memproduksi oleh-oleh khas Banyuwangi yang sudah berdiri sejak tahun 1980 yang mampu bertahan ditengah persaingan usaha yang semakin ketat dan memiliki

karyawan atau pekerja yang cukup banyak yang memiliki tugas masing-masing. UD. Sri rejeki berada di Jl. Margo Utomo, Krajan 1,Setail, Kec. Genteng , Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Produk yang dihasilkan UD.Sri Rejeki tidak hanya dipasarkan di Banyuwangi saja, melainkan sudah tersebar diberbagai daerah di Indonesia.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan digunakan untuk memberikan gambaran secara global tentang isi penelitian ini dari tiap bab, sehingga akan mempermudah melakukan tinjauan terhadap isinya. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti daftar isi.¹⁷ Disusun suatu sistematika yang sesuai dengan urutan-urutan yang ada dalam skripsi.

Sistematika pembahasan dimaksud untuk memberikan gambaran secara singkat tentang semua hal yang berkaitan dengan pembahasan skripsi, sistematika pembahasan tersebut terdiri dari :

BAB I Pendahuluan, pada bab ini dibahas mengenai latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan juga tentang sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Kepustakaan, bab ini berisi tentang penelitian terdahulu dan kajian teori. Pada penelitian terdahulu yang menjadi salah satu referensi peneliti, kemudian pada kajian teori dijelaskan tentang pembahasan teori.

¹⁷ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. (Jember: UIN Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember, 2021). 27

BAB III Metode Penelitian, yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian. Fungsi dari bab ini adalah untuk acuan dan pedoman dalam penelitian.

BAB IV Penyajian Data dan Analisis Data, berisi tentang gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis serta pembahasan tertentu yang diperoleh di lapangan.

BAB V Penutup, yang memuat kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran yang bersifat konstruktif.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa kajian penelitian terdahulu yang menjadi pijakan peneliti dalam melakukan penelitian. Meskipun beberapa penelitian itu memiliki kemiripan dengan penelitian ini, namun dalam penelitian tersebut juga terdapat beberapa perbedaan. Diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Khairunnas, 2019. “Implementasi Komunikasi Organisasi Dalam Loyalitas Kerja (Studi pada Kantor Camat Kecamatan Setia Kabupaten Aceh Barat Daya)”.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. teknik pengumpulan data yakni observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini yakni implementasi komunikasi organisasi dalam meningkatkan loyalitas karyawan di kantor camat sudah berjalan baik, dimana semua arahan yang diberikan menjadikan suatu panduan untuk terus bekerja dengan aturan-aturan yang ada dan sudah ditetapkan, juga bagi mereka yang memberikan tenaga dan pikirannya dalam menjalankan tugas di kantor camat berhubungan baik dengan sesama karyawan atau pimpinannya sehingga menjadikan rasa loyalitas yang bagus terhadap kinerja pegawainya.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yakni menggunakan metode penelitian kualitatif dan juga membahas tentang komunikasi organisasi dalam loyalitas kerja. Perbedaan

penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan digunakan terletak pada fokus penelitian yakni penelitian terdahulu berfokus pada implementasi atau tindakan komunikasi yang ada guna meningkatkan loyalitas kerja, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi organisasi yang digunakan dalam mempertahankan loyalitas kerja serta faktor pendukung dan penghambat dalam loyalitas kerja,

2. Yeyen Nisa Nur Hanifah, 2020. “Strategi Komunikasi Internal Dalam Menjaga Loyalitas Karyawan Di BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto”.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian skripsi ini adalah penelitian lapangan. Sumber data yang diperoleh yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara mendalam dan dokumentasi. Sedangkan, teknik analisis data yang digunakan adalah pola interaktif yang meliputi; reduksi data, penyajian data, dan dana penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini yakni komunikasi internal di BMT Dana Mentari Muhammadiyah sangatlah baik dan efektif. Secara keseluruhan dengan adanya komunikasi yang bagus beserta pendukungnya yang bagus maksimal secara langsung loyalitas karyawan akan tumbuh dengan sendirinya tanpa diminta dan mengabadikannya seluruh kinerja demi kemajuan BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto.

Pesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yakni sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas mengenai mempertahankan loyalitas kerja. Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian ini ada pada fokus penelitian yakni penelitian terdahulu terfokus pada implementasi dalam strategi komunikasi internal dalam menjaga loyalitas karyawan di BMT Dana Mentari Muhammadiyah saja, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi organisasi yang digunakan dalam mempertahankan loyalitas kerja dan faktor pendukung dan penghambat dalam loyalitas kerja.

3. Yulia Andriani, 2020. “Komunikasi Organisasi Di PT Oze Mitra Nusantara Palembang Dalam Mempertahankan Loyalitas Karyawan”.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi, wawancara secara langsung dan dokumentasi. Terdapat 4 Informan dalam penelitian ini yaitu yaitu Supervisor dan 3 Karyawan PT Oze Mitra Nusantara Palembang. Hasil dari penelitian ini komunikasi dalam mempertahankan loyalitas karyawan di PT Oze Mitra Nusantara Palembang adalah melalui supervisor dengan memperhatikan aspek kondisi lingkungan dan kondisi komunikasi yang terjadi didalam perusahaan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yakni menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan ada pada fokus penelitian yakni

pada penelitian terdahulu berfokus pada komunikasi organisasi yang terjadi antara supervisor sebagai representasi PT.Oze Mitra Nusantara Palembang dengan para tenaga kerja dalam mempertahankan loyalitas kerja, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada strategi komunikasi organisasi dalam mempertahankan loyalitas kerja serta faktor pendukung dan penghambat mempertahankan loyalitas kerja.

4. Ma'rifatus Sholihah, 2020. "Strategi Komunikasi dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan pada Usaha Jasa Pangkas Rambut Cak Tris di Pasar Senggol Lumajang"

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Dalam pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini mengenai strategi komunikasi yang digunakan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada usaha jasa pangkas rambut Cak Tris di Pasar Senggol Lumajang menyampaikan perencanaan strategi komunikasi utamanya melalui komunikasi verbal dan non verbal saat pelayanan sedang berlangsung, sebelum pelayanan dan setelah pelayanan berlangsung sehingga hal terus mampu mempertahankan loyalitas pelanggan usaha jasa ini. Sedangkan antara faktor penghambat dan pendukung dapat dikatakan normal yakni umpan balik dari faktor dari faktor pendukung lebih besar daripada umpan balik dari faktor penghambat strategi komunikasi. Hal tersebut dibuktikan dengan pangkas rambut Cak Tris masih mampu

bertahan dan bersaing sampai saat ini dengan usaha jasa pangkas rambut lainnya.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yakni menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas mengenai loyalitas kerja. Perbedaan penelitian yang akan dilakukan ini dengan penelitian terdahulu terletak pada fokus penelitian yakni penelitian yang akan dilakukan berfokus pada strategi komunikasi organisasi dalam mempertahankan loyalitas kerja serta faktor pendukung dan penghambat mempertahankan loyalitas kerja, sedangkan penelitian terdahulu terfokus pada strategi komunikasi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan faktor pendukung serta penghambat dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di usaha jasa pangkas rambut Cak Tris di Pasar Senggol Lumajang..

5. Windayanti, dkk, 2021. "Employer Branding Sebagai Strategi Komunikasi Organisasi Untuk Meningkatkan Loyalitas Karyawan PT. Pratama Utama".

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode penelitian studi kasus. Data yang dikumpulkan melalui wawancara pada informan kunci sepanjang 2020. Hasil penelitian ini PT. Pratama Utama mengimplementasikan employer branding dengan slogan senyum salam sapa melalui proses internal injection sebagai strategi komunikasi organisasi untuk meningkatkan loyalitas karyawan. Namun

PT. Pratama Utama perlu menerapkan employer branding dengan

meningkatkan kinerja perusahaan dan menghidupkan kebutuhan karyawan melalui product knowledge yang dimiliki oleh perusahaan melalui program-program yang melibatkan partisipasi karyawan. Aspek penting dalam loyalitas yaitu tentang kepercayaan yang kuat dan penerimaan pada tujuan dan nilai-nilai organisasi, kemauan untuk berusaha sekuatnya demi organisasi dan dorongan yang kuat untuk mempertahankan keanggotaan dalam organisasi.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yakni menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama-sama membahas tentang strategi komunikasi organisasi untuk meningkatkan loyalitas karyawan. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan terletak pada fokus penelitian yakni penelitian terdahulu berfokus pada branding atau image yang ditampilkan oleh perusahaan untuk meningkatkan loyalitas karyawan dengan komunikasi organisasi yang baik, sedangkan penelitian yang dilakukan ini berfokus pada strategi komunikasi organisasi dalam mempertahankan loyalitas kerja serta faktor pendukung dan penghambat loyalitas kerja.

6. Taufan Praha Gunadi. 2021. “ Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Menumbuhkan Motivasi Kerja Karyawan Dan Loyalitas Pelanggan Pada CV Harningsih” .

Metode yang digunakan adalah deskriptif pendekatan kualitatif dengan melakukan indept interview kepada beberapa karyawan untuk mengetahui hasil strategi komunikasi yang diterapkan pada perusahaan CV

Harningsih. Hasil penelitian ini CV Harningsih telah berupaya menerapkan strategi komunikasi organisasi terhadap para karyawannya namun belum berhasil memotivasi dan menciptakan loyalitas kerja para karyawannya, hal ini dikarenakan upah kerja yang dibayarkan masih dinilai standar sehingga para karyawannya belum merasakan kepuasan ditempat kerja.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan yakni menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas mengenai strategi komunikasi organisasi dalam loyalitas kerja. Perbedaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu terdapat pada fokus penelitian yakni penelitian yang dilakukan berfokus pada strategi komunikasi organisasi dalam mempertahankan loyalitas kerja serta faktor pendukung dan penghambat loyalitas kerja dalam perusahaan, sedangkan penelitian terdahulu fokus pada peranan komunikasi organisasi di CV Harningsih sangat penting dalam menunjang keberlangsungan usaha di perusahaan seperti halnya komunikasi yang dilakukan antara pimpinan dengan karyawan ataupun karyawan dengan pimpinan.

7. Desi Nur Safitri, dkk, 2022. “ Analisis Strategi Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pada Toko Batik Soemowarso Surodikraman Ponorogo”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Tujuan dari penelitian kualitatif yaitu menjelaskan suatu fenomena secara detail dengan cara pengumpulan data yang detail juga, yang menunjukkan

pentingnya kedalam data yang diteliti. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan (field reseach) yang berarti suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada di lapangan.

Hasil penelitian ini strategi untuk mempertahankan loyalitas kerja karyawan pada toko Batik Soemowarso bisa dikatakan cukup baik karena strategi yang digunakan sesuai, namun pada kenyataannya dengan penerapan strategi yang cukup baik belum dapat mempertahankan loyalitas karyawan karena faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas kerja karyawan masih banyak yang tidak terealisasikan di toko Batik Soemowarso.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan yakni menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif dan membahas mengenai loyalitas kerja. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan terletak pada fokus penelitian yakni, penelitian terdahulu fokus pada faktor-faktor yang melatarbelakangi loyalitas kerja karyawan di toko Batik Soemowarso, strategi dan dampak yang timbul dalam mempertahankan loyalitas kerja di toko Batik Soemowarso, sedangkan penelitian yang dilakukan ini fokus pada strategi komunikasi organisasi yang terapkan dalam mempertahankan loyalitas kerja, serta faktor pendukung dan penghambat loyalitas kerja.

8. Roki Hebu, 2022. "Strategi Mempertahankan Loyalitas Kerja Sumber Daya Manusia (SDM) Dan Implikasinya Terhadap Produktivitas UMKM

Di Era Pandemi Covid 19 Pada Home Industri Kripik Tempe Sari Rasa Kota Malang” .

Metode penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengungkap fakta, peristiwa, fenomena, dan situasi yang terjadi selama penelitian pada Home Industry Kripik Tempe Sari Rasa Kota Malang. Hasil penelitian ini strategi mempertahankan loyalitas kerja yang dilakukan dengan 1.) dari sisi intensif, Ceo perusahaan memberikan bonus kepada karyawan agar tetap termotivasi untuk bekerja. 2.) program kesejahteraan karyawan dengan memberikan kemudahan bagi karyawan perusahaan seperti waktu istirahat yang dibayar dan memberikan hak cuti karyawan sesuai yang ditetapkan oleh pemerintah serta ditangani oleh perusahaan. 3.) perusahaan secara konsisten memberikan pembinaan kepada karyawan tentang pentingnya keselamatan kerja dan selalu memberikan edukasi agar kejadian yang tidak diinginkan seperti cedera tidak terjadi.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan yakni menggunakan metode pendekatan kualitatif dalam penelitian dan membahas mengenai loyalitas kerja. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan terletak pada fokus penelitian yakni penelitian yang dilakukan ini berfokus pada strategi komunikasi organisasi yang dilakukan untuk mempertahankan loyalitas kerja karyawan, sedangkan penelitian terdahulu berfokus pada strategi menjaga loyalitas

SDM dan implikasinya dalam produktivitas di era pademi covid 19 yang sedang melanda.

9. Ispawati Asri, 2022. “Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Pegawai Pusdiklat Tenaga Administrasi Kementerian Agama RI”.

Penelitian ini menggunakan konsep komunikasi organisasi, strategi komunikasi dan strategi komunikasi organisasi dengan menggunakan paradigma konstruktivism, pendekatan penelitian kualitatif, sifat penelitian deskriptif dan metode penelitian studi kasus. Hasil penelitian ini strategi komunikasi organisasi yang dilakukan Pusdiklat Kementerian Agama untuk meningkatkan semangat kerja di masa pandemi covid-19 terjalin dengan baik yakni proses penyebaran pesan secara serentak dan berurutan. Penggunaan penyebaran pesan ini disesuaikan dengan isi informasi yang disampaikan. Jika informasinya umum maka atasan akan menggunakan secara serentak, sebaliknya jika informasinya khusus harus disampaikan secara detail dan mendalam maka akan disampaikan secara berurutan.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan yakni menggunakan metode pendekatan kualitatif dalam penelitian dan membahas mengenai strategi komunikasi organisasi. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan terletak pada fokus penelitian yakni penelitian yang dilakukan berfokus pada strategi komunikasi organisasi yang dilakukan guna mempertahankan loyalitas kerja serta faktor pendukung dan penghambat dalam mempertahankan loyalitas kerja

didalam sebuah perusahaan, sedangkan penelitian terdahulu berfokus pada strategi komunikasi organisasi dalam membangun semangat pegawai yang terjadi pada waktu pandemi covid-19. Komunikasi yang berlangsung berbeda dari sebelum masa pandemi covid-19 yang dilingkungan instansi pemeerintahan.

10. Galuh Nandita, 2022. “Efektifitas Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan Dan Karyawan Terhadap Loyalitas Karyawan PT. Sejahtera Khatulistiwa Perkasa”.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi organisasi yang meliputi fungsi komunikasi organisasi, bentuk – bentuk komunikasi organisasi, dan berkaitan dengan aspek loyalitas karyawan. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalan wawancara, observasi dan dokumentasi. Subjek penelitian ini sendiri sudah pasti merupakan pimpinan dan karyawan yang ada di PT. Sejahtera Khatulistiwa Perkasa.

Hasil penelitian ini yakni 1.) komunikasi organisasi yang terjadi antara pimpinan dan karyawan di PT. Sejahtera Khatulistiwa Perkasa memberikan pengaruh terhadap karyawan, sehingga mereka memiliki loyalitas, kinerja kerja dan sikap mental yang positif. Terbentuknya loyalitas karyawan ini diwujudkan melalui berbagai bentuk komunikasi dan sikap yang terjadi didalam kantor. 2.) loyalitas karyawan di PT.

Sejahtera Khatulistiwa Perkasa dapat dilihat dari ketaatan karyawan

terhadap aturan dan kebijakan kantor, tanggung jawab yang besar terhadap pekerjaannya, kesolidan untuk bekerjasama, kecintaan terhadap pekerjaan dan semangat untuk bersama-sama memajukan kantor.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan yakni sama-sama menggunakan metode pendekatan kualitatif dalam penelitian. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan terletak pada fokus penelitian yakni penelitian yang dilakukan strategi komunikasi organisasi dalam mempertahankan loyalitas kerja serta faktor pendukung dan penghambat dalam loyalitas kerja, sedangkan penelitian terdahulu berfokus pada peran komunikasi organisasi yang terjadi pada PT. Sejahtera Khatulistiwa Perkasa dalam mewujudkan loyalitas karyawan dilihat dari fungsi dan bentuk komunikasi organisasi yang dihubungkan dengan aspek loyalitas karyawan.

Tabel 2.1

Tabel Persamaan dan Perbedaan

No	Nama	Persamaan	Perbedaan
1.	Khairunnas, (2019). “Implementasi Komunikasi Organisasi Dalam Loyalitas Kerja (Studi pada Kantor Camat Kecamatan Setia Kabupaten Aceh Barat Daya)”.	a. menggunakan metode penelitian kualitatif. b. membahas tentang komunikasi organisasi dalam loyalitas kerja	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan digunakan terletak pada: a. fokus penelitian b. Lokasi penelitian
2.	Yeyen Nisa Nur Hanifah, (2020). “Strategi Komunikasi Internal dalam Menjaga Loyalitas Karyawan di	a. Menggunakan metode penelitian kualitatif. b. Membahas mengenai	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan digunakan terletak pada:

No	Nama	Persamaan	Perbedaan
	BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto”.	mempertahankan loyalitas kerja	a. fokus penelitian b. Lokasi penelitian
3.	Yulia Andriani, (2020). “Komunikasi Organisasi Di PT Oze Mitra Nusantara Palembang Dalam Mempertahankan Loyalitas Karyawan”.	a. Menggunakan metode penelitian kualitatif b. Membahas mengenai loyalitas kerja	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan ada pada : a. Fokus Penelitian b. Lokasi Penelitian
4.	Ma’rifatus Sholihah, 2020. “Strategi Komunikasi dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan pada Usaha Jasa Pangkas Rambut Cak Tris di Pasar Senggol Lumajang”	a. Menggunakan metode penelitian kualitatif b. Membahas strategi komunikasi	Perbedaan penelitian yang akan dilakukan ini dengan penelitian terdahulu terletak pada: a. Fokus Penelitian b. Subyek yang diteliti
5.	Windayanti,dkk, (2021). .“Employer Branding Sebagai Strategi Komunikasi Organisasi Untuk Meningkatkan Loyalitas Karyawan PT. Pratama Utama.”	a. Menggunakan pendekatan penelitian kualitatif b. Membahas mengenai strategi komunikasi organisasi dalam mempertahankan loyalitas kerja	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan terletak pada : a. Fokus penelitian b. Metode penelitian studi kasus
6.	Taufan Praha Gunadi, (2021). “Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Menumbuhkan Motivasi Kerja Karyawan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Cv Harningsih”	a. Menggunakan metode penelitian kualitatif b. Membahas mengenai kmonikasi dalam loyalitas kerja	Perbedaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu terdapat pada : a. Fokus penelitian b. Lokasi Penelitian
7.	Desi Nur Safitri,dkk,	a. Menggunakan	Perbedaan penelitian

No	Nama	Persamaan	Perbedaan
	(2022). “ Analisis Strategi Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pada Toko Batik Soemowarso Surodikraman Ponorogo”.	metode penelitian kualitatif b. Membahas mengenai loyalitas kerja	terdahulu dengan penelitian yang dilakukan terletak pada: a. Fokus penelitian b. Lokasi penelitian
8.	Roki Hebu,dkk, (2022). . “Strategi Mempertahankan Loyalitas Kerja Sumber Daya Manusia (SDM) Dan Implikasinya Terhadap Produktivitas UMKM di Era Pandemi Covid 19 Pada Home”Industri Kripik Tempe Sari Rasa Kota Malang”	a. Menggunakan metode penelitian kualitatif Membahas mengenai loyalitas kerja	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan terletak pada: a. Fokus penelitian b. Lokasi penelitian
9.	Ispawati Asri, (2022). “Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Pegawai Pusdiklat Tenaga Administrasi Kementerian Agama RI”.	a. Menggunakan pendekatan penelitian kualitatif b. Membahas mengenai strategi komunikasi organisasi	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan terletak pada: a. fokus penelitian b. Metode penelitian studi kasus
10.	Galuh Nandita, (2022). “Efektifitas Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan Dan Loyalitas Karyawan PT. Sejahtera Khatulistiwa Perkasa”.	a. Menggunakan metode penelitian kualitatif b. Subyek Penelitian	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan terletak pada: a. Fokus penelitian

Sumber : diolah dari penelitian terdahulu)

Dari pemaparan penelitian terdahulu diatas terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaannya adalah menggunakan penelitian kualitatif dan beberapa membahas komunikasi organisasi untuk mempertahankan loyalitas

kerja. Perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya. Penelitian yang akan dilakukan tidak hanya berfokus pada strategi komunikasi organisasi melainkan juga pada faktor pendukung dan penghambat mempertahankan loyalitas kerja karyawan, sedangkan penelitian terdahulu kebanyakan fokus pada komunikasi organisasi guna mempertahankan dan menjaga loyalitas kerja karyawan saja

B. Kajian Teori

1. Strategi

Pengertian strategi ada beberapa macam sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dalam buku karya mereka masing-masing. Kata strategi berasal dari kata *strategos* dalam bahasa Yunani merupakan gabungan dari *stratos* atau tentara dan *egos* atau pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan.

Strategi adalah suatu desain perencanaan yang telah dirancang secara teliti oleh seseorang individu dan juga kelompok berdasarkan tujuan sebagaimana yang telah ditentukan. Dipergunakannya strategi, rencana yang telah disusun akan berjalan sesuai dengan pola yang telah dirancang. Di sisi lain, strategi dapat berguna sebagai antisipasi kemungkinan yang akan terjadi dalam perencanaan. Strategi bukan hanya sebuah perencanaan maupun sebagai *planning*, namun menunjukkan

penerapan serta pelaksanaan langkah-langkah yang tepat secara terstruktur, efektif, dan efisien dalam pelaksanaan.¹⁸

Dalam penyusunan strategi harus memperhatikan tujuan dan sasaran yang akan dicapai di waktu yang akan datang, selain itu suatu organisasi harus senantiasa berinteraksi dengan lingkungan dimana strategi tersebut akan dilaksanakan, sehingga strategi tersebut tidak bertentangan melainkan searah dan sesuai dengan kondisi lingkungan sehingga melihat kemampuan internal dan eksternal yang meliputi kekuatan dan kelemahan organisasinya. Oleh karena itu, strategi merupakan perluasan misi guna menjembatani organisasi dengan lingkungannya.

2. Strategi Komunikasi Organisasi

Strategi komunikasi hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) mencapai tujuan yang diinginkan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan taktik operasionalnya.

Strategi komunikasi organisasi merupakan rangkaian aktivitas yang sistematis, yang memungkinkan pemahaman terhadap khalayak, sasaran, mengidentifikasi saluran yang efektif dan opini melalui saluran tersebut dalam mempromosikan dan mempertahankan jenis perilaku tertentu. Strategi komunikasi organisasi bertujuan untuk meyakinkan opini publik yang membentuk sikap dan perilaku di dalam organisasi.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹⁸ Sumper Mulia Harahap, Strategi Komunikasi organisasi (Jakarta: Prenada,2022) hal. 58

Membangun komunikasi secara efektif dalam suatu organisasi untuk meminimalisasi adanya kesalahpahaman penyampaian pesan antarpelaku komunikasi, yaitu komunikator dengan komunikan. Menurut Mia Lasmi Wardiah dalam Teori Perilaku dan Budaya Organisasi, terdapat beberapa cara yang diterapkan dalam membangun komunikasi secara efektif dalam organisasi, antara lain:¹⁹

1. Penyampaian pesan secara profesional berdasarkan kemampuan serta kompetensi yang dimiliki secara perfect.
2. Terjadinya interaksi secara tepat sehingga mampu mengalih bahasakan isi pesan dengan baik dan jelas dalam kondisi serta suasana yang mendukung.
3. Mampu menyesuaikan budaya dalam dirinya dengan budaya lingkungan yang sedang dihadapi.
4. Pemberian fasilitas maupun jaminan dalam menyesuaikan diri sehingga mampu mengelola bermacam tekanan dari orang lain serta lingkungannya. Demikian, organisasi harus mampu menikmati prestasi dari anggota organisasi yang menghasilkan karya serta mampu mempertanggungjawabkan tugas yang telah diberikan kepadanya.

Adanya strategi komunikasi organisasi segala bentuk upaya dalam perencanaan untuk menciptakan komunikasi yang efektif dapat membantu membangun semangat kerja karyawan dalam bekerja. Apabila dalam strategi komunikasi organisasi terjadi kesalahan akan menimbulkan masalah baru, maka dari itu perlu adanya perencanaan oleh pimpinan guna memberi semangat kerja pada karyawan.

3. Komunikasi

Komunikasi memiliki banyak makna dan banyak definisi yang diungkapkan para ahli yang membahas tentang teori komunikasi. Definisi komunikasi seperti yang diungkapkan oleh Shannon dan Weaver bahwa komunikasi adalah bentuk transaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi yang menggunakan bahasa verbal, termasuk juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi.²⁰

Komunikasi dapat disimpulkan sebagai proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku baik secara lisan, langsung maupun melalui media, atau komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain.

²⁰ RR. Ponco Dewi Karyaningsih, Ilmu Komunikasi, (Yogyakarta: Samudera Biru, 2018), h. 3

a. Proses Komunikasi

Komunikasi tidak bisa lepas dari proses. Oleh karena itu apakah suatu komunikasi dapat berlangsung dengan baik atau tidak tergantung dari proses yang berlangsung tersebut.

Menurut Effendy proses komunikasi terbagi dua tahap, yakni: proses komunikasi primer dan komunikasi sekunder.

1) Proses Komunikasi Primer

Proses komunikasi primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kias, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya.²¹

Komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan perkataan lain, komunikasi adalah proses membuat pesan setara.

2) Proses Komunikasi Sekunder

Proses komunikasi sekunder merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu. Seorang komunikator menggunakan media media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh atau dengan jumlah yang banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi,

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²¹ RR. Ponco Dewi Karyaningsih, Ilmu Komunikasi, (Yogyakarta: Samudera Biru, 2018), h 24

film, internet, dan lain-lain adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Media kedua ini memudahkan proses komunikasi yang disampaikan dengan meminimalisir berbagai keterbatasan manusia mengenai jarak, ruang, dan waktu.²²

b. Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi menurut para ahli diantaranya yaitu menurut Thomas M. Scheidel mengatakan bahwa manusia itu pada umumnya berkomunikasi untuk saling menyatakan dan mendukung identitas diri mereka dan untuk membangun interaksi sosial dengan orang-orang disekelilingnya serta untuk mempengaruhi orang lain agar berpikir, merasa, ataupun bertindak seperti apa yang kita harapkan. Rudolf F. Verderber komunikasi memiliki 2 fungsi yakni fungsi sosial dan fungsi pengambilan keputusan. Fungsi sosial bertujuan untuk kesenangan, menunjukkan ikatan, membangun dan memelihara hubungan dengan orang lain. Sedangkan fungsi pengambilan keputusan ialah memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan terhadap sesuatu pada saat-saat tertentu.²³

4. Komunikasi Organisasi

Menurut Everest M. Rogers dalam bukunya *Communication in Organization*, mendefinisikan organisasi merupakan suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerjasama mencapai tujuan bersama, melalui

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id
²² Nur Azmi, *Pola Komunikasi Pimpinan Dalam Meningkatkan Loyalitas Karyawan* (Jom Fisip : Vol.2 No.2 Oktober 2015), h.7

²³ RR. Ponco Dewi Karyaningsih, *Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Samudera Biru, 2018), h. 5

jenjang kepangkatan, dan pembagian tugas. Selain itu Robert Bonington dalam buku *Modern Business: A Systems Approach*, mendefinisikan organisasi sebagai sarana dimana manajemen mengoordinasikan sumber bahan dan sumber daya manusia melalui pola struktur formal dari tugas-tugas dan wewenang.²⁴

Komunikasi organisasi melibatkan bentuk-bentuk komunikasi anatarpribadi dan komunikasi kelompok. Pembahasan komunikasi organisasi antara lain menyangkut struktur dan fungsi organisasi, hubungan antarmanusia, komunikasi dan proses pengorganisasian serta budaya organisasi. Komunikasi organisasi diberi batasan sebagai arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain meliputi arus komunikasi vertikal dan horizontal.

a. Fungsi Komunikasi Organisasi

1.) Fungsi Informatif

Organisasi dipandang sebagai suatu sistem proses informasi. Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik, dan lebih tepat.

2.) Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Ada dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif

Pertama, atasan atau orang yang berada dalam tatanan manajemen, yaitu mereka memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan.

Kedua, berkaitan dengan pesan ataupun message, pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja.

3.) Fungsi Persuasif

Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil yang sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan lebih suka memersuasi bawahannya daripada memberi perintah.

4.) Fungsi Integratif

Setiap organisasi berusaha menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas atau pekerjaan dengan baik.²⁵

b. Peranan Komunikasi Organisasi

Peranan komunikasi dalam timbal balik dalam organisasi ini sangatlah penting dalam pergaulan manusia, tanpa komunikasi masyarakat tidak terbentuk, karena komunikasi interpersonal/ kelompok sangat menentukan keberhasilan komunikasi timbal balik dalam organisasi.²⁶ Adapun sebagai makhluk sosial, setiap manusia senantiasa berinteraksi dengan manusia lainnya, bahkan cenderung

²⁵ Siti Roskina Mas, Ikhfan Haris, *Komunikasi Dalam Organisasi (Teori dan Aplikasi)*, (Gorontalo: UNG Press, 2020) h. 32-33

²⁶ Aris Febri Rahmanto, *Peranan Komunikasi dalam Suatu Organisasi*, (Jurnal Komunikologi: Vol.1 No.2 Sempتمبر 2004) h. 61-62

hidup berkelompok atau berorganisasi untuk mencapai tujuan bersama yang tidak mungkin dicapai sendiri. Interaksi dan kerjasama ini akan terus berkembang dengan teratur sehingga membentuk wadah yang disebut organisasi. Interaksi atau hubungan antar individu-individu dan kelompok/tim dalam setiap organisasi akan memunculkan harapan-harapan. Harapan ini kemudian akan menimbulkan peranan-peranan tertentu yang harus diemban oleh masing-masing individu untuk mewujudkan visi, misi, dan tujuan organisasi/ kelompok.

Efektivitas organisasi terletak pada efektifitas komunikasi, sebab komunikasi itu penting untuk menghasilkan pemahaman yang sama antara pengirim informasi dengan penerima informasi pada semua tingkatan/ level dalam organisasi. Selain itu komunikasi juga berperan untuk membangun iklim organisasi yang pada akhirnya dapat mempengaruhi efisiensi dan produktivitas organisasi.

c. **Hambatan Komunikasi Organisasi**

Hambatan atau gangguan merupakan pengaruh dari dalam maupun dari luar individu, atau lingkungan yang merusak aliran atau isi pesan yang dikirimkan atau diterima. Kelancaran komunikasi mempengaruhi efisiensi kerja. Cara yang efektif agar proses komunikasi atasan dan bawahan dapat berjalan dengan lancar.

Penyebab dari hambatan komunikasi dari atasan antara lain, sebagai berikut:

1.) **Komunikator berpikir dalam lingkup dirinya sendiri**

- 2.) Berbicara dalam konteks penuh rahasia dan disampaikan dalam waktu yang kurang tepat
- 3.) Tanpa memberi contoh nyata, penjelasan yang sifatnya umum
- 4.) Bersikap diktator, kurang menggunakan perasaan sebagai pimpinan
- 5.) Kurang menggunakan perasaan sebagai teman
- 6.) Terlalu cepat mengambil keputusan

Salah satu hambatan terbesar dalam kelancaran arus komunikasi adalah arus atau sikap yang sudah melekat, membudaya dalam organisasi itu sendiri, terdapat jarak fisik antar orang, karena waktu yang dibutuhkan dalam sistem komunikasi organisasi memerlukan waktu yang cukup panjang dalam prosesnya. Hal itu dapat memadamkan semangat didalam proses penyampaian pesan, sehingga pesan yang akan disampaikan dapat berubah atau menyimpang.²⁷

Fielding menyebutkan ada lima hambatan utama dalam komunikasi ke bawahan antara lain:

- 1.) Pimpinan tidak mengerti tipe pesan seperti apa yang sesuai untuk bawahan.
- 2.) Pimpinan tidak mengerti seberapa banyak informasi yang sampai kepada bawahan.

- 3.) Masalah dengan karyawan yang tidak memiliki kesadaran untuk mengakses informasi.
- 4.) Informasi yang disampaikan kepada bawahan tidak selalu relevan.
- 5.) Terlalu banyak informasi yang disampaikan kepada bawahan²⁸

5. Loyalitas Kerja.

Richard Coughlan berpendapat mengenai loyalitas karyawan, bahwa “loyalitas merupakan tindak etis seseorang karyawan dalam melakukan pekerjaan dan bersosialisasi atau berinteraksi dengan rekan kerja”. Dan menurut pendapat Jasna Auer Antoncic, mengatakan bahwa loyalitas adalah “apabila karyawan memiliki kesadaran dan tanpa paksa untuk berkomitmen menjalankan tanggungjawab dan berupaya memberikan kinerja yang terbaik bagi perusahaan.”²⁹

Pemimpin perlu membangun komunikasi yang baik sehingga karyawan memiliki loyalitas dan dedikasi tinggi terhadap perusahaan. Hal ini dikarenakan dalam memajukan suatu perusahaan dibutuhkan kerjasama yang baik diantara berbagai pihak didalam perusahaan tersebut, mulai dari sesama karyawan, manajemen didalam perusahaan sampai pada pimpinan perusahaan.

²⁸ Pricilia Johanna, *Hambatan Downward Communication Antara Pimpinan Dan Karyawan PT. Makmur Jaya*, (Jurnal E-Komunikasi Vol. 1 No. 2, 2013) h. 28

²⁹ Rio Marpaung dan Marina Krisna, *Pengaruh Kecerdasan Emosional Pemimpin terhadap Kinerja dan Loyalitas Karyawan di PT. Riau Andalan Plup and Paper Bisnis Unit Riau Fiber* (Jurnal Aplikasi Manajemen: Vol 10 No.3 September 2012), h.685

a. Faktor-Faktor Loyalitas Kerja

Faktor–faktor yang memengaruhi loyalitas karyawan ialah:³⁰

1. Adanya fasilitas-fasilitas kerja,
2. tunjangan kesejahteraan
3. suasana kerja
4. upah yang diterima
5. kedisiplinan karyawan
6. karakteristik pribadi individu atau karyawan
7. karakteristik pekerjaan
8. karakteristik desain organisasi
9. pengalaman yang diperoleh selama karyawan menekuni pekerjaan itu

b. Indikator Loyalitas Kerja

Loyalitas kerja karyawan tidak terbentuk begitu saja dalam organisasi, tetapi ada indikator yang terdapat didalamnya yang mewujudkan loyalitas kerja karyawan. indikator untuk mengukur loyalitas karyawan perusahaan yaitu :

1. Keberadaan karyawan Indikator:
 - a. lamanya masa kerja karyawan di perusahaan
 - b.ingin menghabiskan karirnya di perusahaan dan merasa berat untuk meninggalkan perusahaan.
2. Keterlibatan karyawan Indikator:
 - a. karyawan selalu berusaha untuk menjaga citra perusahaan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

³⁰ Soegandhi, d. Manajemen Personalia (Manajemen Sumber Daya Manusia). (Jakarta: Ghalia Indonesia,2013) hal. 68

- b. karyawan berusaha untuk mendapatkan hasil terbaik dari pekerjaan mereka demi kemajuan perusahaan
- c. karyawan juga menyarankan atasan mereka untuk meningkatkan divisi mereka.

3. Kebanggaan karyawan Indikator:

- a. karyawan suka berbagi cerita pekerjaan mereka dengan orang lain
- b. karyawan menggambarkan perusahaan sebagai perusahaan yang ideal
- c. selain itu, karyawan percaya bahwa bekerja di perusahaan adalah pilihan terbaik dalam hidup mereka.³¹

Hal serupa dikemukakan oleh Dewi Iqlima dan Endang Widyastuti dengan menjelaskan bahwa “terdapat beberapa aspek yang menitikberatkan aspek loyalitas perusahaan, antara lain: 1) kesetiaan, dorongan yang kuat untuk tetap bergabung dalam perusahaan. 2) komitmen, berkeinginan untuk berusaha semaksimal mungkin untuk memajukan perusahaan 3) tingkat kepercayaan, kepercayaan yang pasti dan penerimaan yang penuh atas nilai-nilai perusahaan.”³²

³¹ Soegandhi, d. Manajemen Personalia (Manajemen Sumber Daya Manusia). (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2013) hal. 70

³² Dewi Iqlima Sari dan Endang Widyastuti, *Loyalitas Karyawan Ditinjau dari Persepsi terhadap Penerapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K-3)* (Jurnal Psikologi: Universitas Setia Budi), h.3

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang dan perilaku yang diamati.³³ Penelitian dilakukan pada obyek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna.³⁴

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dimana penelitian dilakukan dengan cara menggali data di lapangan atau lokasi penelitian.³⁵

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UD. Sri Rejeki yang beralamatkan di Jl. Margo Utomo, Krajan 1, setail, Genteng Banyuwangi Jawa Timur. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena UD. Sri Rejeki ini merupakan usaha cukup besar dengan karyawan yang sekitar 30 an atau lebih karyawan yang memiliki tugas masing-masing dan bertanggung jawab dengan tugas atau pekerjaan

³³ Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: UPN Veteran, 2020), 19

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung:Alfabeta,2017), 9.

³⁵ Abdurrahman Fatoni, *Metodologi Penelitian Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta:Rineka Cipta,2006) hal.22

yang telah diberikan. Dan saling menjaga komunikasi diantara atasan dan bawahan guna bertahan ditengah persaingan usaha yang semakin ketat.

C. Subyek Penelitian

Pada bagian ini dilaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi data apa saja yang diperoleh, siapa yang hendak dijadikan informan atau subyek penelitian, bagaimana data akan dicari dan dijaring sehingga validitasnyadapat dijamin.³⁶

Untuk mendukung data peneliti menggunakan teknik Purposive sampling yaitu pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut yang dianggap paling tau tentang yang diharapkan peneliti sehingga akan memudahkan penelitian.³⁷ Adapun informan yang ada dalam penelitian antara lain :

1. Ibu Aprin sebagai pemilik dan pengelola UD. Sri Rejeki
2. Ibu Eni sebagai Penanggungjawab Karyawan di UD. Sri Rejeki
3. Ibu Konik sebagai Karyawan di UD. Sri Rejeki
4. Ibu Mujayanah sebagai Karyawan di UD. Sri Rejeki
5. Ibu Muslik sebagai Pelanggan di UD Sri Rejeki
6. Ibu Santi sebagai Pelanggan di UD Sri Rejeki

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian ini adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

³⁶ Tim Penyusun, 47

³⁷ Sugiyono, 219

mendapatkan data yang memenuhi standart data yang ditetapkan.³⁸ Adapun data teknik dan instrumen pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi

Catwright mendefinisikan observasi sebagai suatu proses melihat, mengamati, dan mencermati serta merekam perilaku sistematis untuk tujuan tertentu. Tujuan observasi untuk mendeskripsikan perilaku obyek serta memahaminya. Maka inti dari obsevasi adalah adanya perilaku yang tampak dan adanya tujuan yang ingi dicapai, perilaku yang tampak dapat berupa perilaku yang dapat dilihat langsung.³⁹ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan obsevasi partisipatif pasif (passive participation). Jadi hal ini peneliti datang ke tempat kegiatan orang yang diamati, namun tidak berpartisipasi atau terlibat dalam kegiatan tersebut.⁴⁰

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan mengamati komunikasi organisasi di UD. Sri Rejeki Kecamatan Genteng serta faktor-faktor penghambat dan pendukung yang mempengaruhi loyalitas kerja para karyawan.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung dengan objek yang diteliti. Dalam hal ini peneliti menggunakan wawancara terstruktur dengan mengadakan tanya jawab langsung dengan informan guna mendapatkan informasi lebih mendalam.

³⁸ Sugiyono, 224

³⁹ Murdiyanto, 54

⁴⁰ Sugiyono, 227

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari atau mengumpulkan data mengenai cacatan peristiwa yang sudah berlalu terhadap penelitian yang sudah berlalu terhadap penelitian yang sedang diteliti berupa benda tertulis maupun gambar. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian. Dengan menggunakan teknik dokumentasi, maka peneliti dapat melampirkan bukti-bukti yang mendukung penelitian dengan nyata berupa paper. Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁴¹

E. Analisis Data

Metode analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Menurut Miles dan Huberman bahwa dalam proses melakukan analisis data dengan cara sebagai berikut:⁴²

a. Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data merupakan sebuah kegiatan pengumpulan atau pencatatan kembali data yang sudah didapatkan dari

⁴¹ Sugiyono, 240

⁴² Miles, Matthew B & Huberman, A. Michael. Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru. (Jakarta : UI Press, 1992) hal. 15-21

lapangan. Baik berupa wawancara, foto, dsb. Sehingga data dengan mudah dikelompokkan menjadi satu.

b. Reduksi Data

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan kepada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang telah jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan, seperti komputer, notebook, dan lain sebagainya.

Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan. Oleh karena itu, apabila peneliti dalam melakukan penelitian menemukan segala sesuatu yang dipandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, justru itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data. Reduksi data merupakan proses berpikir sensitif yang memerlukan kecerdasan, keeluasaan, dan kedalaman wawasan.

c. Penyajian Data

Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori dan sebagainya. Menurut Miles dan Huberman, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasar apa yang telah dipahami tersebut. Selanjutnya oleh Miles Huberman disarankan agar dalam melakukan penyajian data, selain dengan teks yang naratif, juga dapat berupa grafik, matriks, network (jaringan Kerja), dan chart.

d. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan atau verifikasi data merupakan kesimpulan yang mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data dibutuhkan untuk membuktikan bahwa data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya melalui verifikasi data. Dalam penelitian ini triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnyadimintakan kesepakatan (*member check*) dengan ketiga sumber tersebut.⁴³

⁴³ Sugiyono , 274

G. Tahap – Tahap Penelitian

Pada bagian ini menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan peneliti, melalui dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitian sebenarnya, dan sampai pada penulisan laporan.⁴⁴ Secara garis besar, penelitian kualitatif menembuh tiga tahapan yaitu: tahapan pra lapangan, tahapan pekerjaan lapangan, dan tahapan analisis atau interpretasi data. Adapun tahapan-tahapan tersebut sebagai berikut:

1. Tahap pra lapangan

Pada tahapan ini, kegiatan yang dilakukan peneliti adalah :

- a. Menyusun rencana penelitian secara fleksibel (membuat desain penelitian) dan emilih lapangan penelitian
- b. Mengurus perizinan untuk melakukan penelitian kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan.
- c. Menjajaki dan menilai lapangan:
 - 1) Pemahaman atas petunjuk dan cara hidup peserta penelitian
 - 2) Memahami pandangan hidup peserta penelitian
 - 3) Penyesuain diri dengan keadaan lingkungan tempat atau latar penelitian
- d. Memilih dan memanfaatkan informan
- e. Menyiapkan perlengkapan penelitian serta Memperhatikan etika penelitian

⁴⁴ Tim Penyusun, 48

2. Tahap pekerjaan lapangan.

Pada tahapan ini yang dilakukan peneliti adalah:

- a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri dengan cara pembatasan latar peneliti, penampilan, pengenalan hubungan peneliti di lapangan dan jangka waktu penelitian.
 - b. Memasuki lapangan, maksudnya disini ialah membangun keakraban hubungan, mempelajari bahasa dan peranan peneliti.
 - c. Berperan serta dalam pengumpulan data dengan cara mencatat data, analisis lapangan
- ## 3. Tahap evaluasi dan pelaporan

Setelah analisis dilakukan, selanjutnya akan dilakukan interpretasi data atau penafsiran data. Penafsiran data merupakan upaya untuk memperoleh arti atau makna yang lebih mendalam dan luas terhadap hasil penelitian yang dilakukan.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Pusat Oleh – Oleh Khas Banyuwangi UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi

Usaha oleh-oleh ini didirikan pada tahun 1980 dengan dilatarbelakangi faktor ekonomi keluarga. Kebutuhan ekonomi yang semakin meningkat membuat pemilik usaha mencoba mencari penghasilan tambahan dengan membuat kue dan menjualnya dipasar tradisional. Mulai dari berbagai macam krupuk, kue basah dan kue kering. Hingga kemudian mencoba membuat kue bolu khas Banyuwangi yang awalnya hanya untuk oleh-oleh keluarga akan tetapi lama-kelamaan banyak masyarakat yang tau dan meminta untuk dibuatkan untuk oleh-oleh keluarganya. Akhirnya pemilik usaha mulai membuat kue-kue kering khas Banyuwangi lainnya untuk dipasarkan. Karena tanggapan pasar yang bagus, maka pemilik usaha memutuskan untuk mengembangkan produksi kue khas Banyuwangi sebagai oleh-oleh ini sampai seperti sekarang ini.

Pada mulanya produksi dilakukan sendiri oleh pemilik usaha dengan dibantu oleh keluarga dan menggunakan cara yang tradisional, seperti mencampur bahan-bahan kue secara manual dengan tangan dan membuat kue sedikit-sedikit karena minimnya peralatan yang dimiliki sehingga menggunakannya secara bergantian. Namun dengan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

berjalannya waktu usaha kue khas banyuwangi ini semakin berkembang dipasaran dan banyak diminati oleh masyarakat sehingga pemilik usaha tidak mampu jika harus memproduksi sendirian. Maka dari itu pemilik usaha mulai membuka lapangan pekerjaan dengan memperkerjakan orang-orang dilingkungan sekitar yang membutuhkan penghasilan tambahan, agar produksi yang dilakukan dapat memenuhi permintaan pasar yang semakin meningkat.

Dengan berjalannya waktu usaha produksi kue khas Banyuwangi ini semakin berkembang pesat, dengan memperluas jangkauan pasar ke berbagai daerah di pulau Jawa dan mulai membuka toko dengan berbagai hasil produksi yang dihasilkan. Maka dari itu tenaga kerja yang dibutuhkan untuk memproduksi juga semakin bertambah dan juga alat yang digunakan untuk produksi semakin modern dan banyak untuk memudahkan para pekerja dalam memproduksi kue khas Banyuwangi ini untuk dipasarkan. Dengan semakin banyak pekerja dibutuhkan hubungan baik diantara para pekerja dan juga antara pekerja dan pemilik usaha guna semakin majunya usaha oleh-oleh khas banyuwangi ini.

2. Letak Geografis Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi

Pusat oleh-oleh khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki ini berada di Jl. Margo Utomo, Krajan 1, Setail, Kec. Genteng, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur 68465

3. Visi dan Misi Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi

a. Visi

Memberikan keberkahan dan kebaikan dalam cita rasa kue khas yang dapat dinikmati bersama

b. Misi

- 1) Memberikan pelayanan terbaik dalam meningkatkan usaha
- 2) Selalu mengoptimalkan kualitas produk agar tidak mengecewakan pembeli
- 3) Berusaha selalu menerima segala masukan postif untuk kemajuan produk

4. Struktur Organisasi Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi

Struktur organisasi merupakan suatu diagram yang menggambarkan rantai perintah, hubungan pekerjaan, tanggungjawab, rentang kendali dan pimpinan organisasi berfungsi sebagai kerangka kerja dan tugas pekerjaan yang dibagi, dikelompokkan dan di koordinasi secara formal. Struktur organisasi menunjukkan alur perintah yang mengidentifikasi jabatan pekerjaan yang harus dipertanggungjawabkan atas sebuah perusahaan. Sehingga akan terlihat jelas siapa yang bertanggungjawab atas sebuah pekerjaan dalam satu bidang.

Berikut ini merupakan struktur organisasi Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi

Gambar 4.1

**Struktur Organisasi Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi UD. Sri Rejeki
Genteng Banyuwangi**



Sumber: UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi

**5. Deskripsi Jabatan (*Job Description*) Pusat Oleh-Oleh Khas
Banyuwangi UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi**

Adapun tugas dan wewenang subyek Penelitian dalam struktur organisasi tersebut sebagai berikut :

a. Pemilik atau Owner usaha

Seorang owner bertanggungjawab dalam mengelola perusahaan sesuai dengan visi dan misi untuk keberhasilan suatu usaha serta bertanggungjawab terhadap seluruh aset perusahaan, baik itu aset financial maupun aset lainnya. Tanggungjawab

seorang owner tidak hanya sebatas pada aspek financial saja,

akan tetapi juga termasuk aspek hukum, manajemen, dan strategi bisnis. Owner juga memiliki tugas untuk mengevaluasi hasil kinerja para kerja dalam melakukan pekerjaannya.

b. Manajer

Tugas dan wewenang manager ialah,

- 1.) Mengawasi jalannya operasional bisnis
- 2.) Mengembangkan rencana bisnis
- 3.) Mengambil langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan bisnis
- 4.) Mengurus segala keperluan perusahaan, baik antar individu, institusi, organisasi maupun perusahaan lain.

c. Administrasi keuangan

Tugas dan tanggungjawab administrasi keuangan ialah,

- 1.) Membuat rencana keuangan
- 2.) Mengatur arus keuangan perusahaan
- 3.) Menyusun kebijakan anggaran keuangan perusahaan
- 4.) Mencatat pemasukan dan pengeluaran keuangan dalam perusahaan
- 5.) Merekap upah gaji yang akan diberikan kepada pekerja atas hasil kerjanya

d. Koordinator karyawan

Tugas dan wewenang koordinator karyawan yakni:

- 1.) Seorang yang ditunjuk menjadi koordinator karyawan memiliki tanggungjawab menjadi perantara hubungan antara karyawan dan atasan
- 2.) Menjadi pengawas dalam menilai kinerja karyawan
- 3.) Bertanggungjawab penuh terhadap segala hal terkait karyawan
- 4.) Menggordinir atau mengatur karyawan dalam melakukan pekerjaan agar menghasilkan hasil kerja yang baik.
- 5.) Ikut membantu mengatur kebijakan dari atasan seperti kebijakan strategi yang diupayakan dalam menjaga hubungan baik dalam bekerja

B. Penyajian Data dan Analisis

Setiap penelitian disertai dengan penyajian data sebagai penguat, kemudian data-data tersebut dianalisis dengan metode analisis data deskriptif sehingga menghasilkan suatu kesimpulan. Penelitian ini menggunakan metode observasi dan wawancara, untuk memperoleh data yang berkaitan dan mendukung penelitian. Akan tetapi supaya lebih memberikan porsi yang lebih intensif dan berimbang, maka juga dilakukan dengan menggunakan metode dokumentasi.

Penelitian ini berusaha memaparkan gambaran tentang strategi komunikasi organisasi dalam mempertahankan loyalitas kerja karyawan pusat oleh-oleh khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi.

Penyajian dan analisis data dari masing-masing fokus penelitian :

1. Strategi Komunikasi Organisasi dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi

Dalam memperoleh data terkait strategi komunikasi organisasi dalam mempertahankan loyalitas kerja karyawan pusat oleh-oleh khas Banyuwangi, peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Aprin selaku pemilik usaha pusat oleh-oleh khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi. Strategi komunikasi yang diterapkan oleh pemilik usaha diharapkan dapat lebih mempertahankan loyalitas kerja para karyawannya. Ibu aprin mengatakan bahwa :

“ Untuk komunikasi yang biasa saya diterapkan agar hubungan kerja terjalin baik diantara para pekerja dengan saya, yakni dengan berusaha bersikap ramah dan mengayomi mereka, karena pada hakikatnya orang-orang yang bekerja di tempat saya orang-orang yang mencoba membantu perekonomian keluarga dan dari rentan usia yang berbeda-beda ada yang seumuran dengan saya ada juga yang lebih tua atau sedikit lebih muda dari saya. Maka dari itu saya berusaha bersikap baik kepada mereka agar para pekerja merasa nyaman dalam bekerja sehingga pekerjaan mereka dapat dikerjakan dengan baik dan menghasilkan produk yang bagus untuk perusahaan. Selain itu untuk menjaga komunikasi atau hubungan baik tetap terjalin, saya mengadakan beberapa kegiatan yang dapat saya dan para karyawan lakukan bersama untuk semakin mempererat hubungan baik ini menjadi lebih kekeluargaan dengan para pekerjaan. Kegiatan yang saya adakan ini dilakukan pada waktu-waktu tertentu saja tapi kegiatan tersebut pasti ada.”⁴⁵

Sama seperti yang dikatakan Ibu Aprin sebagai pemilik, Ibu Eni sebagai salah satu koordinator karyawan pusat oleh khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki juga menjelaskan betapa penting komunikasi yang harus

⁴⁵ Aprin, diwawancara oleh alviani, Banyuwangi, 12 Juni 2023.

terus terjalin diantara para pelaku usaha dilingkungan kerja ini. Ibu Eni mengatakan saat di wawancarai bahwa :

“ Dalam menjaga komunikasi yang baik pemilik usaha berusaha menjadi seorang pemimpin yang mengayomi para pekerja supaya para pekerja merasa nyaman selama bekerja dan juga untuk membangun hubungan yang baik diantara pekerja dan atasan saya sebagai orang yang bertugas menjadi penengah diantara kedua belah pihak karena jika ada hal apapun yang diterjadi pada pekerja harus melalui saya sebagai koordinator karyawan untuk nantinya dibicarakan dengan pemilik usaha. Selain itu agar komunikasi terjalin baik pemilik usaha biasanya mengadakan kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan bersama-sama dengan para pekerjanya seperti diadakannya kegiatan senam pagi setiap hari rabu sebelum memulai bekerja agar para pekerja semakin bersemangat dan sehat selalu dan menurut saya hal itu dapat menjadi salah cara komunikasi yang dilakukan pemilik usaha dengan memberikan sedikit hiburan untuk para karyawan agar mereka merasa nyaman dalam bekerja di usaha ini.”⁴⁶

Selaras dengan dengan yang dikatakan Ibu Qoni’ah sebagai salah satu karyawan yang bekerja di pusat oleh-oleh khas banyuwangi di UD. Sri Rejeki berpendapat bagaimana penting hubungan atau komunikasi yang harus ada diantara pemilik usaha dan pekerja maupun pekerja dengan pekerja lainnya. Ibu Qoni’ah berkata bahwa :

“ Menurut saya cara komunikasi yang dilakukan pemilik usaha untuk membuat para karyawannya merasa nyaman dan betah untuk bekerja di usaha ini dengan selalu berusaha dekat dengan pekerja melalui sikap yang ditunjukkan kepada kami para pekerjanya. Rasa segan atau sungkan terhadap pemilik usaha itu pasti ada apalagi saya dan para pekerja hanya seorang bawahan tapi pemilik usaha selalu berusaha merangkul atau mendekatkan diri kepada kita para pekerja dengan cara mendatangi kami pada saat kami sedang bekerja walaupun hanya untuk menyapa atau mengajak kami berbicara hal-hal sederhana untuk mengusir rasa jenuh kami saat bekerja. Sikap seperti itulah yang membuat saya merasa nyaman berkerja disini itu karena pemilik usaha dan para pekerja sangat baik, rasa kekeluargaan dalam bekerja itu sangat terasa dan hal itu

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁴⁶ Eni, diwawancarai oleh alviani, Banyuwangi, 15 Juni 2023.

membuat saat pribadi merasa nyaman. Komunikasi yang terjalin baik ini membuat saya mendapatkan teman-teman baru yang sebelumnya tidak saya temui, karena awalnya saya hanya seorang ibu rumah tangga biasa yang berusaha membantu perekonomian keluarga dengan bekerja dan saya sangat bersyukur bisa bekerja disini.”⁴⁷

Pernyataan lain dari Ibu Mujayanah salah satu karyawan di usaha pusat oleh-oleh khas Banyuwangi UD. Sri Rejeki ini tentang strategi komunikasi yang diterapkan guna menjaga loyalitas kerjab diantara para pekerjanya juga senada dengan apa yang dikatakan diatas yaitu :

“ hubungan kerja yang baik antara pemilik usaha dan karyawan begitupun dengan karyawan dan karyawan lain sangat membuat kenyamanan dalam bekerja, tidak adanya kecanggungan diantara para pekerja satu sama lain tapi kalau dengan pemilik kita pastinya ada sedikit kecanggungan tapi mungkin lebih dibilang segan kepada beliau karena bagaimanapun beliau adalah atasan. Sikap pemilik usaha yang rendah hati dan juga membuat saya pribadi merasa betah dan nyaman selama bekerja disini. selain itu beliau itu bisa dikatakan sangat memikirkan tentang nyaman kita para pekerja dengan melakukan berbagai kegiatan yang bisa sedikit mengistirahatkan diri para karyawannya dari pekerjaan yang dilakukan setiap harinya. Kalau perihal bayarannya yang diberikan oleh atasannya sangat memuaskan, karena sesuai dengan apa yang kita lakukan dan itu membuat nyaman dalam bekerja di usaha ini semakin meningkat.”⁴⁸

Wawancara tidak hanya dilakukan dengan pemilik usaha dan para karyawan, melainkan dengan beberapa pelanggan yang membeli hasil produksi di UD Sri Rejeki. Seperti Ibu Muslik dan Ibu Santi yang merupakan pelanggan tetap di UD. Sri Rejeki, beliau menjelaskan tentang strategi komunikasi organisasi dalam mempertahankan loyalitas

⁴⁷ Qoni'ah, diwawancara oleh alviani, Banyuwangi, 25 Juni 2023

⁴⁸ Mujayanah, diwawancara oleh alviani, Banyuwangi, 25 Juni 2023

karyawan di UD Sri rejeki dari yang mereka lihat. Ibu Muslik dan Ibu Santi mengatakan hal yang hampir sama, beliau mengatakan:

“ Kalau menurut saya yang hanya orang luar, hanya sebagai pelanggan yang sering belanja disini strategi komunikasi yang diterapkan untuk mempertahankan loyalitas karyawan yang bekerja disini menurut saya sudah cukup baik. Terbukti dengan beberapa kali saya kesini setiap hari kamis sore ataupun minggu pagi, saya melihat para pekerja dengan pemilik usaha melakukan berbagai kegiatan sebagai sarana komunikasi seperti kegiatan pengajian dan istighosah bersama. Serta yang pernah saya dengar pemilik usaha juga setiap satu tahun sekali mengajak para pekerja berlibur ke tempat rekreasi untuk terciptanya hubungan kekeluargaan yang semakin erat dan menurut saya itu cukup efektif agar para karyawan betah bekerja disini.”⁴⁹

Berdasarkan analisis data bahwa komunikasi bisnis atau komunikasi organisasi tidak bisa lepas dari kegiatan usaha. Komunikasi merupakan kegiatan manusia dalam berinteraksi antar sesama yang bertujuan membangun suatu hubungan baik. Komunikasi yang baik terletak pada strategi yang di miliki oleh masing-masing para pelaku usaha dalam melakukan kegiatan usaha. Apabila pelaku usaha memiliki strategi komunikasi bisnis yang baik maka hubungan bisnis yang dilakukan antar sesama pelaku usaha baik pemilik usaha atau karyawan akan saling menguntungkan. Contohnya saling memahami kondisi didalam suatu usaha dan selalu mencoba mencari jalan keluar apabila ada masalah diantara pemilik usaha dengan karyawan yang bekerja di usaha tersebut. Agar tercipta suasana lingkungan kerja yang nyaman diperlukan komunikasi yang baik pula diantara para pelaku usaha selain

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁴⁹ Muslik dan Santi, diwawancarai oleh alviani, Banyuwangi 18 Desember 2023

itu kenyamanan yang diberikan oleh perusahaan dapat membuat karyawan betah bekerja di perusahaan ini. Apalagi usaha pusat oleh-oleh khas Banyuwangi UD. Sri Rejeki bergerak pada bidang usaha barang yang mana diperlukannya hubungan baik diantara para pelaku usaha untuk menghasilkan barang yang berkualitas terbaik untuk meningkatkan mutu perusahaan atau usaha. Menurut hasil observasi yang peneliti lakukan hal itu selaras dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi

Untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam mempertahankan loyalitas kerja karyawan pusat oleh-oleh khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki dilakukan beberapa wawancara. Faktor pendukung dan penghambat dari setiap pelaku usaha pastinya berbeda-beda tergantung peran mereka dalam usaha tersebut. Adapun wawancara dilakukan dengan Ibu Aprin selaku pemilik usaha pusat oleh-oleh khas Banyuwangi UD. Sri Rejeki. Ibu Aprin mengungkapkan bahwa :

“Kalau faktor pendukung usaha ini yang mana awalnya usaha ini didirikan oleh orang tua saya yang kemudian dilanjutkan oleh saya, menurut saya faktor yang mendukung adanya loyalitas karyawan terhadap usaha saya salah satunya dengan hubungan yang terjalin baik selama ini diantara saya sebagai pemilik usaha dengan para karyawan dapat saya bilang sebuah faktor yang baik, selain itu pemberian motivasi kerja melalui berbagai kegiatan yang saya adakan untuk dilakukan secara bersama-sama hingga pemberian gaji yang sepadan dengan pekerjaan yang dilakukan dan bonus yang didapatkan oleh para pekerja atas hasil dari pekerjaan yang

memuaskan diluar dari gaji lembur, hak-hak itulah yang dapat saya bilang faktor pendukung dalam mempertahankan loyalitas karyawan. Sedangkan untuk faktor penghambat yakni sedikit terganggunya komunikasi diantara saya dengan para pekerja karena adanya perbedaan pengetahuan yang saya miliki dengan para pekerja sehingga diperlukannya sedikit waktu untuk dapat menyelaraskan pemikiran agar memudahkan dalam berkomunikasi. Berkomunikasi dengan banyak orang dapat dikatakan susah-susah gampang, karena berhubungan dengan orang banyak dengan pemikiran yang berbeda-beda itu tidaklah mudah takutnya jika ada kesalahan dalam komunikasi bisa diartikan yang lain sehingga dapat merusak loyalitas karyawan terhadap usaha yang dijalani”⁵⁰

Pendapat lain juga disampaikan oleh Ibu Eni yang merupakan koordinator karyawan pusat oleh-oleh khas Banyuwangi UD. Sri Rejeki dalam menyikapi tentang pendukung dan penghambat dalam mempertahankan loyalitas kerja karyawan didalam usaha pusat oleh-oleh khas Banyuwangi UD. Sri Rejeki ini.. Ibu Eni mengatakan bahwa :

“ faktor pendukung dan penghambat untuk mempertahankan loyalitas karyawan itu pasti ada karena ini berhubungan dengan para pelaku usaha yang ada didalam usaha tersebut, maka dari itu menurut saya pribadi faktor pendukung yang dapat dilakukan dengan menjaga hubungan yang baik diantara atasan atau pemilik usaha dengan para karyawan sehingga nilai plus agar para karyawan merasa betah berkerja di usaha ini. Dan saya bisa dikatakan menjadi penengah agar komunikasi dapat terjalin baik, saya selalu berusaha untuk bersikap adil dengan berusaha membantu mencari solusi bila ada permasalahan diantara kedua belahpihak. Selain itu apa yang sudah diberikan oleh perusahaan kepada para pekerja sudahlah cukup untuk membuat para pekerja loyalitas dengan pekerjaan yang telah diberikan. Sedangkan untuk penghambatnya sendiri yaitu karena banyak orang yang menjadi pelaku usaha didalam usaha ini pastinya adanya sedikit kekeliruan informasi yang didapat dalam membuat para pelaku usaha menjadi salah paham dan saling menyalahkan satu sama lain yang mana hal itu saya berakibat fatal apabila tidak segera diselesaikan sesegera mungkin. Maka dari itu apabila ada masalah seperti harus segera

⁵⁰ Aprin, diwawancara oleh alviani, Banyuwangi, 12 Juni 2023.

dicari jalan keluar agar sama-sama enak diantara pemilik usaha dengan karyawan.”⁵¹

Ibu Qoniah dan Ibu Mujayanah sebagai salah satu karyawan usaha pusat oleh-oleh khas Banyuwangi di UD. Sri rejeki menerangkan hal yang sama tentang faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi organisasi dalam mempertahankan loyalitas kerja karyawan yang ada seperti ini :

“ menurut saya faktor pendukung dan penghambat yang ada yaitu apabila faktor pendukung dengan terjaganya hubungan timbal balik yang baik diantara para pelaku usaha seperti karyawan dan pemilik usaha, karena dengan terjaganya hubungan baik semua hal dapat berjalan dengan baik bahkan sangat baik dan memberikan energi positif didalam lingkungan kerja. Selain itu hal-hal lain yang sangat disukai oleh para karyawan yaitu kepuasan kita sebagai pekeja dengan upah atau gaji yang diberikan oleh pemilik usaha kepada kami sesuai dengan hasil kerja kami. Maka dari itu komunikasi didalam usaha harus selalu dijaga bagaimanapun caranya agar loyalitas atau kesetiaan para pekerja tetap ada dan hal itu sangatlah penting menurut saya. Sedangkan faktor penghambatnya bisa menimbulkan perpecahan diantara para pelaku usaha yang ada, kurangnya komunikasi memicu berbagai hal negatif yang dapat membuat pelaku usaha seperti karyawan merasa tidak aman dan betah berada dilingkungan kerja seperti. Maka dari hal-hal ini perlu untuk dihindari.”⁵²

Hasil wawancara diatas dapat peneliti simpulan bahwa faktor pendukung untuk mempertahankan loyalitas kerja karyawan pusat oleh-oleh khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki terletak pada komunikasi yang diterapkan oleh pemilik usaha kepada para karyawannya, dengan hal itu menimbulkan timbal balik yang saling menguntungkan untuk kedua belah pihak pelaku usaha. Komunikasi yang berjalan baik menimbulkan hasil yang positif seperti hasil produk yang memuaskan, hasil kinerja

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁵¹ Eni, diwawancara oleh alviani, Banyuwangi, 15 Juni 2023

⁵² Qoniah dan Mujayanah, diwawancara oleh alviani, Banyuwangi, 25 Juni 2023

karyawan yang baik dan juga hasil atau gaji yang diterima oleh para karyawan sangat memuaskan sesuai dengan hasil kerja beserta bonus yang didapatkan hasil kerja diluar jam kerja aslinya dan juga nilai plusnya dapat merima uang lembur apabila pekerjaan yang dkerjakan sedang ramai.

Sedangkan untuk faktor penghambat dalam straregi mempertahankan loyalitas kerja karyawan yaitu dengan terganggunya komunikasi yang terjalin diantara para pelaku usaha dapat berakibat fatal bila tidak segera diselesaikan dan juga kendala yang sedikit menghambat dengan sulitnya menyatukan pemikiran agar selaras atau sama untuk memajukan perusahaan dan juga informasi yang didapatkan dari satu pelaku usaha untuk disampaikan kepada pelaku usaha lain dapat berubah-ubah sehingga dapat menimbulkan kesalahpahaman yang membuat perpecahan.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil penyajian data penelitian melalui metode obsevasi, wawancara, dan dokumentasi serta analisis yang dilakukan berdasarkan fokus masalah yang telah dirumuskan, maka akan dikemukakan beberapa temuan di lapangan dengan teori-teori yang ada. Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti di lapangan dapat diketahui bahwa strategi komunikasi dalam mempertahankan loyalitas kerja karyawan pusat oleh-oleh khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi ialah

1. Strategi Komunikasi Organisasi dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan di lapangan dapat diketahui bahwa apa yang dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan sudah sesuai dengan yang diharapkan untuk dicapai, yaitu dalam mempertahankan loyalitas kerja karyawan. Berikut penjabaran dari analisis terhadap apa yang diteliti di pusat oleh-oleh khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah jalan saja melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Biasanya diperlukan tindakan-tindakan tertentu untuk menyusun segala sesuatu, sehingga tindakan-tindakan yang lain dapat diambil untuk memenuhi tujuan yang telah direncanakan. Oleh karena itu, tindakan perencanaan yang dilakukan dengan cara memberikan pesan sebagai alat komunikasi untuk mencapai tujuan.⁵³

Teori strategi tersebut ternyata sesuai dengan objek yang diteliti, bahwa pusat oleh-oleh khas banyuwangi UD. Sri Rejeki ini menyusun perencanaan-perencanaan dalam memenuhi tujuannya dalam mempertahankan loyalitas kerja karyawan. Dalam hal ini, perencanaan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁵³ Sumper Mulia Harahap, Strategi Komunikasi organisasi (Jakarta: Prenada,2022) hal. 58

strategi komunikasi organisasi yang disampaikan utamanya pada komunikasi vertikal dan horizontal, yang mana cara komunikasi tersebut dapat meningkatkan loyalitas kerja karyawan di UD. Sri Rejeki pusat oleh-oleh khas Banyuwangi ini. Hal ini difokuskan agar sistem komunikasi pada usaha ini dapat terorganisasikan sesuai dengan yang diharapkan, melalui komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal atau komunikasi yang dilakukan antara atasan/pemilik uaha dengan karyawan , begitupun komunikasi diantara karyawan dengan karyawan lainnya yang diterapkan didalam mempertahankan loyalitas kerja karyawannya.

Sistem komunikasi vertikal merupakan komunikasi yang terjadi dari atas kebawah dan dari bawah keatas yaitu komunikasi yan terjadi antara pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan secara timbal balik (*two-way traffic communication*). Sedangkan sistem komunikasi horizontal merupakan komunikasi 1 level yang terjadi antara karyawan satu dengan karyawan lainnya, antara pimpinan satu departemen dengan pimpinan departemen lainnya, dalam satu tingkatan dan lain sebagainya dalam sebuah sistem komunikasi yang dipergunakan oleh suatu organisasi atau lembaga.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi

Faktor pendukung dan penghambat dalam mempertahankan loyalitas kerja karyawan pusat oleh-oleh khas Banyuwangi di UD. Sri rejeki ialah:

Faktor pendukung dalam mempertahankan loyalitas kerja karyawan. *Pertama*, pemilik usaha memiliki kredibilitas/kewibawaan yang tinggi, peran pemilik usaha yang merupakan pelaku komunikasi dalam UD. Sri Rejeki mempunyai daya tarik tersendiri sehingga menimbulkan rasa keingintahuan yang tinggi dan hubungan yang efektif. *Kedua*, pemilik usaha memiliki pengetahuan yang luas, kecerdasan dalam menyampaikan informasi agar mudah dipahami oleh para bawahannya, bersifat ramah dan supel dalam bergaul, memahami dengan siapa berbicara, dan bersikap bersahabat. Begitupun dengan para pekerja yang dapat menerima informasi yang disampaikan dengan baik sehingga menimbulkan timbal balik yang efektif. Hal tersebut menjadikan komunikasi antar pelaku usaha dapat terjalin hubungan erat dan berkesinambungan dikemudian hari. *Ketiga*, pesan yang dirancang dan disampaikan secara jelas sesuai kondisi dan situasi, sehingga tidak menimbulkan multi interpretasi / penafsiran yang berlainan terutama dalam menyampaikan informasi kepada para karyawan agar mereka nyaman dalam bekerja.

Faktor penghambat dalam mempertahankan loyalitas kerja karyawan di UD. Sri Rejeki, sama halnya dengan hambatan yang ada komunikasi organisasi. *Pertama*, para pelaku usaha gagap karena kurangnya pemahaman karakteristik dalam berkomunikasi merupakan hambatan biologis dan psikologis yang sering terjadi saat antar pelaku usaha atau salah satunya pada pemilik usaha dan karyawan di UD. Sri Rejeki. Biasanya terjadi karena perbedaan yang mencolok seperti umur, jenis kelamin dan lain sebagainya. *Kedua*, para pekerja memiliki pengetahuan yang terbatas, hal itu bisa menjadi penghambat dalam mempertahankan loyalitas karyawan, sama seperti yang terjadi di UD. Sri Rejeki pusat oleh-oleh khas Banyuwangi ini para pekerja yang berasal dari usia yang beragam dan pastinya memiliki pengetahuan yang berbeda-beda membuat pemilik usaha berusaha memberikan informasi sebaik mungkin agar memudahkan dalam berkomunikasi sehingga tidak menimbulkan perpecahan dalam bekerja. *Ketiga*, ketidakpekaan pemilik usaha terhadap apa yang yang terjadinya dilingkungan kerja membuat ketidaknyamanan dalam bekerja saat berpengaruh untuk perkembangan usaha dan selain itu kesegannan karyawan terhadap atasan juga dapat menghambat berjalannya komunikasi dilingkungan kerja. Hal tersebut perlu segera diperbaiki agar menciptakan lingkungan kerja yang nyaman. *Keempat*, adanya saling berprasangka buruk yang dapat mendorong kearah sikap apatis dan penolakan. Hal ini jarang terjadi di pusat oleh-oleh khas Banyuwangi UD. Sri Rejeki karena komunikasi

yang dilakukan dapat berjalan sesuai yang diharapkan karena sebelum informasi disampaikan kepada karyawan, informasi tersebut telah dipertimbangkan terlebih dahulu agar tidak terjadi kesalahpahaman. Akan tetapi hal tersebut perlu waspada jika terjadi, karena apabila terjadi akan menimbulkan hambatan yang akan sulit untuk ditangani.

Dari faktor-faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi organisasi dalam mempertahankan loyalitas kerja karyawan puat oleh oleh khas Banyuwangi di UD Sri Rejeki diatas, peneliti merasa bahwa antara faktor pendukung dan penghambatnya masih bisa dikatakan normal yakni masih dapat dikatakan umpan balik dari faktor pendukung lebih besar daripada umpan balik dari faktor penghambat dalam mempertahankan loyalitas karyawan. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin eratnya hubungan kekeluargaan yang dibangun didalam lingkungan kerja karyawan saat ini sehingga menciptakan kesetiaan terhadap usaha, serta dengan terjaganya hubungan baik ini membuat pekerjaan yang dilakukan menghasilkan produk yang menguntungkan untuk perusahaan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil data penelitian dan pembahasan tentang strategi komunikasi organisasi dalam mempertankan loyalitas kerja karyawan pusat oleh-oleh khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi yang digunakan dalam mempertankan loyalitas kerja karyawan pusat oleh-oleh khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi menyampaikan perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan dengan melalui komunikasi vertikal (diantara pemilik dengan karyawan) dan komunikasi horizontal (diantara para karyawan) dalam berkomunikasi untuk membangun hubungan baik dalam bekerja, dan menumbuhkan rasa kekeluargaan dalam bekerja serta membangun relasi diantara para pelaku usaha pemilik usaha dan karyawan.
2. Dari faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi pada usaha pusat oleh-oleh khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki, memiliki problematika masing-masing, adanya keseimbangan antara pendukung dan penghambat. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin eratnya hubungan kekeluargaan yang dibangun didalam lingkungan kerja karyawan saat ini meskipun ada kendala yang dihadapi sehingga akan tetapi tidak mengganggu dalam terciptanya kesetiaan pekerja terhadap usaha ini, serta dengan terjaganya hubungan baik ini membuat pekerjaan yang dilakukan menghasilkan produk yang menguntungkan untuk perusahaan.

B. Saran

1. Strategi komunikasi yang baik sudah diterapkan akan tetapi lebih baik lagi usaha pusat oleh-oleh khas Banyuwangi UD. Sri Rejeki ini lebih menjaga komunikasi atau hubungan baik yang telah dijalin diantara para pelaku usaha agar hubungan ini semakin erat sehingga dengan berjalan baiknya komunikasi yang terjalin dapat menumbuhkan semangat kerja yang tinggi yang nantinya dengan semangat kerja ini akan berimbas baik untuk pekerjaan yang dilakukan sehingga mampu menghasilkan hasil produk yang terbaik untuk perusahaan.
2. Dari faktor pendukung dan penghambat mempertahankan loyalitas kerja karyawan pusat oleh-oleh khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi hal yang harus ditingkatkan keterbukaan diantara para pelaku usaha yakni pemilik usaha dan para pekerja serta kepedulian antar sesama dilingkungan kerja juga harus lebih ditingkatkan lagi agar komunikasi yang terjalin menghasilkan suasana kerja yang kondusif dan nyaman bagi para pekerja.
3. Untuk para karyawan diharapkan strategi komunikasi yang telah diterapkan oleh pemilik usaha dapat menjadikan hubungan diantara para pelaku usaha di UD. Sri Rejeki ini dapat terjalin lebih baik lagi, dan kinerja karyawan dalam menghasilkan produk dapat semaksimal mungkin serta dengan strategi komunikasi yang dilakukan ini dapat mempertahankan loyalitas kerja karyawan pada usaha ini.

4. Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan mengenai informasi atau sumber data yang diperoleh. Untuk itu penelitian selanjutnya diharapkan bisa mengembangkan apa yang belum dilakukan dalam penelitian ini, seperti lebih mendalami strategi komunikasi organisasi yang dilakukan dalam mempertahankan loyalitas kerja karyawan di UD. Sri Rejeki ini. .



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Yulia. Komunikasi Organisasi Di PT Oze Mitra Nusantara Palembang Dalam Mempertahankan Loyalitas Karyawan . Skripsi, Universitas Bina Darma. 2020
- Azmi, Nur. "Pola Komunikasi pimpinan dalam meningkatkan loyalitas kerja karyawan". Jom Fisip: Vol.2 No. 2 Oktober 2015.
- Asri, Ispawati , "Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Pegawai Pusdiklat Tenaga Administrasi Kementerian Agama RI". IKON Jurnal Ilmu Komunikasi 2022 , Vol XXVII No. 3. 2022.
- Fatoni, Abdurrahmani, *Metodologi Penelitian Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)
- Gunadi, Taufan Praha. " Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Menumbuhkan Motivasi Kerja Karyawan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Cv Harningsih". Jurnal Propaganda, Vol. 1 No.2. 2021
- Hanifah, Yeyen Nisa Nur. Strategi Komunikasi Internal Dalam Menjaga Loyalitas Karyawan Di BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto. Skripsi, IAIN Puurwokerto. 2020
- Harahap, Sumper Mulia, *Strategi Komunikasi organisasi*. Jakarta: Prenada ,2022
- Hebu, Roki. Strategi Mempertahankan Loyalitas Kerja Sumber Daya Manusia (SDM) Dan Implikasinya Terhadap Produktivitas UMKM Di Era Pandemi Covid 19 Pada Home Industri Kripik Tempe Sari Rasa Kota Malang. Skripsi, Universitas Tribhuwana Tungadewi. 2022
- Iskandar, Dedy. "Strategi Komunukasi Organisasi Dalam Membangun Loyalitas Kerja Pegawai", PERSEPSI: Communication Journal, Vol.4 No.1, 2021.
- Johanna, Pricillia, " Hambatan Downward Communication Antara Pimpinan Dan Karyawan PT. Makmur Jaya", Jurnal E-Komunikasi Vol. 1 NO. 2 , 2013
- Juliansyah, Eris, "Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja Pdam Kabupaten Sukabumi. ". Jurnal Ekonomak , Vol. 3 No.2. 2017
- Karyaningsih, RR. Ponco Dewi , *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Samudera Biru, 2018
- Khairunnas, Implementasi Komunikasi Organisasi Dalam Loyalitas Kerja (Studi pada Kantor Camat Kecamatan Setia Kabupaten Aceh Barat Daya). Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh. 2019

- Marpaung, Rio dan Marina Krisna. “Pengaruh Kecerdasan Emosional Pemimpin Terhadap Kinerja dan Loyalitas Karyawan di PT. Rian Andalan Plup and Paper Bisnis Unit Riau Fiber”. *Jurnal Aplikasi Manajemen*: Vol. 10 No.3 September 2012.
- Mas, Siti Roskina, Ikhfan Haris, *Komunikasi Dalam Organisasi (Teori dan Aplikasi)*. Gorontalo: UNG Press, 2020
- Miles, M. A & Huberman, A. M . *Analisis Data Kualitatif : Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta : UI Press. 2009.
- Mochklas, Muhammad. *Buku Ajar Perilaku Organisasi* . Serang: CV. AA. Rizky, 2019
- Murdiyanto, Eko. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: UPN Veteran. 2020.
- Nandita, Galuh. Efektifitas Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan Dan Karyawan Terhadap Loyalitas Karyawan PT. Sejahtera Khatulistiwa Perkasa. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. 2022.
- Safitri, Desi Nur. Izza Hanifuddin. “ Analisis Strategi Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pada Toko Batik Soemowarso Surodikraman Ponorogo”. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, Vol. 2 No.1. 2022
- Sari, Dewi Iqlima dan Endang Widyastuti. “*Loyalitas Karyawan Ditinjau dari Persepsi terhadap Penerapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K-3)*”. *Jurnal Psikologi*: Universitas Setia Budi.
- Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenakerjaan, Pasal 104.
- Sholihah, Ma’rifatus. Strategi Komunikasi dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan pada Usaha Jasa Pangkas Rambut Cak Tris di Pasar Senggol Lumajang. Skripsi, IAIN Jember. 2020
- Soegandhi, Vennecia Marchelle, Eddy M, Ronny Setiawan. ” *Pengaruh Kepuasan Kerja dan Loyalitas Kerja terhadap Organizational Citizenship Behavior pada Karyawan PT. Surya Timur Sakti Jatim*”. *Jurnal AGORA*: Vol.1, No.1 2013.
- Soegandhi, d. *Manajemen Personalia (Manajemen Sumber Daya Manusia)*. Jakarta: Ghalia Indonesia ,2013
- Sugiyono . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV. 2017
- Rahmanto, Aris Febri, “*Peranan Komunikasi dalam Suatu Organisasi* “. *Jurnal Komunikologi*: Vol.1 No.2 September 2004

Tim Penyusun. Pedoman Penulisan Karya Ilmiah. Jember: IAIN Jember. 2019.

¹Wardah, Mia Lasmi., Teori Perilaku dan Budaya Organisasi, Bandung: Pustaka Setia, 2016-

Windayanti, Wenny Desty Febrian. "*Employer Branding Sebagai Strategi Komunikasi Organisasi Untuk Meningkatkan Loyalitas Karyawan PT. Pratama Utama*". Jurnal Perspektif Majerial dan Kewirausahaan (JPMK), Vol.2 No.1 2021



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

MATRIKS PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Masalah
Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pada Usaha Oleh-Oleh Khas Banyuwangi Di UD. Sri Rejeki	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi Komunikasi Organisasi 2. Loyalitas Kerja 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep strategi komunikasi organisasi 2. Konsep loyalitas kerja 	<ol style="list-style-type: none"> 1.) Definisi Strategi Komunikasi Organisasi 2.) Definisi Komunikasi Organisasi 1.) Definisi Loyalitas Kerja 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informan <ol style="list-style-type: none"> a. Pemilik Usaha b. Karyawan 2. Dokumentasi 3. Kepustakaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metode penelitian : kualitatif deskriptif 2. Teknik penentuan subyek penelitian: teknik purposive 3. Metode pengumpulan data <ol style="list-style-type: none"> a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 4. Analisis data <ol style="list-style-type: none"> a. Pengumpulan data b. Reduksi data c. Penyajian data d. Verifikasi penarikan kesimpulan 5. Keabsahan data: Triangulasi sumber 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Di UD. Sri Rejeki? 2. Apa Saja Faktor Yang Menghambat Loyalitas Kerja Di UD. Sri Rejeki?

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Alviani Rohmah
NIM : E20192195
Prodi : Ekonomi Syariah
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : UIN KHAS Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “ **Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi**” adalah benar-benar hasil penelitian dan karya saya sendiri kecuali kutipan-kutipan yang diambil dan disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 21 November 2023

Saya yang menyatakan



Alviani Rohmah

NIM E20192195

PEDOMAN WAWANCARA

A. Profil Perusahaan

1. Bagaimana sejarah berdirinya usaha Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi ?
2. Apa visi dan misi usaha Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi ?
3. Bagaimana struktur organisasi usaha Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi ?
4. Bagaimana job description usaha Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi ?

B. Pertanyaan Untuk Pemilik Usaha Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki

1. Bagaimana menjaga komunikasi atau hubungan baik diantara pemilik usaha dan karyawan ?
2. Bagaimana cara pemilik usaha menciptakan komunikasi yang efektif dalam meningkatkan kinerja karyawan ?
3. Apa saja fasilitas yang diberikan untuk mempertahankan loyalitas kerja karyawan?
4. Apakah terdapat reward atau hadiah yang diberikan kepada karyawan atas kinerja yang dilakukan ?
5. Melalui kegiatan seperti apa yang dilakukan untuk menjaga komunikasi yang diantara para karyawan dan pemilik usaha ?
6. Apa saja faktor pendukung dalam mempertahankan loyalitas kerja karyawan ?
7. Apa saja faktor yang menghambat dalam mempertahankan loyalitas kerja karyawan ?

C. Pertanyaan Untuk Karyawan Usaha Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki

1. Bagaimana menjaga komunikasi atau hubungan baik diantara pemilik usaha dan karyawan ?
2. Apakah fasilitas yang diberikan oleh pemilik usaha dapat mempertahankan loyalitas kerja karyawan?
3. Apakah reward yang diberikan oleh pemilik usaha memberikan kepuasan untuk bertahan dalam bekerja di usaha ini ?

4. Apakah kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh pemilik usaha untuk menjaga komunikasi dalam mempertahankan loyalitas kerja diantara pemilik usaha dan karyawan berjalan efektif ?
5. Apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam mempertahankan loyalits kerja karyawan ?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Malarum No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B-709 /Un.22/7.a/PP.00.9/04/2023
 Lampiran : -
 Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

10 April 2023

Kepada Yth.
 Pemilik UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi
 Jl. Margo Utomo, Krajan 1 Setail Genteng

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Alviani Rohmah
 NIM : E20192195
 Semester : VIII (delapan)
 Jurusan : Ekonomi Islam
 Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
 Wakil Dekan Bidang Akademik,

 Nurul Widyawati Islami Rahayu





UD. Sri Rejeki
 Pusat Oleh – Oleh Khas Banyuwangi
 Jl. Margo Utomo RT.02 RW V No. 30
 Telp. (0333) 846560
 Setail – Genteng - Banyuwangi

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aprin Karnilawati
 Jabatan : Owner UD. Sri Rejeki Pusat Oleh – Oleh Khas Banyuwangi
 Alamat : Jl. Margo Utomo RT.02 RW V No.30 Setail Genteng Banyuwangi

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Alviani Rohmah
 NIM : E20192195
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Jurusan / Prodi : Ekonomi Syariah
 Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian di UD. Sri Rejeki Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi selama 1 (satu) Bulan, terhitung mulai tanggal 2 Juni 2023 sampai dengan 2 Juli 2023 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi”

Demikian surat keterangan ini di buat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.






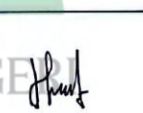

Banyuwangi, 2 Juli 2023

Owner UD. Sri Rejeki



Aprin Karnilawati

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

NO	TANGGAL	JENIS KEGIATAN	PARAF
1	11 Februari 2023	Silaturahmi dan observasi awal dengan Ibu Aprin selaku pengelola usaha pusat oleh-oleh Sri Rejeki	
2	2 Juni 2023	Penyerahan surat izin penelitian	
3	12 Juni 2023	Wawancara dengan Ibu Aprin selaku pemilik dan pengelola usaha pusat oleh-oleh khas Banyuwangi UD Sri Rejeki	
4	15 Juni 2023	Wawancara dengan Ibu Eni selaku koordinator karyawan di pusat oleh-oleh khas Banyuwangi UD Sri Rejeki	
5	25 Juni 2023	Wawancara dengan salah satu karyawan di usaha pusat oleh-oleh khas Banyuwangi UD Sri Rejeki	
6	25 Juni 2023	Wawancara dengan salah satu karyawan di usaha pusat oleh-oleh khas Banyuwangi UD Sri rejeki	
7	2 Juli 2023	Pengambilan surat selesai penelitian	

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Ibu Aprin Pemilik Usaha Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi UD Sri Rejeki Genteng Banyuwangi



Wawancara dengan Ibu Eni sebagai Koordinator Karyawan Di Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi UD Sri Rejeki Genteng Banyuwangi



Wawancara dengan Ibu Qoniah dan Ibu Mujayanah selaku Karyawan yang bekerja di Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi UD Sri Rejeki Genteng Banyuwangi



Kegiatan yang diadakan untuk membangun hubungan baik diantara pemilik usaha dengan para karyawan Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi di UD Sri Rejeki Genteng Banyuwangi



Pelanggan di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi



Beberapa Produk UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: feb1@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-26.ES/Un.22/7.d/PP.00.9/11/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Alviani Rohmah
 NIM : E20192195
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Judul : Strategi Komunikasi Organisasi dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi di UD Sri Rejeki Genteng Banyuwangi

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 14 November 2023

An. Dekan
 Kepala Bagian Akademik
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Syaiful Mulyadi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Alviani Rohmah
 NIM : E20192195
 Semester : IX (sembilan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi.
 Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 10 November 2023
 Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 JEMBER

Drs. H. F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I
 NIP. 196308122008011015



BIODATA PENULIS



Nama : Alviani Rohmah
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Tempat, tanggal lahir : Banyuwangi, 12 Juni 2001
 Alamat : Dsn. Krajan RT 02/ RW 06, Ds. Tamansari,
 Kec. Tegalsari, Kab. Banyuwangi
 Agama : Islam
 No Tlp : 081450332450
 Email : alviani1206@gmail.com

Riwayat Pendidikan

MI / SD : MI Darul Falah (2007/2013)
 SMP : SMP Unggulan Mukhtar Syafaat (2013/2016)
 SMA : SMA Muhammadiyah 2 Genteng (2016/2019)
 Perguruan Tinggi : UIN KHAS Jember (2019/2023)