

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Sejarah PT Richtex Garmindo

PT Richtex Garmindo adalah perusahaan ekspor dan impor yang bergerak di bidang produksi garmen khusus untuk bayi dan anak-anak. PT Richtex Garmindo berlokasi di Kawasan Industri Guna Mekar Jl. Tambak Aji 1, Ngaliyan, Semarang. Pada mulanya saat didirikan pertama kali pada tahun 1985 perusahaan ini bernama PT On Time Garmindo.

Setelah 17 tahun beroperasi, pada tahun 2002 PT On Time Garmindo mengganti namanya menjadi PT Richtex Garmindo dan statusnya berubah menjadi kawasan berikat. PT Richtex Garmindo sejak pertama kali didirikan adalah perusahaan ekspor dan impor yang khusus membuat pakaian balita dan anak-anak. Pelanggannya atau *buyer* adalah dari negara Amerika, Inggris, Kanada, dan Cina.

Beberapa perusahaan yang menjadi pelanggan PT Richtex Garmindo diantaranya American Eagle Outfitters, Mothercare, GAP, MARKS & SPENCER, Carter's, Osh Kosh B'Gosh, GYMBOREE, JANIE and JACK. PT Richtex Garmindo memproduksi pakaian berdasarkan permintaan langsung dari pembeli. Untuk bahan baku pakaiannya juga diimpor langsung dari Cina dan Korea Selatan. Atau, dapat juga disediakan oleh pembeli untuk menyesuaikan standar kualitas bahan baku yang diinginkan.

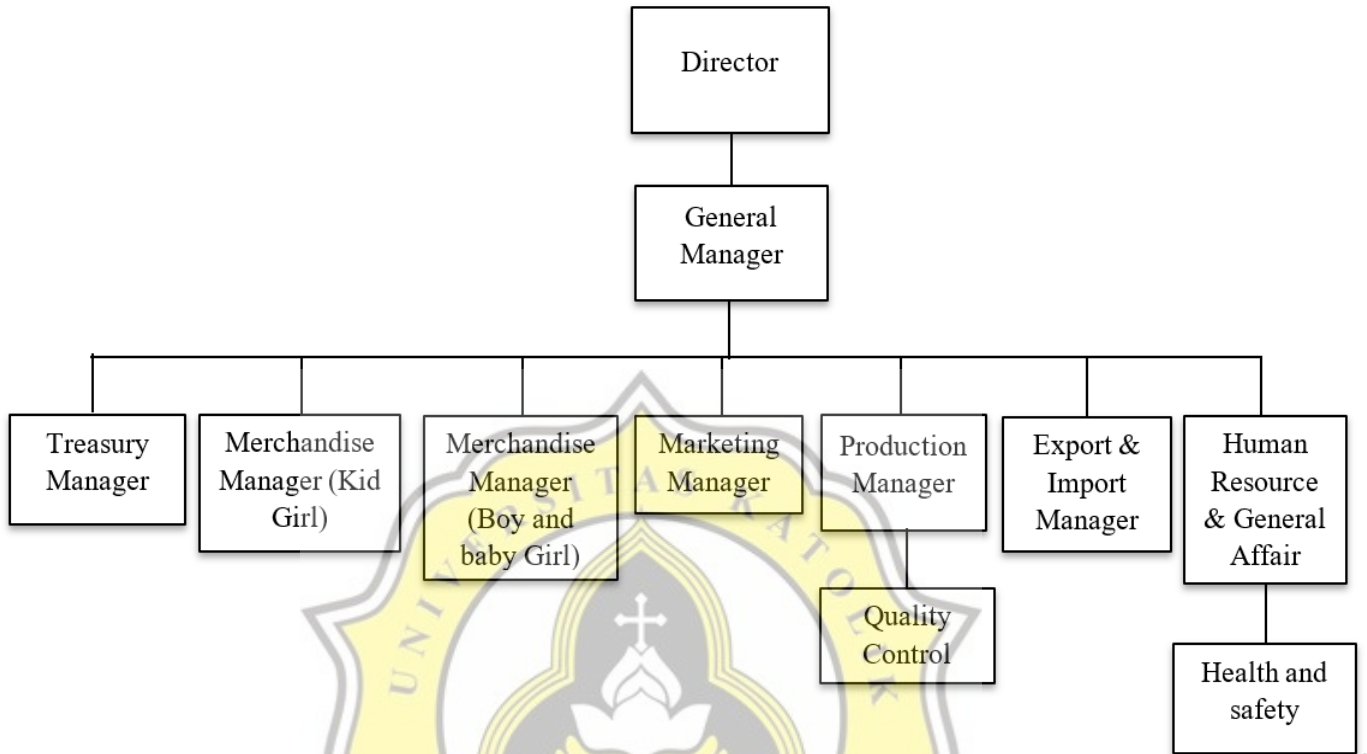
Pada Agustus 2008, PT Richtex Garmindo mengalami musibah kebakaran yang benar-benar menghancurkan seluruh kantor dan pabrik penyimpanan

pakaiannya. Pada saat itu kantor dan pabriknya sudah tidak bisa digunakan untuk beroperasi. Musibah kebakaran ini membuat PT Richtex Garmino mengalami kerugian yang sangat besar karena selain gedung kantor dan isinya terbakar habis, pakaian-pakaian jadi yang sudah siap dikirim kepada pelanggan juga hangus terbakar.

Saat kebakaran itu adalah momen-momen kelam dalam sejarah perusahaan yang sangat membuat *shock* baik pemilik perusahaan maupun para karyawannya. Direktur perusahaan pada saat itu mencari jalan keluar yang terbaik agar perusahaan masih bisa beroperasi yaitu dengan menyewa kantor di kawasan industri di Pelabuhan Tanjung Mas Semarang. Beruntungnya pada saat musibah ini terjadi, para karyawan yang saat itu masih bekerja tidak mengundurkan diri karena musibah kebakaran. Pada saat itu karyawannya berjumlah kurang lebih 1129 orang.

Setelah peristiwa kebakaran itu, lima tahun kemudian pada tahun 2013 PT Richtex Garmino melakukan pembangunan ulang kantor lama yang telah terbakar yang berlokasi di Jalan Tambak Aji. Setelah pembangunan selesai, direktur dan para karyawan kembali bekerja di kantor seperti semula hingga sekarang. Sampai pada saat ini PT Richtex Garmino telah beroperasi selama 36 tahun di Semarang.

4.2. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4.1: Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Dokumentasi perusahaan

4.3. Visi dan Misi Perusahaan

Visi: To become the top five Garment manufacturer in Indonesia by 2021

Misi: To manufacturer quality garment products and on time in delivery.

Guided by our corporate philosophy and values, we are dedicated to building a first-class organization that consistently delivers added value to buyer and employees.

4.4. Profil Perusahaan

| | |
|----------------------------|---|
| Nama perusahaan | : PT RICHTEX GARMINDO |
| | JL. Tambak aji I, Ngaliyan, Semarang |
| Semboyan perusahaan | : <i>Customer Satisfaction Is Our Satisfaction, If We Don't Take Care Of Our Customer, Somebody Else Will</i> |
| Luas Tanah | : 9600 m ³ , dengan tinggi gedung 3 lantai |
| Direktur | : Tommy Hoetomo |
| Produk utama | : Baby & Kids – Knit- Tops / Bottoms / Dress |
| Kapasitas produksi 1 bulan | : 300,000 pcs / bulan |
| Jumlah karyawan | : 1129 orang |
| Mesin produksi | : 1,194 unit mesin |
| Pelanggan utama | : American Eagle Outfitters, Mothercare, GAP, MARKS & SPENCER, Carter's, Osh Kosh B'Gosh, GYMBOREE, JANIE and JACK. |



Gambar 4.2 : Gedung PT Richtex Garmino Semarang

Sumber: Dokumentasi pribadi

4.5. Komunikasi Bisnis Dalam Menjaga Hubungan baik Di PT Richtex Garmindo Selama Pandemi COVID-19

Komunikasi merupakan hal yang penting dilakukan untuk bisa mencapai kesepakatan bersama dan meraih suatu keberhasilan. Sama halnya dalam komunikasi bisnis yang merupakan komunikasi yang dilakukan oleh para pelaku bisnis dalam suatu perusahaan untuk berkomunikasi dengan *stakeholdernya*.

Sebuah perusahaan tentunya memiliki hierarki yang menandakan posisi jabatan dan tanggung jawab pekerjaan dari masing-masing posisi. Jabatan dan tanggung jawab pekerjaan sangat berpengaruh terhadap komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi yang baik sangat dibutuhkan antara atasan, bawahan, dan kolega agar hubungan menjadi semakin baik dan selalu terjaga sehingga pekerjaan juga menjadi lancar. Pertukaran informasi yang lancar meningkatkan efisiensi dan produktivitas serta membangun moral karyawan (Mary E dkk., 2005: 27).

4.5.1 Komunikasi bisnis antara manajer produksi dan buruh

Dalam proses produksi masker ataupun baju, manajer produksi selalu melakukan komunikasi dan pengarahan kepada para buruh. Manajer produksi dibantu oleh inspektur pabrik juga selalu melakukan pengontrolan rutin kepada para buruh yang sedang bekerja. Karena pekerjaan mereka tidak bisa ditunda dan harus selesai sesuai target, pada saat proses produksi manajer produksi juga harus selalu ada untuk mengawasi para buruh meski harus lembur. Hal ini dilakukan oleh manajer karena ia yang bertanggung jawab dalam mengawasi buruh, sehingga lebih menumbuhkan rasa kekeluargaan, kepedulian dan lebih bisa akrab dengan para

buruh yang dimana juga akan lebih memotivasi mereka dalam bekerja terutama di situasi pandemi Covid-19 ini.

“Saya dibantu oleh inspektur pabrik setiap hari bertugas untuk selalu mengecek keadaan buruh kami, karena memang saya perhatikan ada perubahan sikap setelah perusahaan terkena dampak pandemi. Kadang ada buruh yang saya perhatikan kok melamun dan kerjanya lambat, memang tidak saya tegur, tetapi saya tanya ada apa, dan dia bilang kepikiran sama sekolah anaknya karena semenjak pandemi gajinya tidak cukup dan jadi susah untuk membayar uang sekolah dan makan sehari-hari. Waktu itu yang saya lakukan adalah saya menghibur dia dengan memuji hasil pekerjaan dan kerja kerasnya. Saya juga memotivasi dia untuk selalu jangan patah semangat dan mendoakan yang terbaik untuk perusahaan dan disyukuri saja pekerjaan yang ada sekarang.”

Berdasarkan pengalaman dan perspektif dari manajer produksi mengenai komunikasi yang dilakukan, manajer produksi sudah berusaha untuk memenuhi tanggung jawab sebagai atasan selama pandemi ini dengan selalu berusaha untuk lebih peduli dan membangun rasa kekeluargaan agar para buruh merasa usahanya dihargai dan dipedulikan dengan kalimat. Kegiatan komunikasi ini sesuai dengan konsep yang dikatakan oleh Liliweri (2015: 468) yaitu berkomunikasi secara empati. Berkomunikasi secara empati adalah berkomunikasi dengan ikut merasakan dan membayangkan masalah berat yang sedang dihadapi oleh teman kita.

Berdasarkan pengalaman manajer produksi mengenai kegiatan dan tanggung jawabnya sebagai manajer produksi bersama para buruh selama pandemi Covid-19 ini, terlihat bahwa dia selalu melakukan pengawasan, membimbing dan mengontrol pekerjaan para buruh. Kegiatan komunikasi yang terjadi sesuai dengan konsep komunikasi dari atasan pada bawahan menurut Purwanto (2010: 90). Komunikasi ini menjelaskan tanggung jawab atasan kepada bawahannya yaitu

menyampaikan informasi, mengarahkan, mengkoordinasikan, memotivasi, memimpin, dan mengendalikan berbagai kegiatan bawahannya.

Selain penerapan komunikasi dari atas ke bawah, manajer produksi juga memotivasi para buruh yang kinerjanya menurun seperti yang telah diceritakan bahwa ada buruh yang melamun dan kerjanya lambat karena masalah keuangannya. Manajer produksi memotivasi buruh itu dengan cara menyemangatinya untuk selalu semangat dalam bekerja dan mensyukuri saja pekerjaan yang ada. Komunikasi yang dilakukan oleh manajer produksi sesuai dengan konsep dari Purwanto (2010: 27) yang menyatakan bahwa melalui komunikasi antarpribadi seseorang dapat memotivasi orang lain untuk melakukan sesuatu yang baik dan positif.

4.5.2 Komunikasi bisnis antara HRD dan Buruh

4.5.2.1 Komunikasi bisnis dalam penyampaian pesan *bad news*

Selain manajer produksi, HRD juga adalah orang yang bertanggung jawab dalam menerima keluhan dari para karyawan kepada pihak manajemen. Pada saat pandemi Covid-19 melanda perusahaan, HRD adalah orang yang bertanggung jawab dalam menyampaikan berita buruk mengenai pengurangan gaji atau upah kepada staf kantor dan PHK kepada buruh. Berikut adalah pernyataan dari HRD:

“Waktu saya dikabari sama *General Manager* kalau akan ada PHK itu ya jujur saya juga kaget sekali, karena kan saya pikir semua karyawan akan di PHK. Biasanya setiap hari kantor kami kan selalu ada rapat pagi, nah waktu saya dan manajer lainnya rapat bersama *general manager*, ternyata yang mau di PHK adalah buruhnya.”

HRD menjelaskan bahwa sebenarnya perusahaan sangat berat hati karena sampai harus melakukan PHK kepada sebagian besar buruhnya. HRD juga mengatakan bahwa dia juga sangat prihatin dengan keadaan perusahaan yang cukup

parah. Tidak banyak yang bisa dilakukan oleh pihak manajemen, karena kondisi perusahaan yang sudah tidak mampu untuk membayar gaji sebagian besar buruh.

“Gimana ya sebenarnya saya juga sedih mendengarnya ya karena perusahaan ternyata kondisinya jadi cukup parah. Sebenarnya saya juga kasihan sama mereka tapi mau bagaimana perusahaan sudah tidak sanggup untuk membayar.”

Berdasarkan pengalaman HRD dapat dikatakan bahwa tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menyampaikan pesan mengenai PHK kepada sebagian buruh karena perusahaan sudah tidak dapat membayar honor mereka. Penjelasan tersebut sesuai dengan konsep mengenai pesan *bad news* oleh Purwanto (2010:153). Purwanto menyampaikan bahwa pada saat menyampaikan pesan *bad news* seperti salah satunya PHK, harus memperhatikan etika berkomunikasi dengan cara menata kalimat dengan sebaik dan seefektif mungkin. Perusahaan juga harus dapat menyampaikan *bad news* dengan alasan yang jelas dan logis mengapa sebuah keputusan harus dibuat dengan perasaan menyesal dan simpati, agar penerima pesan (buruh) dapat benar-benar memahami maksud dan tujuan dari perusahaan menyampaikan *bad news* tersebut. Sehingga dengan adanya penjelasan, *stakeholder* juga tidak merasa dikecewakan. Apabila merasa dikecewakan, mereka bisa saja memutuskan untuk tidak berhubungan dengan perusahaan lagi.

4.5.2.2 Komunikasi bisnis dalam kejujuran berkomunikasi

Kemudian HRD menjelaskan lebih lanjut mengenai proses PHK. PHK tidak dilakukan secara bersamaan, tetapi secara bertahap. Selama proses PHK sebagian besar buruh dirumahkan namun tidak digaji dan hanya akan diberikan kabar apakah perusahaan masih membutuhkan jasa mereka atau tidak. Sebagian lagi masih datang ke kantor dan mengerjakan pesanan garmen (masker medis).

Proses PHK nya pun tidak dilakukan secara sembarangan, karena banyak hal yang harus dipertimbangkan terlebih dahulu. Proses PHK dilakukan empat bulan lamanya, karena perusahaan harus terus mengevaluasi setiap minggu mengenai pesanan garmen yang masuk dan jumlah buruh yang dibutuhkan untuk membuat pesanan garmen. Namun pada akhirnya memang dengan berat hati perusahaan harus melakukan PHK kepada sebagian buruh. Berikut penjelasan dari HRD:

“Kalau waktu proses PHK saya dibantu oleh teman-teman HRD untuk memberikan pengumumannya lewat surat edaran, dan kami berikan kepada para buruh yang memang akan di PHK. Proses PHK nya memang memakan waktu cukup lama kurang lebih empat bulan, karena kan kami harus menemui orangnya juga untuk memberikan penjelasan mengenai kenapa mereka di PHK supaya semuanya jelas. Karena kalau tidak dijelaskan dengan baik dan benar nanti takutnya malah ada salah paham dan jadi keributan, jadi dari perusahaan benar-benar menyatakan semuanya dengan penuh kejujuran, tidak ada yang ditutup-tutupi dan dengan perasaan menyesal perusahaan menyatakan bahwa memang benar-benar sudah tidak sanggup untuk membayar mereka lagi. Namun di sisi lain perusahaan berjanji jika perusahaan sudah pulih kembali pasti perusahaan akan menghubungi dan mempekerjakan mereka kembali.”

Berdasarkan pengalaman HRD pada saat proses PHK berlangsung, terjadi komunikasi antara HRD dan buruh yang di PHK. HRD mengatakan dengan penuh kejujuran alasan yang sebenarnya buruh harus di PHK. Dengan adanya kejujuran dapat disimpulkan setidaknya HRD sudah berusaha yang terbaik dalam berkomunikasi secara terbuka dan tidak ada yang ditutupi sehingga dapat menghindari keributan.

Komunikasi tersebut sesuai dengan konsep Liliweri (2015: 467) yaitu kejujuran berkomunikasi. Kejujuran berkomunikasi adalah keterbukaan untuk mengatakan sesuatu sebagaimana apa adanya sebagai fakta dan bukan opini yang

dibangun demi kepentingan bersama untuk pemeliharaan komunikasi yang efektif dalam relasi antara seorang dengan orang lain.

HRD mengatakan bahwa perusahaan tidak melepas tanggung jawabnya begitu saja, dan sebagai tanda balas jasa dan menghargai usaha dan kerja keras buruh yang di PHK, perusahaan memberikan pesangon untuk para buruh yang di PHK sejumlah tiga bulan gaji dan pencairan BPJS yaitu Jaminan Hari Tua (JHT). Hal ini dilakukan untuk menjaga perasaan para buruh dan tentunya untuk menjaga hubungan yang baik dengan mereka, karena perusahaan sudah berjanji kepada buruh yang di PHK saat keadaan perusahaan telah membaik mereka akan dipekerjakan kembali dan berharap para buruh masih berminat untuk kembali ke PT Richtex Garmindo.

4.5.3 Komunikasi bisnis dalam menjaga hubungan baik antara karyawan

Pada saat seseorang bekerja di perusahaan tentunya juga memiliki hubungan dengan kolega baik yang jabatannya sama ataupun berbeda. Posisi jabatan tentu tidak menjadi penghalang bagi para staf untuk menjaga hubungan yang baik. Memiliki hubungan yang baik dengan sesama teman staf akan sangat bermanfaat dalam membantu menyelesaikan pekerjaan dan tentunya memenuhi kebutuhan sosial (Purwanto, 2010: 5).

4.5.3.1 Komunikasi bisnis manajer produksi dan manajer HRD

Manajer produksi dan manajer HRD yang juga merupakan staf dalam kantor selalu saling berhubungan satu sama lain. Manajer produksi juga selalu menyampaikan keinginan-keinginan yang diinginkan buruh kepada HRD agar

nantinya dapat disampaikan kepada pihak manajemen dan dicarikan solusi yang terbaik. Berikut pernyataan dari manajer produksi:

“Saya sering berkoordinasi dengan HRD biasanya yang saya konsultasikan dengan HRD seperti keadaan buruh terutama selama pandemi Covid-19 ini. Tingkah laku para buruh jadi agak berubah banyak yang kadang melamun, kerjanya lambat dan saya sering juga minta saran ke HRD. Kemudian nanti biar HRD yang menyampaikan ke *General Manager* untuk didiskusikan bersama.

“Selain membahas masalah kerjaan ya saya juga kadang main ke ruangan HRD untuk makan siang bareng, ngobrol seputar masalah berita yang lagi *trend*, membahas keluarga. Kadang juga cerita tentang masalah keuangan karena gaji kami dikurangi cukup drastis saat pandemi Covid-19 ini.”

Berdasarkan pengalaman manajer produksi dalam koordinasi dengan HRD mengenai keadaan buruh selama pandemi, di dalam komunikasi itu terdapat kerja sama yang terjadi yaitu manajer produksi meminta bantuan kepada HRD untuk membantu mencari solusi dari permasalahan yang dialami oleh buruh. HRD membantu dengan cara menyampaikan hasil koordinasi itu kepada *General Manager* untuk dicarikan solusinya bersama. Hal ini sesuai dengan konsep Purwanto (2010: 28) yaitu komunikasi antarpribadi dalam melakukan kerja sama. Melakukan kerja sama yang dimaksud adalah komunikasi antarpribadi juga bertujuan untuk melakukan kerja sama antara seorang dengan orang lain untuk mencapai suatu tujuan.

Jika melihat aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh manajer produksi kepada HRD yang kedudukannya sama dan saling berkoordinasi dalam menyampaikan permasalahan dalam divisi produksi terutama masalah buruh, komunikasi ini sesuai dengan konsep yang disampaikan oleh Purwanto (1997: 24) yaitu komunikasi pada sesama (*horizontal communication*). Komunikasi horizontal

ini dalam perusahaan terjadi antara sesama manajer atau karyawan dalam divisi berbeda untuk saling berkoordinasi satu sama lain mengenai masalah pekerjaan.

Komunikasi yang terjadi antar manajer produksi dan HRD pada saat membahas kehidupan keluarga mereka dan permasalahan gaji mereka yang dikurangi cukup drastis juga sesuai dengan konsep Purwanto (1997: 29) mengenai saluran komunikasi informal. Konsep saluran komunikasi informal menjelaskan bahwa orang-orang yang berada dalam suatu organisasi perusahaan, tanpa mempedulikan jenjang hierarki, pangkat, dan jabatan dapat berkomunikasi secara luas. Biasanya hal yang diperbincangkan bersifat umum seperti mengobrol tentang humor, keluarga dan anak-anak.

4.5.3.2 Komunikasi bisnis manajer produksi dan manajer marketing

Manajer produksi juga memiliki hubungan yang baik dengan manajer marketing. Manajer produksi sering sekali berkoordinasi dengan manajer marketing mengenai masalah pesanan garmen. Biasanya mereka berkoordinasi melalui *email* atau telepon untuk saling berkomunikasi satu sama lain. Berikut adalah pernyataan dari manajer produksi:

“Saya juga sering sekali berkoordinasi dengan manajer marketing. Saya biasanya mendiskusikan soal pesanan pakaian. Biasanya yang mencarikan pembeli itu mereka jadi otomatis ketika ada pelanggan pasti mereka akan langsung bilang atau biasanya email ke saya kalau ada pesanan. Pesannya itu seperti bahan bakunya mau dari pembeli sendiri atau dibelikan sama kita, jumlah pesannya berapa, *deadline* harus jadi kapan. Kalau pas pandemi, karena kami jadi jarang bertemu dan sekarang kan jam kerja kami nggak setiap hari, jadi saya sama dia biasanya komunikasinya lewat telepon dan WhatsApp. Untungnya selama ini jarang terjadi miskomunikasi ya sehingga tidak ada kendala yang benar-benar menghalangi.

Hubungan saya dengan orang marketing itu juga baik karena orang marketing itu seangkatan sama saya, jadi begitu dia masuk kerja saya juga baru masuk kerja jadi juga sudah seperti kawan lama lah gitu. Kita juga

biasanya kalau sedang ada waktu senggang sering makan siang bareng, ngobrol masalah kerjaan dan keluarga. Sampai sekarang pun juga sama selama pandemi kami kadang masih bertemu.”

Jika melihat aktivitas komunikasi yang terjadi antara manajer produksi dan manajer marketing, komunikasi yang dilakukan adalah saling berkoordinasi menggunakan teknologi komunikasi seperti telepon, WhatsApp dan *email*. Komunikasi yang terjadi antara kedua manajer tersebut sesuai dengan konsep yang dikatakan oleh Purwanto (1997: 25) yaitu komunikasi multi saluran (*multichannel communication*). Komunikasi multi saluran adalah komunikasi yang berlangsung dengan menggunakan berbagai saluran di antara orang dari berbagai jenjang jabatan, yang memanfaatkan teknologi informasi dalam bentuk fasilitas *messenger*, *handphone*, telepon, *email*, dan *video conference*.

Komunikasi yang terjadi antara manajer produksi dan manajer marketing juga termasuk dalam komunikasi horizontal, karena sesama manajer saling berkoordinasi masalah pekerjaan di kantor. Hal ini termasuk dalam konsep komunikasi horizontal oleh Purwanto (1997: 23). Komunikasi horizontal adalah proses komunikasi dalam bentuk koordinasi yang berlangsung di antara orang yang sama kedudukannya dalam hierarki organisasi seperti komunikasi antara sesama manajer, sesama supervisor atau sesama karyawan.

Hubungan antarpribadi yang terjalin antara manajer produksi dan manajer marketing adalah mereka saling bekerjasama dalam menyelesaikan masalah pekerjaan seperti pemesanan garmen. Hal ini sesuai dengan konsep yang dikatakan oleh Purwanto (2010: 29) yaitu melakukan kerja sama. Melakukan kerja sama yang dimaksud adalah melalui komunikasi antarpribadi dengan tujuan melakukan kerja

sama antara seorang dengan orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu atau untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat bagi kedua belah pihak. Karena hubungan antarpribadi yang baik dan juga merupakan kawan lama, kerjasama yang terjadi antara manajer produksi dan manajer marketing juga selalu lancar dan jarang terjadi kendala dan miskomunikasi meskipun menggunakan teknologi komunikasi seperti *handphone*, telepon, dan *email*.

4.5.3.3 Komunikasi bisnis manajer produksi dan manajer ekspor-impor

Manajer produksi memberikan penjelasan bahwa setiap divisi terdiri dari empat sampai sepuluh orang. Selama pandemi ini, untuk menghemat biaya pengeluaran, setiap orang per divisi hari masuknya dijadwalkan bergilir, jadi setiap orang yang masuk setiap hari kini hanya masuk dua kali dalam seminggu. Karena hari kerja yang digilir ini, satu divisi terkadang cukup banyak mengalami kesulitan dalam berkomunikasi. Kesulitan yang cukup sering dialami adalah ketika salah satu staf tidak hadir maka staf yang hadir bertanggung jawab dalam membantu menyelesaikan dan mencari *file* atau dokumen penting milik staf yang tidak hadir untuk dapat menyelesaikan pekerjaan hari itu.

Manajer produksi juga sering berhubungan dan berkoordinasi dengan manajer divisi ekspor dan impor. Informan menjelaskan bahwa tugas dari divisi ekspor dan impor sendiri adalah untuk mengurus segala hal yang berkaitan dengan izin ekspor dan impor ke kantor bea cukai. Dalam hal ini tugas manajer produksi adalah memberikan kabar kepada manajer ekspor dan impor jika pesanan masker dan bajunya sudah selesai dan siap untuk dikirim.

Pada saat pesanan telah selesai barulah divisi ekspor dan impor melaksanakan tugasnya untuk mengurus perizinan mengirim barang. Manajer produksi mengatakan, pengurusan izin di kantor bea cukai harus dilakukan oleh orang yang betul-betul sudah paham alurnya. Oleh karena itu biasanya yang bertugas dalam mengurus perizinan ke bea cukai adalah manajer ekspor dan impor sendiri. Berikut adalah penjelasannya dari manajer produksi:

“Dari divisi ekspor dan impor saya cukup sering mendengar kabar kalau mereka biasanya ada kesusahan dalam mengurus perizinan ke orang bea cukai semenjak pandemi Covid-19 ini. Karena kan biasanya yang mengurus ke kantor bea cukai itu manajernya. Manajernya itu kan juga teman lama saya, kami juga sudah dekat. Jadi biasanya waktu dia sedang ada di ruangan saya, pernah dia cerita tentang kesulitannya selama pandemi Covid-19. Teman saya bilang semenjak pandemi Covid-19 koordinasi kerjaan jadi agak ribet dan susah.

Manajer ekspor-impor cerita ke saya, tadinya proses ekspor dan impor selalu lancar-lancar aja. Tapi semenjak hari masuk kerja digilir koordinasi antara staf ekspor impor jadi susah dan agak ribet, karena kebanyakan saat ini komunikasinya hanya lewat *handphone*. Kita kan juga tidak bisa membuka *email* kantor dari rumah, jadi kalau ada apa-apa tahunya ya karena dikabari oleh teman kantor yang satu divisi.

Manajer ekspor-impor yang memang biasanya pergi ke lapangan dan sering ketemu dengan orang bea cukai, kalo yang lainnya lebih banyak di kantor setau saya. Jadi katanya pas kalau tidak ada dia surat izin ekspor-impor jadi ribet. Bahkan katanya dia sudah sabar membimbing bawahannya harus ngapain saja supaya suratnya diterima tapi ya kadang memang masih ada kesulitan, namun pada akhirnya tetap bisa jadi suratnya.

Jadi ya pagi, siang, sore kalo gak paham apa pasti telepon dia terus, tapi ya gitu kadang ada miskomunikasi katanya, tapi karena manajer ekspor impor orangnya sabar, jadi pada akhirnya selalu bisa tertangani dengan baik.”

Melihat kegigihan dari manajer ekspor dan impor yang sangat loyal dan sabar dengan teman dan bawahan dalam satu divisinya memang itulah yang menjadi bukti terjalannya hubungan baik terutama di masa pandemi Covid-19 ini. Meskipun masih terjadi miskomunikasi, namun manajer dan bawahannya tidak

menyerah satu sama lain, dan bahkan manajer dengan penuh kesabaran selalu membimbing dan mengajarkan bawahannya sampai benar-benar paham. Hal ini membuktikan jika koordinasi dan hubungan antarpribadi di PT Richtex Garmino selalu dapat terjaga dan terjalin dengan baik meski terkadang banyak miskomunikasi namun akhirnya tetap bisa teratasi.

Jika melihat pengalaman dari manajer produksi, baik manajer produksi dan manajer ekspor dan impor, memiliki hubungan yang baik sebagai kolega. Mereka adalah kolega yang selain terhubung karena pekerjaan juga menjadi teman baik karena adanya rasa kepercayaan dan mau untuk saling berbagi masalah satu sama lain. Hal tersebut sesuai dengan konsep komunikasi antarpribadi yang dikatakan oleh Purwanto (2010: 29) yaitu menceritakan kekecewaan dan kekesalan. Konsep ini menjelaskan bahwa komunikasi antarpribadi juga dapat menjadi wadah bagi seseorang untuk mencurahkan isi hati dan pikiran seperti menceritakan rasa kekecewaan atau kekesalan kepada orang lain.

Komunikasi bisnis yang terjadi antara manajer produksi dan manajer ekspor dan impor adalah juga sesuai dengan konsep Purwanto (1997: 24) yaitu komunikasi horizontal. Komunikasi horizontal merupakan komunikasi yang berlangsung di antara orang yang sama kedudukannya dalam hierarki organisasi seperti antara sesama manajer atau sesama karyawan. Dalam hal ini manajer produksi dan manajer marketing adalah karyawan yang kedudukannya sama dalam hierarki perusahaan yaitu sama-sama dalam posisi manajer.

Komunikasi antarpribadi yang terjadi antara manajer produksi dan manajer ekspor dan impor juga merupakan komunikasi antarpribadi dalam konteks “berbagi

pengalaman”. Konteks berbagi pengalaman ini sesuai dengan konsep yang dikatakan oleh Purwanto (2010: 28) yaitu “berbagi pengalaman”. Maksud dari konsep berbagi pengalaman ini adalah komunikasi antarpribadi memiliki tujuan untuk saling berbagi pengalaman pribadi kepada orang lain mengenai hal-hal yang menyenangkan maupun menyedihkan.

4.5.3.4 Komunikasi bisnis manajer produksi dan *quality control*

Manajer produksi mengatakan jika pembuatan garmen telah selesai, selanjutnya adalah berkoordinasi dengan divisi *quality control* (QC) untuk dicek kembali kualitas garmen yang telah jadi tersebut. Divisi *quality control* memiliki tanggung jawab dalam melakukan *final checking* dari garmen yang telah jadi (masker), untuk dilihat kembali apakah ada kerusakan jahitan dan noda pada garmen. Berikut adalah pernyataan lebih lanjut dari manajer produksi:

“Kita puji Tuhan belum pernah ada kesalahan dalam penjahitan, produknya rusak, atau kesalahan dalam pewarnaan selama ini. Kita selalu benar-benar cek terlebih dahulu semua garmennya. Kalau untuk yang masker saat ini juga hampir tidak ada masalah ya, karena kan kepuasan pembeli adalah yang utama, jadi kami selalu berusaha yang terbaik untuk bisa menghasilkan produk garmen yang terbaik. Semua buruh di sini juga sudah selalu diberikan pengarahan dan pelatihan dengan baik sehingga hasilnya juga selalu baik dan memuaskan pelanggan. Tapi kami selalu sebelum mengirim memang harus ada *final checking* untuk lebih memastikan semua produk garmennya sudah oke dan siap untuk dikirim ke pelanggan.”

Manajer produksi juga menjelaskan bahwa dalam kesehariannya, ia juga memiliki hubungan yang baik dengan divisi *quality control* (QC). Manajer produksi dan divisi *quality control* selalu saling bekerjasama dan berkoordinasi dengan baik. Jika produk garmen ada yang rusak atau lecet maka tim *quality control* pasti akan melaporkan langsung pada divisi produksi. Kerjasama yang terjadi antara divisi

quality control dan divisi produksi selalu terjalin dengan baik, oleh karena itu hubungan antarpribadinya juga selalu terjalin dengan baik.

Berdasarkan pengalaman dari manajer produksi, dapat diartikan bahwa kerjasama antara divisi yang terjadi sangatlah baik hingga jarang terjadi miskomunikasi atau kesalahan fatal. Peran kedua divisi sangat berpengaruh dalam menjaga kualitas produksi (masker). Dengan adanya kerja sama yang baik antara divisi menjadikan semuanya lebih mudah. Hal bekerja sama ini sesuai dengan konsep yang dikatakan oleh Purwanto (2010: 29) yaitu “melakukan kerja sama”. Melakukan kerja sama menurut Purwanto adalah dalam komunikasi antarpribadi melakukan kerja sama antara seorang dengan orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu dalam organisasi perusahaan.

4.5.3.5 Komunikasi bisnis manajer produksi dan *General Manager*

Manajer produksi juga memiliki hubungan yang baik dengan *General Manager*. *General Manager* adalah orang yang jabatannya berada di bawah Direktur dan bertugas untuk mengawasi kinerja dari para manajer yang ada di PT Richtex Garmindo. Manajer produksi sering melakukan koordinasi dengan *General Manager* pada saat ada masalah mengenai bawahannya dan buruh. Berikut penjelasan manajer produksi dalam wawancara:

“*General Manager* itu juga orangnya baik, dan dia orangnya juga perhatian. Beliau juga adalah orang yang optimis, profesional dan bertanggung jawab. Kalau berbicara juga selalu sopan tidak pernah marah-marah atau membentak kepada staf. Biasanya kalau kami ada salah selalu hanya diberikan nasihat dan kami tetap *disupport* terus.

Menurut saya kepribadian *General Manager* kami itu bisa menjadi contoh dan panutan kami para manajer, karena beliau selalu berusaha untuk memberikan contoh yang baik kepada manajer-manajer di bawahnya,

supaya manajer yang lain juga selalu semangat dan optimis dalam mengerjakan pekerjaannya.”

Beliau juga yang selalu memberikan karyawan semangat dan motivasi untuk terus semangat dalam bekerja terutama disituasi pandemi Covid-19 ini. Pada saat rapat dengan beliau dan manajer lainnya, beliau selalu menyampaikan saran dan masukan-masukan mengenai apa saja yang harus dikembangkan dan diperbaiki dari agar sesuai dengan strategi perusahaan terutama di masa pandemi ini.”

Manajer produksi menjelaskan lebih lanjut bahwa pada saat rapat, *General Manager* juga selalu menerima segala pendapat dan masukan atau saran dari para manajer mengenai kinerja para staf selama pandemi Covid-19 ini. Sering juga setelah membahas proyek dan *planning* perusahaan, para manajer *sharing* kondisi para staf. Dimana semenjak penurunan gaji yang cukup drastis banyak rekan staf yang kurang bersemangat, kinerja dan motivasinya dalam bekerja juga cukup menurun. Meskipun banyak menerima laporan seperti itu *General Manager* selalu menanggapi dengan serius dan sabar karena ia juga akan selalu berusaha membantu para karyawannya dengan mendiskusikan kembali semua hasil rapat dan saran dengan direktur untuk dicarikan solusinya.

General Manager juga selalu meminta para manajer untuk selalu menghibur rekan staf dan bawahannya untuk lebih sabar dengan keadaan yang ada. Jika *General Manager* ada waktu, dia akan selalu menyempatkan diri untuk mengunjungi tiap divisi untuk melakukan pengecekan pada para manajer dan staf, dia juga selalu memuji dan mengapresiasi pekerjaan para manajer dan staf juga selalu memberikan mereka semangat dengan menepuk bahu para stafnya.

Jika melihat pengalaman pribadi yang disampaikan oleh manajer produksi, dapat diartikan bahwa hubungan *General Manager* dengan para manajer dan staf

yang lain sangatlah baik. Hubungan yang terjalin tidak hanya sebatas persoalan pekerjaan, tetapi juga adanya perasaan kemanusiaan yang dilibatkan dalam proses berkomunikasi. Dapat disimpulkan bahwa *General Manager* adalah orang yang memiliki keterampilan mendengarkan, karena selalu memberikan respons yang serius dan memotivasi karyawannya karena mengetahui bahwa kondisi karyawannya sedang kurang baik saat pandemi Covid-19 ini.

Hal yang dilakukan oleh *General Manager* sesuai dengan konsep yang dikatakan oleh Liliweri (2015: 468) yaitu “mendengarkan isi hati.” Konsep mendengarkan dengan hati ini adalah salah satu keterampilan komunikasi yang paling penting sebagai bagian dalam komunikasi antarpribadi yang efektif. Mendengarkan dengan hati adalah proses komunikasi timbal balik yang dilakukan dengan salah satu pihak berbicara dan pihak lain mendengarkan. Menurut Liliweri (2015: 458) komunikasi yang baik dimulai dengan memberikan perhatian penuh “*thoughtfulness*” kepada orang lain. Komunikasi yang baik dapat diciptakan dengan membangun keterampilan berbicara, termasuk keterampilan mendengarkan agar kita dapat memahami pesan untuk mempertahankan relasi antarpribadi yang baik dengan orang lain.

Manajer produksi juga menghargai dan mempercayai *General Manager*, karena *General Manager* selalu mau mendengarkan dan bisa memberikan dukungan dan motivasi, sehingga hal ini yang membuat para manajer selalu juga bersikap lebih terbuka, mengatakan kejujuran dan apa adanya, seperti permasalahan mengenai kinerja dan motivasi para staf yang menurun semenjak pandemi Covid-19 ini. Hal tersebut sesuai dengan konsep Liliweri (2015: 467) mengenai “kejujuran

berkomunikasi.” Kejujuran berkomunikasi yang dimaksud adalah keterbukaan untuk mengatakan sesuatu sebagaimana apa adanya, sebagai fakta dan bukan sebagai opini yang dibangun demi kepentingan individu.

4.5.3.6 Komunikasi verbal dalam menulis dokumen

Selain mengikuti rapat bersama rapat bersama, para manajer dan bawahannya juga memiliki tugas untuk membuat laporan mingguan untuk diberikan kepada *General Manager*. Untuk manajer produksi, laporan yang harus disusun adalah mengenai jumlah garmen yang diproduksi tiap minggunya, mengingat saat ini selain membuat baju, perusahaan juga sedang memproduksi masker.

Selain manajer produksi yang bertanggungjawab dalam membuat laporan, bawahannya pun wajib untuk membuat laporan. Tujuannya adalah agar kinerja satu divisi dapat terlihat apakah mereka semua sudah bekerja dengan efektif dan optimal, serta melakukan kegiatan yang sesuai dengan strategi perusahaan di divisi produksi, maupun di divisi lain khususnya selama pandemi Covid-19 ini.

Laporan yang dikerjakan oleh setiap personel juga harus teratur dan rapi karena nantinya akan dibaca oleh *General Manager*. Manajer produksi mengatakan akan terlihat kurang sopan dan kesannya seperti meremehkan jika laporan mingguan yang disusun berantakan dan tidak rapi. Dia juga mengatakan karena sudah mengenal dekat *General Manager*, maka dia juga sudah tahu harus bagaimana membuat laporan yang baik dan benar untuk memberikan kesan saling menghormati dan bertanggungjawab. Ilmunya itu tidak ia simpan sendiri, manajer produksi selalu mengajari dan mengingatkan kepada bawahannya untuk selalu membuat laporan yang ditata dengan baik dan rapi.

Setelah semua staf menyelesaikan laporan mingguannya masing-masing, mereka akan memberikannya kepada *General Manager*. Jika telah selesai, semua laporannya akan dievaluasi oleh *General Manager* untuk dilihat apakah kinerja stafnya sudah efektif dan optimal. Manajer produksi juga mengatakan pada saat ada kinerja yang kurang baik dari salah satu staf, maka biasanya manajer yang ditugaskan untuk membimbing dan lebih memberikan motivasi kepada bawahannya.

Manajer produksi juga mengatakan dalam sebulan sekali juga harus menulis laporan bulanan. Tujuan dari penulisan laporan bulanan adalah untuk melaporkan mengenai kegiatan apa saja yang sudah terlaksana dalam satu bulan dan sudah berapa banyak garmen yang sudah diproduksi seperti masker Covid-19 pada masa pandemi ini. Laporan bulanan yang telah selesai juga diberikan kepada *General Manajer* untuk dievaluasi, agar *General Manager* dapat mengetahui kemajuan perusahaan, mengetahui pendapatan dan pengeluaran perusahaan serta kegiatan dan kinerja para staf selama satu bulan di masa pandemi Covid-19.

Jika melihat pengalaman dari manajer produksi, dapat diartikan bahwa semua staf memiliki tugas tertulis yang harus mereka buat guna melihat kinerja para staf dan kemajuan perusahaan. Manajer produksi mengatakan bahwa laporan mingguan dan bulanan yang mereka tulis haruslah baik, tertata dan rapi karena akan dibaca oleh *General Manajer*. Dapat diartikan bahwa maksud manajer produksi adalah laporan yang baik, tertata dan rapi harus dibiasakan untuk memperlihatkan profesionalisme dan tanggungjawabnya dalam bekerja serta terkesan menghargai si

pembaca. Laporan yang rapi menurutnya juga akan membuat *General Manager* sebagai pembaca merasa dihargai oleh para stafnya.

Hal kerapian menulis laporan atau dokumen ini sesuai dengan konsep yang dikatakan oleh Marry E dkk (2005: 112) yaitu tampilan dokumen bisnis. Menurut Marry E dkk, penampilan sebuah surat, memo, atau laporan bisa mempunyai pengaruh positif atau negatif pada penerima pesan. Surat dan laporan dapat terlihat rapi, profesional, tersusun dengan menarik atau sebaliknya. Dokumen tertulis yang tidak rapi dan tergesa-gesa mengandung pesan negatif mengenai isi dan pengirimnya secara tidak langsung. Mengirimkan sebuah pesan seperti *email* atau laporan yang penuh kesalahan secara tidak langsung mengungkapkan pesan bahwa si penulis tidak cukup peduli mengenai pesan tersebut untuk meluangkan waktu membuatnya agar bisa dibaca dengan baik atau terlihat menarik.

4.5.3.7 Komunikasi bisnis staf produksi dan manajer produksi

Peran staf yang kedudukannya di bawah manajer juga menjadi perhatian khusus terutama dalam kerja sama tim dalam satu divisi. Peneliti juga mewawancarai staf dari divisi produksi untuk melihat pengalaman pribadinya dalam berkomunikasi di kantor selama pandemi Covid-19. Staf produksi dalam wawancaranya mengatakan bahwa selama pandemi Covid-19 ini komunikasi dan koordinasi antara staf dan manajer lebih banyak menggunakan *email* dan telepon dikarenakan hari kerja yang digilir. Berikut pernyataannya:

“Ya komunikasi selama ini seperti biasa ya lancar-lancar saja, ndak ada masalah”

“Kalau saya di bagian produksi selama pandemi komunikasi sama manajer produksi mengenai jumlah *output* atau barang jadi yang selesai dalam satu hari. Jadi saya melaporkan *output-outputnya* itu”

“Jadi saya minta data atau ada laporan dari supervisor operator jahit seperti hasil produksi yang selesai pada hari itu. Jadi datanya saya buat laporan. Setelah laporannya selesai akan saya periksa dulu dan nanti saya cetak dan saya berikan kepada pak manajer untuk dievaluasi. Laporannya harus dievaluasi oleh manajer karena harus tahu dalam sehari itu *output* produksi itu memenuhi target atau tidak, disebabkan dalam satu hari ada targetnya, jadi tidak boleh jauh di bawah target karena nanti akan menghambat *output-output* berikutnya, karena ada *deadline* pengiriman barangnya.”

Berdasarkan pengalaman dari staf produksi dapat dikatakan bahwa meskipun situasi pandemi Covid belum selesai menerpa perusahaan, tetapi staf produksi tetap rajin bekerja dan komunikasi yang terjadi antara staf produksi dengan manajer produksi juga lancar sehingga pekerjaan seperti pengumpulan laporan harian kepada manajer produksi juga lancar dan tidak ada kendala. Kegiatan komunikasi ini sesuai dengan konsep komunikasi dari bawah ke atas yang dikatakan oleh Purwanto (1997: 24), yaitu komunikasi yang berasal dari bawahan kepada atasan mengenai informasi, ide dan aspirasi yang dapat membantu pembuatan keputusan dan kemajuan perusahaan.

Berdasarkan pengalaman staf produksi dapat dikatakan bahwa komunikasi yang terjadi antara staf produksi dan supervisor buruh lancar dan baik. Masing-masing bertanggung jawab dalam bekerja sama dan berkoordinasi untuk pencatatan laporan produksi sehingga *output* produksi (*masker*) selalu berjalan dengan lancar dalam masa pandemi ini. Kegiatan komunikasi antarpribadi ini sesuai dengan gagasan Purwanto (2010: 27), yaitu melakukan kerja sama yang artinya adalah komunikasi antarpribadi dalam dunia bisnis bertujuan untuk melakukan kerja sama antara seorang dengan orang lain untuk mencapai tujuan tertentu dan melakukan sesuatu yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

4.5.3.8 Komunikasi bisnis staf produksi dan supervisor buruh

Staf produksi juga menjelaskan bahwa divisi produksi juga bertugas menyusun jadwal kerja operasional buruh, karena itu merupakan salah satu tanggung jawab divisi produksi. Staf produksi mengatakan bahwa divisi produksi juga yang mengerti kapan harus mengejar *deadline* produksi garmen seperti saat ini masker medis pada saat pandemi Covid-19. Berikut pernyataannya:

“Pertama kan tanggung jawab saya yang utama memberikan laporan dari data yang saya kumpulkan tadi, kemudian saya buat laporan untuk saya serahkan ke manajer produksi setiap hari. Ke dua, saya dan rekan staf lainnya bertanggung jawab dalam mengatur jadwal kerja operasional operator jahit. Seperti di sini ada tiga puluh *sewing line*, dan setiap *sewing line* itu dipimpin oleh seorang supervisor yang bertanggung jawab terhadap masing-masing *line*, dan setiap akhir minggu, kami dari divisi produksi mengadakan *meeting* untuk membahas permasalahan yang ada di tiap-tiap *line*. Jadwal pengaturan *sewing line* sudah ada dari dulu karena itu kan untuk mengontrol *output* produksi. Sebelum Covid pun juga sudah ada, selama pandemi ini juga ada.”

Berdasarkan pengalaman staf produksi dapat dikatakan bahwa staf produksi dan rekan staf produksi lainnya juga bertanggung jawab dalam mengatur jadwal kerja operasional operator jahit. Setelah itu mengadakan rapat untuk mengetahui apakah ada masalah atau tidak dalam produksi dengan jadwal yang selalu berubah setiap minggunya terutama dalam masa pandemi ini. Karena adanya kerja sama yang baik sehingga selama pandemi ini pengaturan jadwal kerja operasional buruh belum ada masalah yang serius dan terbukti dengan PT Richtex Garmino belum pernah terlambat dalam melakukan pengiriman barang. Kegiatan komunikasi yang terjadi sesuai dengan konsep komunikasi antarpribadi dalam melakukan kerja sama yang digagas oleh Purwanto (2010: 27), yaitu komunikasi antarpribadi dalam melakukan kerja sama di dunia bisnis bertujuan untuk melakukan kerja sama antara

seorang dengan orang lain untuk mencapai tujuan tertentu dan melakukan sesuatu yang bermanfaat bagi semua pihak yang bersangkutan.

4.5.3.9 Komunikasi bisnis staf produksi dalam melakukan komunikasi multi saluran

Staf produksi menjelaskan pada saat ia tidak di kantor karena WFH (*Work From Home*), ia tetap membantu staf lain yang membutuhkan bantuan seperti mencari dokumen dan membuat hal-hal penting lainnya lewat telepon. Ia mengatakan karena WFH ini koordinasinya terkadang memang ada kendala, namun kendala tersebut dapat teratasi. Berikut pernyataannya:

“Ya kendala pasti ada. Karena seperti hari ini kan saya tugas, besok saya libur itu kadang ada dari rekan-rekan saya yang menanyakan kemarin menyimpan *file* di mana atau laporannya sudah dibuat atau belum, kadang mereka menghubungi saya di rumah. Itu kendalanya, karena masuknya kan sekarang bergantian jadi tidak setiap hari masuk karena pandemi ini, jadi digilir.”

Berdasarkan pengalaman staf produksi dapat dikatakan bahwa dalam masa pandemi ini terkadang komunikasi tidak selalu lancar karena antara staf produksi tidak selalu mengetahui apa saja tugas yang sudah dikerjakan dan belum dikerjakan oleh rekan staf produksi lainnya, yang menurut staf produksi itu merupakan kendala bagi dirinya dan rekan staf produksi yang lain sehingga harus menghubungi rekannya dahulu. Tetapi saat ini komunikasi sudah lebih mudah karena bantuan alat teknologi seperti telepon yang dapat segera menghubungi orang yang dituju sehingga dengan bantuan teknologi ini komunikasi antara staf produksi jadi cukup terbantu selama masa pandemi ini. Kegiatan komunikasi ini sesuai dengan konsep komunikasi multi saluran oleh Purwanto (1997: 25) yaitu komunikasi yang berlangsung dengan menggunakan teknologi informasi seperti telepon dan SMS.

4.5.3.10 Komunikasi bisnis staf produksi dalam menumbuhkan simpati

Staf produksi dalam wawancaranya juga mengatakan bahwa dia cukup prihatin dengan kondisi kantor saat ini, dan berharap kantor dapat cepat pulih dan bisa beroperasi seperti biasanya. Berikut pernyataannya:

“Ya...tentunya saya sangat prihatin, karena dampaknya besar sekali, banyak *order* perusahaan yang dibatalkan karena di luar negeri pun kelihatannya pasarnya sangat berkurang, sehingga otomatis ekspor kita atau produksi kita juga terbatas karena selama Covid ini pesanan cukup berkurang drastis.”

Berdasarkan pengalaman staf produksi tentunya tanggapan yang disampaikan merupakan bentuk rasa simpati yang mendalam, karena staf produksi prihatin dengan keadaan perusahaan dan juga ikut merasakan hal yang sama yang dirasakan oleh semua rekan-rekan staf lainnya. Perasaan prihatin dan simpati yang dirasakan oleh staf produksi dan juga karyawan lainnya sesuai dengan konsep komunikasi antarpribadi dalam menumbuhkan simpati oleh Purwanto (2010: 28), yaitu perasaan simpati adalah suatu sikap positif yang diberikan dan dirasakan oleh seseorang yang muncul dari lubuk hati untuk ikut merasakan bagaimana beban derita, musibah dan kesedihan yang sedang dirasakan oleh orang lain.

4.5.3.11 Komunikasi bisnis staf HRD dan manajer HRD

Staf HRD juga menjadi sumber informasi peneliti untuk mendapatkan informasi dari sudut pandang yang berbeda. Staf HRD mengatakan bahwa manajer HRD dan dirinya meskipun memiliki banyak tanggung jawab di masa pandemi ini komunikasi antara staf HRD tetap lancar. Berikut penjelasannya:

“Komunikasinya baik sih ya, nggak ada masalah sama manajer saya, lancar ada *feedback* yang baiklah tidak ada masalah selama ini, selama satu setengah tahun pandemi ini baik-baik saja. Kalau staf sama manajer kan ruangnya cuma beda tempat ya cuman dibatesin tembok sebelah, jadi

kita biasanya memakai telepon kantor, bisa email, bisa WhatsApp jadi meminimalkan untuk ketemu *face to face*, misalkan harus *face to face* ya kita ada jarak bahkan harus lebih dari satu meter kalo penting banget, tapi diminimalkan ya.”

Berdasarkan pengalaman staf HRD, dapat dikatakan bahwa dalam masa pandemi ini meskipun keadaan karyawan dan perusahaan sedang kurang baik mereka tetap dengan ikhlas menjalani protokol kesehatan demi kepentingan bersama. Komunikasi tatap muka menjadi lebih dikurangi yang artinya tidak dapat sering berbincang bersama rekan dan bertemu tatap muka. Tetapi dengan bantuan teknologi komunikasi setidaknya pekerjaan masih bisa dilakukan dan berjalan lancar, karena teknologi juga mampu mendekatkan yang jauh dan mempermudah komunikasi tanpa harus tatap muka. Kegiatan komunikasi sesuai dengan konsep komunikasi multi saluran oleh Purwanto (1997: 25), yaitu komunikasi multi saluran adalah komunikasi yang berlangsung dengan menggunakan teknologi komunikasi seperti telepon, SMS dan *video conference*.

4.5.3.12 Komunikasi bisnis staf divisi HRD dalam menumbuhkan motivasi

Staf HRD kemudian menjelaskan lebih lanjut mengenai tanggung jawab dan tugasnya sebagai staf HRD. Berikut pernyataannya:

“Saya membantu manajer HRD dan staf HRD lainnya kita itu kan berempat ya, jadi kita bertanggung jawab dalam penilaian kinerja karyawan, konsultasi untuk karyawan, pengembangan dan *training* karyawan dan mengurus BPJS karyawan kesehatan khususnya juga. Karena kan ada yang sakit juga, kinerjanya menurun itu kita panggilin meskipun ndak harus ketemu langsung jadi jarak jauh atau lewat telepon itu untuk memberi motivasi kepada teman-teman kantor agar kinerjanya meningkat jadi imunnya tu biar gak turun, karena kalau imunnya turun gampang terkena Covid. Kami antara staf saling membantu, kita memang bebannya berat saat ini kan kalau HRD itu kan *human resource* ya, jadi ngurusnya orang, disamping kita ini takut tertular tapi gimana caranya karyawan kita ini harus sehat.”

“Kalau untuk saat ini saya dan HRD lainnya berfokus pada pengembangan dan *training* kinerja karyawan, selain ke proses yang memang paling utama. Jadi kita ke pengembangan dan *training* kinerja tu agar meningkat tu gimana dimasa pandemi ini, memang susah tapi kita harus pake cara dengan proses yang ketat agar mereka itu tidak nglokro, tetap semangat bekerja sehingga produktivitasnya itu meningkat. Jadi jangan sampai dimasa pandemi *orderan* turun kinerjanya juga ikut menurun jadi harus tetep semangat.”

Berdasarkan pengalaman staf HRD dapat dikatakan bahwa selama pandemi ini tanggung jawab HRD tidak mudah, tetapi penuh rasa sabar dan semangat mereka tetap melayani rekan staf dengan memberikan motivasi agar tetap terus semangat dalam bekerja. Komunikasi dalam memberikan motivasi dan dukungan ini sesuai dengan konsep yang dikatakan oleh Purwanto (2010: 29) yaitu melalui komunikasi antarpribadi seseorang dapat memotivasi orang lain untuk melakukan sesuatu yang baik dan positif.

4.5.3.13 Komunikasi bisnis staf HRD dan staf lain secara verbal (lisan)

Staf HRD juga mengatakan bahwa selain berkoordinasi dengan staf divisi HRD, beliau juga berkoordinasi dengan staf dari divisi lain mengenai konsultasi karyawan, menanggapi saran dan masukan dari karyawan divisi lain. Berikut pernyataannya:

“Kalau kami biasanya membuka konsultasi untuk karyawan yang membutuhkan dan memberikan motivasi terutama saat pandemi ini supaya mereka lebih semangat dalam bekerja. Kalau yang *training* diberikan kepada karyawan juga pada saat *briefing*, nggak harus sama HRD, biasanya supervisor juga pas *briefing* pagi sebelum bekerja itu memberi masukan petuah yang bagus, berdoa baru bekerja. Ya petuahnya itu ya seperti harus sering cuci tangan, jaga jarak, pakai *hand sanitizer*, masker jangan sampai melorot, terus tetep berdoa supaya pekerjaan hari itu lancar. Karena kalau pekerja nggak sehat nanti jadi nggak lancar pekerjaannya.”

Berdasarkan pengalaman staf HRD dapat dikatakan bahwa selama pandemi ini harus terus melakukan *briefing* agar semua karyawan tetap mematuhi protokol

kesehatan sehingga kesehatan terus terjaga untuk kepentingan bersama. Komunikasi mengenai pemberian *briefing* atau pengarahan kepada karyawan sesuai dengan gagasan yang dikatakan oleh Purwanto (2010: 7) yaitu komunikasi verbal secara lisan merupakan komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis seperti memberikan pengarahan (*briefing*) untuk staf dalam perusahaan.

4.5.3.14 Komunikasi staf HRD dalam menumbuhkan simpati

Staf HRD mengatakan bahwa ia merasa prihatin dengan keadaan kantor saat ini. Staf HRD juga mengatakan bahwa semenjak pandemi Covid-19 ini semua menjadi banyak berubah. Berikut pernyataannya:

“Ya tentunya saya dan temen-temen lainnya prihatin ya karena kondisi kantor ini semakin hari jadi kurang kondusif tapi kami juga selalu berusaha yang terbaik untuk perusahaan.”

“Kemudian dampak yang paling terasa itu karena kita sering WFH dan WFO, jadi waktu WFH dirumah kan otomatis pendapatan kita juga nggak seperti biasanya. Apalagi *order* kita juga banyak menurun. Jadi di samping untuk menghindari penyebaran Covid kita kan harus WFH di rumah, jadi pendapatannya yang waktu di rumah itu juga berkurang tidak seperti biasanya waktu di kantor. Jadi ya saya pribadi ya ngaruh banget, karena hanya mendapat sepertiga gaji dari biasanya, jadi ada kebutuhan pribadi yang harus dikurangi dalam sebulan. Tapi lebih bersyukur ya karena banyak perusahaan juga yang mengalami PHK, karyawan dikurangi, di rumahkan, bersyukur masih bisa bekerja karena posisi kerja ini mungkin didambakan oleh banyak orang di luar sana, gitu sih untuk menyemangati diri saya sendiri itu seperti itu. Jadi pandemi ini harus pintar-pintar mengatur keuangan juga.”

Berdasarkan pengalaman HRD tentunya tanggapan yang disampaikan merupakan bentuk rasa simpati yang mendalam, karena staf HRD dan rekan lainnya juga prihatin dengan keadaan perusahaan dan juga ikut merasakan hal yang sama yang dirasakan oleh semua rekan-rekan staf lainnya di PT Richtex Garmino. Perasaan prihatin dan simpati yang dirasakan oleh staf HRD dan juga karyawan

lainnya sesuai dengan gagasan yang dikatakan oleh Purwanto (2010: 28), yaitu perasaan simpati adalah suatu sikap positif yang ditunjukkan dan dirasakan oleh seseorang yang muncul dari lubuk hati yang paling dalam untuk ikut merasakan bagaimana beban derita, musibah dan kesedihan yang sedang dirasakan oleh orang lain.

4.5.3.15 Komunikasi bisnis PT Richtex Garmino dan perusahaan lain secara lisan

Selama pandemi Covid-19, PT Richtex Garmino tidak hanya melakukan kegiatan dalam perusahaan saja, tetapi juga melakukan kegiatan di luar perusahaan. Manajer produksi mengatakan kegiatan di luar perusahaan yang dilakukan oleh PT Richtex Garmino adalah melakukan studi banding ke perusahaan garmen yang berada di Semarang. Kegiatan studi banding ini diikuti oleh para manajer dan *General Manager* untuk melakukan silaturahmi dan menjaga hubungan baik kepada sesama perusahaan garmen yang saling bekerja sama.

Studi banding ini dilakukan oleh PT Richtex Garmino pada saat sebelum dan saat pandemi Covid-19 pada tahun 2020 dengan tetap menjaga protokol kesehatan. Manajer produksi mengatakan bahwa studi banding tahun berikutnya memang sedang ditiadakan karena situasi yang tidak mendukung.

“Kami juga ada studi banding untuk pertemuan antara perusahaan garmen yang pernah bekerja sama dengan Richtex tahun 2020 kemarin. Ya tapi saat ini memang masih belum ada studi banding dan kerja sama lagi karena ya situasi pandemi ini juga, perusahaan garmen lainnya juga terkena dampaknya.”

Berdasarkan pengalaman yang manajer produksi alami, dapat dikatakan bahwa PT Richtex Garmino juga memiliki partner bisnis perusahaan lokal yang

sama-sama membuat garmen juga. Para manajer dan *General Manager* melakukan studi banding tersebut untuk bersilaturahmi dan menjaga hubungan baik yang terjalin antara perusahaan, meskipun sekarang ini belum melakukan kerja sama karena pandemi ini. Peneliti juga menyimpulkan bahwa semakin banyak berhubungan baik dengan sesama perusahaan garmen maka keakraban personal antara pengusaha semakin terjalin untuk kemajuan PT Richtex Garmino.

Komunikasi yang terjadi sesuai dengan konsep yang dikatakan oleh Purwanto (2010: 12) yaitu komunikasi verbal secara lisan adalah komunikasi yang melibatkan dua orang atau lebih seperti pertemuan kelompok, program pelatihan dan kunjungan perusahaan. Komunikasi secara lisan juga memiliki kelebihan yaitu dapat membuat lawan bicara lebih nyaman karena dapat melihat ekspresi dan nada bicara komunikator serta komunikasi ini terasa lebih akrab, alami dan meningkatkan persahabatan.

4.5.3.16 Komunikasi bisnis dalam penyampaian *goodwill*

Selama pandemi Covid-19 ini meskipun karyawan menjadi cukup jarang bertemu dengan teman-teman kantornya, tetapi itu bukan berarti hubungan antar rekan menjadi surut dan renggang. Berdasarkan jawaban dari manajer produksi dan HRD didapatkan jawaban yang kurang lebih sama mengenai sikap rekan-rekan di kantor pada saat merayakan hari spesial selama pandemi Covid-19 ini. Berikut adalah pernyataan dari masing-masing informan:

“Kalau di kantor saya dan teman-teman staf itu memang biasanya selain urusan pekerjaan kami tetap berhubungan baik seperti teman biasa, kami ngobrol soal apa saja. Kadang kami ngobrol soal berita yang lagi *trend*, karena kan di sini langganan koran dan kami juga ngobrol soal keluarga. Teman staf kantor juga belum lama ini ada yang habis lahiran, terus pas datang ke kantor dia bawa makanan ringan untuk merayakan satu bulan

lahiran anaknya, terus makanannya dibagi ke teman-teman kantor. Saya dan teman-teman kantor juga iuran untuk memberikan *gift* ke teman kami itu (HRD).”

“Saya biasanya kalau di kantor kalau sedang ada waktu senggang mampir ke ruangan teman-teman saya ya untuk sekedar ngobrol saja nyari suasana baru supaya tidak bosan juga. Teman kantor saya juga beberapa hari yang lalu ada yang ulang tahun, tapi saya beda divisi sama dia. Terus kami mengucapkan selamat ulang tahun ke dia. Dari saya dan teman-teman yang lain iuran untuk kasih dia *gift* sebagai kenang-kenangan dari teman-teman kantor. Terus juga waktu bulan puasa kemarin dari Direktur dikasih bingkisan kue-kue kecil juga (Manajer produksi).”

Jika melihat pengalaman dari HRD dan manajer produksi dapat disimpulkan bahwa hubungan yang terjalin antara karyawan di PT Richtex Garmino tetap terjaga dengan baik meskipun pandemi Covid-19. Saling memberikan hadiah atau *gift* memang terlihat sederhana, namun ini adalah salah satu cara para karyawan untuk terus dapat mempertahankan hubungan yang baik. Komunikasi ini sesuai dengan konsep yang digagas oleh Purwanto (2010: 143) yaitu pesan-pesan *goodwill* adalah suatu perasaan positif yang dapat mendorong orang untuk menjaga hubungan bisnis. Dalam dunia bisnis para pelaku akan selalu mengutamakan hubungan baik dengan pelanggan, pemasok, karyawan, dan pelaku bisnis lainnya dengan sifat pesannya yang bersahabat. Seperti pemberian ucapan selamat kepada karyawan yang naik pangkat, penyampaian ucapan selamat ulang tahun, pengucapan selamat hari raya kepada kolega dan pelanggan.

4.5.4 Komunikasi bisnis dalam menjaga hubungan baik antara PT Richtex Garmino dan PT Pan Brothers

Hubungan baik yang terjalin antara karyawan di PT Richtex Garmino juga tidak sebatas menjaga hubungan baik di dalam perusahaan selama pandemi Covid-19. Hubungan baik yang terjalin di PT Richtex Garmino selama pandemi Covid-

19 berlangsung juga dengan partner bisnis. Seperti yang telah diketahui bahwa saat ini kelangsungan kegiatan bisnis ekspor-impor di PT Richtex Garmino dengan perusahaan dari Amerika, Inggris, Kanada, dan Cina sedang tidak berjalan lancar karena Covid-19 juga melanda negara-negara pembeli.

4.5.4.1 Komunikasi bisnis sebagai interaksi

Dalam proses pembuatan garmen, manajer produksi menyampaikan bahwa perusahaan sangat memprioritaskan keinginan pelanggan atau partner bisnisnya. Meskipun kondisinya sedang pandemi Covid-19 seperti ini perusahaan dan karyawannya tetap terus memberikan yang terbaik. Komunikasi yang sering dilakukan oleh manajer produksi terhadap partner bisnisnya atau pelanggannya selalu sopan dan santai. Hal ini dilakukan untuk selalu menjaga hubungan baik dengan partner bisnis, agar bisnis juga selalu berjalan dengan baik selama pandemi ini. Berikut pernyataannya:

“Selama bekerja di sini saya selalu mementingkan keinginan partner bisnis atau pelanggan kami. Di sini kan saya yang bertanggung jawab mulai dari pemesanan sampai produk garmennya jadi. Saya dan partner juga selalu ada kesepakatan mengenai kapan masker dan baju-bajunya sudah harus jadi, desainnya mau seperti apa, bahan bakunya harus yang seperti apa. Kami juga sangat memprioritaskan kerapian jahitan, kesesuaian pola dan desain agar pihak pembeli selalu puas sehingga terus berlangganan sama kita terutama masa pandemi ini.”

Manajer produksi menyampaikan bahwa untuk membuat pesanan masker medis dan baju tidaklah mudah karena harus mengikuti instruksi dari pembeli. Manajer dan partner bisnis juga sering berkomunikasi lewat telepon, *Zoom* dan *email* untuk membahas mengenai kesesuaian pola jahit dan bahan bakunya, karena situasi yang sedang pandemi Covid-19 ini. Manajer produksi dan pembeli selalu

dapat berkomunikasi dengan baik dan cukup jarang terjadi miskomunikasi sehingga hubungan kerjasamanya selalu berlanjut dengan baik hingga saat ini.

Bila melihat dan memahami komunikasi bisnis yang terjadi antara manajer produksi dan partner bisnis, benar adanya hubungan yang baik terus terjalin karena manajer produksi selalu berkomunikasi dengan sopan dan santai. Manajer produksi juga dapat mengikuti apa yang menjadi keinginan dari pelanggannya mengenai diskusi produksi garmen. Komunikasi ini sesuai dengan konsep yang digagas oleh Mulyana (dalam Iriantara, 2010: 6) yaitu komunikasi sebagai interaksi, yaitu komunikasi sebagai proses sebab-akibat atau aksi reaksi yang arahnya bergantian. Maksud konsep tersebut adalah karena manajer produksi selalu dapat berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan, umpan baliknya adalah pelanggan menjadi senang dalam menjalin hubungan bisnis dengan PT Richtex Garmino.

4.5.4.2 Komunikasi bisnis dalam melakukan kolaborasi

Manajer produksi mengatakan untuk saat ini mereka lebih banyak menerima pesanan masker dan baju dari salah satu perusahaan lokal yang merupakan partner bisnis yaitu PT Pan Brothers. Perusahaan PT Pan Brothers memesan masker dan baju di PT Richtex Garmino karena salah satu alasannya adalah kapasitas mesin produksi garmen mereka *overload*, karena itu mereka meminta bantuan PT Richtex untuk bekerjasama dalam membuat masker Covid-19 dan baju anak-anak.

Selain juga karena masalah produksi, oleh karena pesanan masker datang dari Amerika, mereka percaya dengan PT Richtex Garmino karena kualitas jahitannya sudah taraf internasional dan *buyer*-nya pun juga dari luar negeri. Hal lainnya yang membuat PT Pan Brothers memiliki hubungan baik

dengan PT Richtex Garmino adalah karena ketepatan waktu penyelesaian dan kerapian jahitan pesanan masker ataupun baju yang mereka pesan.

“Dari divisi pemasaran menghubungi dan melakukan *follow up* ke banyak perusahaan lokal atas perintah Direktur, karena Direktur kami memiliki banyak kenalan perusahaan garmen juga di luar Semarang yaitu PT Pan Brothers yang ada di Bandung. Direktur kami dan perusahaan sana kan juga memiliki hubungan yang baik, jadi mungkin saja mereka butuh jasa kami. Nah tiba-tiba kami dapat pemberitahuan dari PT Pan Brothers akhir bulan Oktober mengabari kalau mereka ada pesanan masker medis waktu itu mereka dapat pesanan seratus juta masker dari Amerika. Karena banyak sekali terus perusahaan sana menawarkan kerja sama. Akhirnya sales kami dan perusahaan PT Pan Brothers ada kesepakatan kerja sama membuat masker Covid-19 sampai sekarang.”

Manajer produksi kemudian menambahkan jika sekarang ini hubungan kerjasamanya semakin membaik dan bagus karena selain membuat masker, PT Pan Brothers kini juga memesan pembuatan baju kepada PT Richtex. Seperti yang telah dibahas pada paragraf sebelumnya bahwa PT Pan Brothers juga memiliki hubungan yang baik dengan direktur dari PT Richtex Garmino sendiri sehingga itulah yang membuat hubungan baik terus terjalin dan juga terbangun dengan baik selama pandemi Covid-19 ini.

Berdasarkan pengalaman dan hasil wawancara dengan manajer produksi, dapat dikatakan bahwa melakukan kolaborasi dalam dunia bisnis ternyata sangatlah penting. Kolaborasi tidak hanya membuat perusahaan menjadi lebih maju tetapi juga membangun relasi yang berharga dengan perusahaan lain yang harus tetap dipertahankan hubungannya melalui komunikasi secara berkelanjutan. Kolaborasi bisnis juga dapat menghasilkan ide baru, serta mendapatkan perspektif yang baru dalam menyelesaikan masalah seperti di PT Richtex Garmino selama masa pandemi Covid-19 ini.

Dengan kolaborasi ini tujuan produksi dan ekspor garmennya memang menjadi berubah, tetapi hal itu bukanlah menjadi masalah bagi PT Richtex Garmino demi mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Dari hasil kolaborasi inilah komunikasi bisnis terjadi sesuai dengan gagasan Purwanto (2010: 88-89) yang menyatakan bahwa dalam komunikasi bisnis tentunya memiliki tujuan mempertahankan keberlangsungan eksistensi perusahaan yaitu “melakukan kolaborasi”. Tujuan dari kolaborasi menurut Purwanto adalah untuk melakukan kerja sama bisnis antara seorang dengan orang lain.

Sebagai sebuah perusahaan ekspor dan impor yang kelangsungan hidup perusahaan sangat bergantung pada kerja sama dengan perusahaan lain di luar negeri tentunya situasi pandemi Covid-19 ini memang tidak mudah bagi PT Richtex Garmino. Namun di sisi lain dengan banyak usaha dan kerja keras yang telah dilakukan oleh PT Richtex Garmino untuk tetap bertahan dari pandemi ini, akhirnya hasil usaha dan kerja keras perusahaan terbayarkan dengan mendapatkan pesanan garmen dari perusahaan lokal di Indonesia. Partner bisnis lokal itu adalah di PT Pan Brothers.

PT Pan Brothers adalah perusahaan ekspor-impor yang bergerak di pembuatan garmen. Perusahaan PT Pan Brothers ini juga memproduksi pakaian berdasarkan pesanan pembeli atau pelanggan. Mereka juga memproduksi baju dengan merek buatan mereka sendiri. Pelanggan atau pembeli PT Pan Brothers juga berasal dari Amerika Serikat. PT Pan Brothers berlokasi di Bandung, Indonesia.

4.5.4.3 Komunikasi bisnis dalam melakukan kerja sama

Penulis mewawancarai Ibu Puji Lestari yang merupakan manajer ekspor-impor sebagai informan. Ibu Puji Lestari mengatakan bahwa perusahaan garmen mereka mendapatkan banyak pesanan masker dari Amerika Serikat. Pesanan masker mereka semenjak awal bulan September 2020 berasal dari beberapa perusahaan yang ada di Amerika Serikat, sebagaimana dituturkan oleh informan “Ya semenjak pandemi Covid-19 ini perusahaan kami cukup banyak menerima pesanan masker medis. Pesanan masker medisnya itu kebanyakan dari perusahaan Amerika.”

Ibu Puji Lestari merupakan pihak yang memesan garmen kepada PT Richtex Garmindo. Informan mengatakan bahwa sejak beberapa tahun yang lalu, PT Pan Brothers memang sudah cukup sering bekerjasama dengan PT Richtex Garmindo dalam hal memproduksi garmen. Namun untuk sekarang ini, memang fokus produksi mereka adalah memproduksi masker medis.

“Kami sebenarnya selama pandemi Covid-19 ini tidak hanya menerima pesanan masker medis, tetapi kami juga menerima pesanan garmen lainnya seperti, baju, celana, jaket, pakaian anak-anak juga. Karena kami di sini sedang ada WFH sehingga untuk mengejar *deadline* produksi jadi cukup sulit kalau tidak bekerja sama dengan perusahaan lain. Jadi akhirnya kami minta tolong ke pihak PT Richtex Garmindo untuk bekerja sama membuat pesanan-pesanan ini.”

Semakin hari hubungan PT Pan Brothers dan PT Richtex Garmindo semakin membaik. Sekarang ini, selain memproduksi masker medis PT Pan Brothers juga bekerjasama dengan PT Richtex dalam memproduksi pakaian (baju, jaket, dan celana), *sunglass pouches* dan *shopping bags*. Masing-masing pesanan seperti masker medis biasanya bisa mencapai 45.000-250.000 *item* dan jika barangnya kecil pemesanan bisa mencapai dua juta *item* (seperti *sunglass pouches*).

Berdasarkan pengalaman Ibu Puji Lestari dalam bekerja sama dengan PT Richtex dapat dikatakan bahwa kerja sama yang terjadi selama pandemi Covid-19 ini lebih intens dan semakin baik karena masing-masing pihak memiliki kebutuhannya sendiri sehingga kerja sama dapat terus terjalin dengan baik. Komunikasi ini sesuai dengan konsep komunikasi antarpribadi dalam melakukan kerja sama oleh Purwanto (2010: 29) yaitu komunikasi antarpribadi dalam bisnis bertujuan untuk melakukan kerja sama antara seorang dengan orang lain untuk mencapai tujuan bersama.



Gambar 4.3: Masker Medis

Sumber: Dokumentasi dari PT Richtex Garmino



Gambar 4.4: Masker Medis

Sumber: Dokumentasi dari PT Richtex Garmino

4.5.4.4 Komunikasi bisnis dalam melakukan persuasi

Ibu Puji Lestari mengatakan bahwa dia senang melakukan kerjasama dengan PT Richtex Garmino karena bagian marketing dan produksi dari PT Richtex Garmino mudah untuk diajak bernegosiasi, terutama mengenai harga dan jumlah produksi garmen. Informan mengatakan bahwa PT Richtex Garmino selalu bisa memenuhi jumlah pesanan garmen dari PT Pan Brothers dan hasilnya belum pernah mengecewakan.

“Saya senang bekerja sama dengan PT Richtex karena kalau dari pengalaman pribadi saya PT Richtex orangnya memang ramah-ramah. Perusahaan kami juga merasa bahwa PT Richtex Garmino bisa dipercaya untuk diajak bekerjasama.”

Berdasarkan dari pernyataan dan pengalaman Ibu Puji Lestari dapat disimpulkan bahwa Ibu Puji Lestari senang bekerja sama dengan PT Richtex Garmino karena bisa diajak untuk bernegosiasi dan hasilnya juga belum pernah mengecewakan PT Pan Brothers. Negosiasi yang terjadi antara PT Pan Brothers dan PT Richtex Garmino juga selalu lancar. PT Richtex Garmino selalu menerima harga jasa yang ditawarkan karena selain untuk kebutuhan pemasukan perusahaan juga untuk lebih menjaga hubungan yang baik dengan PT Pan Brothers disituasi pandemi Covid-19. Komunikasi mengenai negosiasi tersebut sesuai dengan konsep yang dikatakan oleh Purwanto (2010: 88) mengenai tujuan dari komunikasi bisnis yaitu melakukan “persuasi”. Komunikasi persuasi dalam komunikasi bisnis yang dimaksud adalah komunikasi yang bertujuan untuk melakukan persuasi kepada pihak lain untuk dapat memperoleh hasil yang optimal dalam bernegosiasi, setiap pihak perlu memahami prinsip *win-win solution*, yang

artinya kedua belah pihak yang terlibat dalam negosiasi tersebut saling memperoleh manfaat tanpa merasa harus ada yang dikorbankan atau dirugikan.

4.5.4.5 Komunikasi dalam penyampaian *good news* kepada pelanggan

Ibu Puji Lestari juga mengatakan bahwa PT Richtex Garmino adalah perusahaan garmen yang harganya bersaing, pelayanannya yang ramah dan kualitas produksi yang bagus dan rapi. Pelayanan ramah yang dimaksudkan adalah bagian PT Richtex selalu merespon dengan *email* dari Ibu Puji Lestari. Respons *email* yang diberikan juga selalu menggunakan bahasa yang sopan dan tidak pernah memaksa. Antara kedua belah pihak selalu saling merespons dengan kaidah komunikasi yang baik, sopan, menjunjung nilai-nilai kekeluargaan, dan saling memahami satu sama lain.

“Komunikasinya baik dan lancar. Pelayanannya juga ramah, harganya bersaing, kualitas produksi garmennya juga bagus dan rapi dan penyelesaian produk juga selalu tepat waktu. Orang dari PT Richtex juga mudah untuk diajak bernegosiasi dan selalu dapat memenuhi permintaan kami. Kami juga selalu puas dengan hasil produksi dari PT Richtex.”

Berdasarkan pengalaman Ibu Puji Lestari mengenai pendapatnya dengan pelayanan PT Richtex Garmino dapat disimpulkan bahwa Ibu Puji Lestari sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT Richtex Garmino. Harga yang bersaing, pelayanan yang ramah dan kualitas produksi yang bagus dan rapi menjadi nilai tambah PT Richtex Garmino sehingga hal tersebut yang membuat PT Pan Brothers menjadi senang dan bersedia terus bekerja sama dengan PT Richtex Garmino.

Komunikasi mengenai kepuasan pelanggan atau pembeli mengenai sesuai dengan konsep Purwanto (2010:143) yaitu *good news* tentang produk. Konsep ini

mengatakan untuk menjaga kesetiaan pelanggan dalam dunia bisnis terdapat bermacam-macam pesan *good news* yang berkaitan dengan produk, seperti produk rusak uang kembali atau ditukar dengan produk yang lebih baik, jaminan harga produk paling murah dan bersaing, jaminan layanan atau garansi produk dan pelayanan yang baik.

4.5.4.6 Komunikasi bisnis dalam menggunakan media

Ibu Puji Lestari juga mengatakan bahwa cukup jarang terjadi miskomunikasi dengan pihak PT Richtex Garmino karena bisa saling memahami satu sama lain. Pada saat mendiskusikan soal pesanan garmen, bahasa yang sering digunakan adalah Bahasa Inggris. Dalam berkomunikasi menggunakan *email*, Ibu Puji Lestari dengan bagian marketing atau manajer produksi selalu menggunakan Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia yang sopan dan baik.

Ibu Puji Lestari mengatakan bahwa pada saat menggunakan Bahasa Inggris juga tidak pernah ada kendala dan salah penafsiran kata atau kalimat, karena penggunaan bahasa yang mudah dimengerti dan juga karena kedua belah pihak memiliki tingkat pemahaman Bahasa Inggris yang baik. Berikut pernyataannya:

“Untuk komunikasi kami biasanya memang antara sesama garmen, kami menggunakan Bahasa Inggris karena ya kalau bidang ekspor impor itu kan kita tentunya juga ada komunikasi dengan pihak pembeli seperti yang dari Amerika ini, jadi tentunya saya sendiri juga dituntut oleh perusahaan untuk bisa menggunakan Bahasa Inggris dengan baik dan benar. Saya dan orang PT Richtex menggunakan Bahasa Inggris untuk berkomunikasi karena orang Richtex nya sendiri juga bisa Bahasa Inggris dan juga karena lebih memudahkan kami pada saat ada pemesanan. Saya berdiskusi soal pesanan garmen juga sesuai dengan kata-kata dari *buyer*. Tapi kami juga tetap berkomunikasi menggunakan Bahasa Indonesia. Selama ini juga jarang dan belum terjadi miskomunikasi karena kedua pihak bisa saling memahami satu sama lain.”

Jika melihat pengalaman Ibu Puji Lestari dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang baik dapat terjalin dengan baik dan jarang terjadi miskomunikasi antar kedua belah pihak walaupun dengan menggunakan Bahasa Inggris. Komunikasi yang terjadi juga tidak hanya lewat *email*, tetapi juga lewat *Zoom* dan jarang terjadi kendala. Komunikasi tersebut sesuai dengan konsep yang dikatakan oleh Purwanto (2010: 26) mengenai komunikasi antarpribadi yaitu komunikasi yang menggunakan media tertentu, seperti telepon, bertatap muka dan *video call*. Bahasa yang digunakan dalam komunikasi antarpribadi adalah bahasa pergaulan atau bahasa campuran sesuai dengan pemahaman masing-masing individu menurut konsep Purwanto.

4.5.4.7 Komunikasi bisnis dalam menyampaikan informasi

Ibu Puji Lestari dalam wawancaranya juga mengatakan bahwa PT Pan Brothers dan PT Richtex Garmino selalu bisa saling memahami kebutuhan satu sama lain. Informan selalu melakukan *follow up* lewat *email* untuk menjelaskan lebih detail mengenai pesan-pesan tambahan dari buyer kepada pihak PT Richtex Garmino. Komunikasi pesan yang setiap hari di *follow up* adalah desain dan pola jahit masker. *Follow up* dilakukan setiap hari karena banyak hal yang harus didiskusikan mulai dari bahan baku yang digunakan, bentuk masker, ukuran masker, logo masker, warna masker, proses pembayaran, hingga pengemasan akhir untuk diekspor.

“Pada saat ada pesanan masker medis, saya melakukan *follow up* setiap hari ke PT Richtex untuk melakukan pengecekan dan memastikan bahwa tidak ada miskomunikasi. *Follow up* saya lakukan untuk memastikan juga bahwa PT Richtex tidak ada kendala pada saat produksi masker sampai kepada *packing* dan pengiriman barang untuk memastikan semuanya lancar.”

Berdasarkan pengalaman dari informan mengenai *follow up* dan kunjungan ke PT Richtex, komunikasi tersebut sesuai dengan konsep yang dikatakan Purwanto (2010: 27) yaitu tujuan komunikasi antarpribadi untuk menyampaikan informasi. Menyampaikan informasi yang dimaksud adalah ketika berkomunikasi dengan orang lain, tentu saja seseorang memiliki berbagai macam tujuan dan harapan. Salah satu diantaranya adalah untuk menyampaikan informasi kepada orang lain, baik dalam konteks bisnis maupun di luar bisnis. Berikut penjelasannya:

Manajer produksi juga mengatakan bahwa pada saat PT Pan Brothers berulang tahun, dia tidak lupa untuk mengirimkan kartu ucapan selamat ulang tahun kepada partner bisnisnya yaitu Ibu Puji Lestari. Pada saat bulan Ramadhan tahun 2021 kemarin juga atas perintah direktur, manajer produksi mengirimkan parcel untuk Ibu Puji Lestari agar hubungannya semakin baik. Ibu Puji Lestari juga menerima dengan senang hati niat baik dari PT Richtex Garmino.

4.5.5 Komunikasi bisnis dalam menjaga hubungan baik antara pihak manajemen dan karyawan

4.5.5.1 Komunikasi bisnis verbal secara lisan

Dalam masa pandemi Covid-19 ini, PT Richtex Garmino cukup memperketat peraturan di dalam kantor. Meskipun begitu ini adalah sebagai bentuk perhatian perusahaan kepada karyawan saat pandemi Covid-19. Perusahaan memberikan banyak fasilitas seperti *hand sanitizer* dan masker medis untuk semua karyawan. Selama pandemi Covid-19 ini, semua karyawan yang masuk ke dalam kantor diwajibkan menggunakan masker untuk menghindari virus. Berikut adalah pernyataan dari HRD:

“Kami sudah semenjak awal menerapkan protokol kesehatan seperti yang telah diwajibkan oleh pemerintah. Direktur memberikan semua fasilitas ini untuk menunjang kesehatan dan keselamatan hidup para karyawan. Menurut direktur, *hand sanitizer* dan masker adalah cara yang paling aman dan mudah untuk dilakukan oleh para karyawan selama pandemi Covid-19 ini.”

Selain menyediakan *hand sanitizer* dan masker medis, HRD mengatakan bahwa atas perintah manajemen kini selama pandemi Covid-19 para staf dan buruh diberikan pengarahan mengenai pelatihan mencuci tangan, cara menjaga kesehatan, dan prosedur yang harus ditaati pada saat jam istirahat atau makan siang. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh HRD:

“Dari pihak manajemen memberikan pengarahan kepada para staf dan buruh bagaimana cara mencuci tangan yang baik, yaitu usahakan mencuci tangan selama 20 detik. Tidak hanya itu, pihak manajemen juga memberikan saran-saran yang baik mengenai cara menjaga kesehatan tubuh seperti perbanyak minum air putih, pola makan yang sehat dijaga, dan jangan terlalu sering keluar jika tidak ada kepentingan yang *urgent* untuk menghindari penularan virus.”

“PT Richtex Garmino juga memberlakukan peraturan untuk jam istirahat dan makan siang. Karyawan di *briefing* mengenai peraturan makan di kantin kantor yaitu jarak duduknya tidak boleh terlalu dekat dengan karyawan yang lain. Minimal jaraknya 1-2 meter dari tempat duduk masing-masing. Kemudian kalau mau makan diimbau untuk membawa peralatan makan sendiri seperti tempat bekal, sendok dan garpu dari rumah agar lebih higienis.”

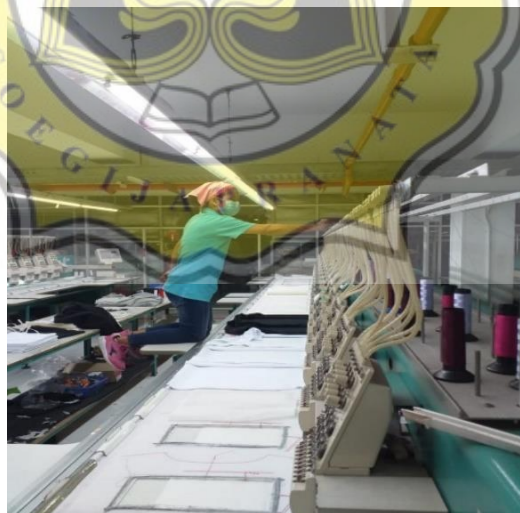
Berdasarkan pengalaman HRD dapat dikatakan bahwa pihak manajemen banyak memberikan pengarahan kepada semua karyawan untuk mengikuti protokol kesehatan setiap hari di kantor untuk menjaga kesehatan para karyawan. Sehingga dapat dikatakan bahwa komunikasi verbal secara lisan dalam hal pemberian pengarahan atau *briefing* kepada karyawan berjalan dengan baik di PT Richtex Garmino. Hal ini sesuai dengan konsep komunikasi verbal oleh Purwanto (2010:

6) yaitu komunikasi secara lisan dalam bentuk memberikan pengarahan atau *briefing* kepada karyawan dalam suatu perusahaan.



Gambar 4.5: Karyawan memakai masker di kantor

Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 4.6: Karyawan memakai masker di kantor

Sumber: Dokumentasi pribadi

4.5.5.2 Komunikasi bisnis dalam penyampaian pesan *good news*

Kemudian untuk lebih mengamankan situasi agar karyawan kantor lebih higienis, HRD mengatakan bahwa pihak manajemen menyediakan alat penyemprot cairan disinfektan otomatis untuk menyemprot sekujur tubuh, yang ada di depan pintu masuk kantor yang terdapat dua buah. Tujuannya adalah agar setiap karyawan yang akan masuk kantor harus melewati palang penyemprot disinfektan otomatis, karena bagaimanapun juga mereka tetap berasal dari luar. Setelah melewati alat penyemprot disinfektan, para karyawan juga harus diukur suhu tubuhnya dengan menggunakan *thermometer gun* agar dapat diketahui semua karyawan yang masuk ke dalam kantor dalam keadaan sehat.

“Penyemprot disinfektan itu sudah disediakan dari awal pandemi sampai sekarang, karena kita menghindari adanya penularan virus Covid-19. Kemudian pihak manajemen memberikan pengarahan untuk selalu melakukan pengecekan suhu tubuh untuk lebih memastikan saja sebelum masuk ke kantor. Karena banyak diberikan pengarahan dan fasilitas oleh pihak manajemen, bersyukur sampai sekarang ini belum ada karyawan kita yang terkena virus Covid-19.”

Berdasarkan pengalaman HRD, pihak manajemen PT Richtex Garmino adalah orang yang baik dan perhatian kepada semua karyawannya. Pihak manajemen menyediakan dan banyak memberikan pengarahan mengenai kewajiban menggunakan masker dan *hand sanitizer* di dalam kantor yang memang sangat harus diperhatikan terutama di situasi pandemi Covid-19 ini. Peraturan lain yang harus ditaati yaitu karyawan harus melewati palang penyemprot disinfektan otomatis dan mengecek suhu tubuh dengan menggunakan *thermometer gun* juga ternyata sangat berdampak pada kesehatan karyawan. Komunikasi ini sesuai dengan konsep yang dikatakan oleh Purwanto (2010: 141) yaitu *good news* tentang

pekerjaan. Konsep *good news* tentang pekerjaan adalah pesan baik yang ditujukan untuk karyawan dan biasanya bentuknya dapat bermacam-macam seperti hadiah atau *reward* dari perusahaan kepada karyawannya yang selalu loyal dan selalu setia dalam mengemban tugas dan tanggung jawabnya sebagai karyawan. *Good news* yang sering diberikan oleh perusahaan adalah kenaikan gaji, bonus lembur kerja, insentif, tunjangan hari raya, fasilitas kendaraan dan perumahan.

4.5.5.3 Komunikasi bisnis dalam berkomunikasi secara empati dan mendengarkan dengan hati

HRD mengatakan bahwa pihak manajemen juga membuka sesi konseling untuk para buruh dan staf. Hal ini dilakukan karena pihak manajemen cukup banyak mendapatkan laporan mengenai penurunan kinerja dan motivasi para karyawan pada saat bekerja. Dari laporan inilah pihak manajemen memutuskan untuk membuka sesi konseling yang bisa dilakukan secara bertatap muka. HRD mengatakan bahwa pihak manajemen juga menyediakan kotak saran untuk dapat diisi saran dan masukan yang dapat selalu diisi oleh para karyawan setiap hari.

“Pembukaan sesi konseling ini diadakan sama pihak manajemen. Sebenarnya ini juga atas saran-saran dari para manajer ya, karena dilihat dari kinerja teman-teman staf dan buruh itu katanya seperti kadang mereka kelihatan bermalas-malasan, tidak semangat, seperti tidak mempunyai harapan untuk semangat bekerja. Ada juga yang kadang kelihatan sakit karena katanya kurang istirahat. Kemudian setelah dilaporkan pada pihak manajemen, akhirnya diputuskan untuk mengadakan sesi konseling ini.”

“Sesi konseling ini adalah tanggung jawab saya sebagai HRD dan teman-teman HRD lainnya. Selama pandemi ini cukup banyak staf dan buruh yang datang ke saya, dan minta konseling mengenai kesulitan-kesulitan yang mereka alami saat bekerja. Biasanya kesulitannya itu mereka bilang kalau gajinya kurang sekali untuk menghidupi keluarganya, kalau seperti ini terus mereka bingung apakah mengundurkan diri saja dan mencoba mencari pekerjaan baru. Saya memberikan saran kepada mereka, kalau memang sudah tidak sanggup sebenarnya perusahaan tidak akan memaksakan

terserah dari mereka. Tapi saya lebih menyarankan untuk dicoba bertahan dulu takutnya nanti malah menyesal. Setiap ada yang konseling selalu juga saya semangat terus supaya lebih semangat. Tapi akhir-akhir ini cukup banyak laporan kalau semenjak ada sesi konseling ini karyawan jadi lebih tenang gitu dan katanya mereka sudah lebih bisa menerima keadaan, kerjanya mereka juga bagus-bagus.”

Berdasarkan pengalaman dari HRD dapat disimpulkan bahwa pihak manajemen PT Richtex Garmino sangat memperhatikan kesejahteraan karyawannya. Pihak manajemen membuka sesi konseling untuk melihat apakah akan ada perubahan jika perusahaan lebih membuka diri dan mau untuk mendengarkan beban pikiran karyawan sehingga motivasi dan kinerjanya bisa meningkat kembali. Ternyata setelah diadakan sesi konseling ini cukup banyak mengubah perspektif dan pikiran para karyawan. Kini mereka jadi lebih menyadari bahwa mereka beruntung masih memiliki pekerjaan, sehingga saat ini mereka lebih mengutamakan untuk mensyukuri pekerjaan mereka dan melakukan yang terbaik.

Komunikasi di atas mengenai perusahaan lebih membuka diri dan mau untuk mendengarkan orang lain sebagai rasa simpati dan empati, sesuai dengan konsep Liliweri (2015: 467- 468) yaitu berkomunikasi secara simpati dan empati. Berkomunikasi secara simpati artinya adalah sikap seseorang yang merasa iba terhadap teman karena sedang tertimpa suatu masalah berat dalam hidupnya, dan kita sebagai teman berusaha membantu teman kita untuk menghibur dan mencari solusi yang terbaik. Komunikasi secara empati adalah pada saat kita ikut juga merasakan dan membayangkan betapa malangnya nasib yang diderita teman kita disebut empati. Semua staf baik HRD, buruh, dan staf lainnya sama-sama ikut tertimpa masalah yang sama karena pandemi Covid-19, maka sesi konseling

sebagai sarana untuk berkomunikasi secara simpati dan empati menjadi hal yang penting untuk dilakukan untuk selalu saling mendukung.

Selain berempati dan bersimpati tentunya PT Richtex Garmino juga membuka telinga mereka untuk mendengarkan dengan hati yang menjadi keluh kesah dan beban pikiran karyawannya. Mendengarkan dengan hati yang dimaksud Liliwari (2015: 469) adalah komunikasi antarpribadi yang efektif dalam kesuksesan mendengarkan dengan hati yang menjadi kebutuhan dari pembicara. Menurut Liliwari (2015: 469) aktif mendengarkan sangat penting ketika dinyatakan secara emosional sekalipun, tujuannya adalah untuk membangun rasa kepercayaan, rasa saling menghargai dan rasa saling terbuka sehingga hubungan baik juga selalu terjaga. Mendengarkan dengan hati dapat menumbuhkan rasa simpati dan empati seperti yang dilakukan oleh PT Richtex Garmino, dan sudah terbukti dengan adanya sesi konseling para karyawan sudah lebih tenang dan bisa menerima keadaan saat ini.

4.5.5.4 Komunikasi bisnis dalam penyampaian pesan *good news*

HRD kemudian memberikan tambahan penjelasan, untuk kesejahteraan para karyawannya, mereka diberikan fasilitas asuransi. Fasilitasnya yaitu seperti jaminan kecelakaan kerja (JKK), jaminan pemeliharaan kesehatan (JPK), jaminan hari tua (JHT). Selama pandemi Covid-19, BPJS ketenagakerjaan juga tetap diberikan penuh kepada karyawan dan tidak ada pengurangan. HRD juga mengatakan jika perusahaan tidak pernah mempersulit karyawannya dalam pencairan dana BPJS ketenagakerjaan, karena perusahaan menginginkan agar karyawannya selalu betah dalam bekerja dan merasa diperlakukan dengan adil.

HRD kemudian memberikan penjelasan mengenai fasilitas BPJS ketenagakerjaan untuk karyawan. HRD mengatakan bahwa untuk Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), akan diberikan sepenuhnya ketika karyawan mengalami kecelakaan pada saat di lingkungan kantor atau terkena penyakit yang disebabkan oleh lingkungan kantor misalkan jika ada yang terkena Covid-19. Kemudian ada juga Jaminan Pemeliharaan Kesehatan (JPK), dijelaskan bahwa JPK diberikan kepada karyawan dan keluarganya (istri atau suami dan anak-anak), jadi keluarga dari karyawan juga diberikan penuh jaminan kesehatan dan dapat digunakan pada saat ada keluarganya yang sakit. Untuk Jaminan Hari Tua (JHT), dijelaskan bahwa karyawan diberikan JHT apabila sudah mencapai usia 56 tahun, PHK, cacat tetap, dan mengundurkan diri. Berikut penjelasan dari HRD:

“Sebenarnya ada juga baru ini salah satu staf kami ada yang mengundurkan diri karena dia tidak bisa menerima peraturan baru di perusahaan. Orangnyanya tidak setuju dengan peraturan hari masuk kerja yang digilir dan juga pengurangan gaji. Setelah dibicarakan baik-baik secara kekeluargaan ternyata orangnyanya tetap menolak peraturan baru ini. Jadi ya dia akhirnya mengundurkan diri dan kemudian karena orangnyanya juga sudah lama bekerja di sini, jadi perusahaan memberikan tanda balas jasa berupa pesangon sebesar tiga bulan gaji dan pencairan dana BPJS ketenagakerjaan seperti Jaminan Hari Tua.”

Berdasarkan pengalaman HRD mengenai perusahaan memberikan BPJS ketenagakerjaan kepada karyawannya, hal tersebut sesuai dengan konsep yang dikatakan oleh Purwanto (2010: 141) yaitu pesan-pesan *good news*. Pesan-pesan *good news* menurut Purwanto adalah pesan baik yang ditujukan untuk karyawan sebagai tanda balas jasa atas kelayaitasan dan kinerja baik dari karyawan. *Good news* dari perusahaan biasanya diberikan kepada karyawan dalam bentuk tunjangan

hari raya, insentif, asuransi kesehatan jiwa, tanda penghargaan, dan fasilitas baik yang dapat menunjang kinerja karyawan.

4.5.5.5 Komunikasi bisnis secara verbal lisan

Selama pandemi Covid-19 ini, HRD juga mengatakan bahwa dari pihak manajemen tidak pernah terlambat dalam memberikan gaji atau upah. Meskipun pandemi Covid-19 ini cukup berdampak buruk bagi perusahaan, namun pihak manajemen tidak pernah dengan sesuka hati memberikan gaji/ upah terlambat karena pihak manajemen mengetahui bahwa semua karyawannya sedang berjuang demi kelancaran dan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini sangat diperhatikan oleh pihak manajemen karena sebagai sesama manusia yang mempunyai rasa simpati juga mengetahui bagaimana perasaan karyawan yang juga sedang berjuang untuk keluarganya dalam situasi pandemi Covid-19 ini. Berikut adalah pernyataan dari HRD:

“Ini ya sebenarnya juga yang membuat saya salut dan selalu mengapresiasi PT Richtex itu karena dari manajemennya sendiri itu orangnya baik dan orangnya juga memang perhatian. Selalu mengutamakan kesejahteraan karyawannya, makanya saya kan sudah hampir 17 tahun bekerja di sini karena ya itu direktornya orangnya baik, dan teman-teman kantor sendiri juga semuanya orangnya baik-baik. Selama pandemi Covid-19 ini walaupun keadaan perusahaan benar-benar cukup memprihatinkan dan pemasukannya juga cukup menurun, tetapi pihak manajemen selalu memberikan gaji kami tepat waktu dan tidak pernah menunda selalu tepat tanggal awal bulan, walaupun memang kami sendiri merasa gajinya memang kurang sekali untuk kebutuhan hidup kami, tetapi ya tetap disyukuri saja. Pihak manajemen juga tahu kami punya banyak kebutuhan hidup yang *urgent* seperti untuk makan, bayar uang kuliah anak, dan kebutuhan hidup lainnya. Memang berat sih situasinya untuk kita semua, tetapi ya tetap harus dijalani dengan semangat saja untuk membantu perusahaan agar cepat pulih kembali.”

Jika melihat pengalaman dan pernyataan dari HRD dapat disimpulkan bahwa pihak manajemen sangat memperhatikan kesejahteraan karyawannya

sehingga tidak ingin membuat karyawannya menjadi susah. Hal tersebut sesuai dengan konsep yang dikatakan oleh Krizan (2008: 4) menyatakan bahwa komunikasi bisnis adalah proses membangun pemahaman bersama antarmanusia yang ada di dalam satu lingkungan bisnis. Hal tersebut artinya manajemen dari PT Richtex Garmindo selalu dapat memahami apa yang menjadi kebutuhan para karyawannya seperti memberikan gaji atau upah tepat waktu merupakan hal yang baik yang dilakukan direktur walaupun di situasi pandemi Covid-19 ini.

4.5.5.6 Komunikasi bisnis dalam penyampaian pesan *good news* kepada karyawan

Selain fasilitas BPJS ketenagakerjaan, di dalam kantor sendiri juga tersedia *infirmery*. *Infirmery* ini dilayani oleh satu dokter dan satu perawat. HRD menjelaskan bahwa jika ada karyawan yang sakit karyawan diperbolehkan untuk mengambil obat di *infirmery* dan akan diberikan secara gratis. Saat pandemi Covid-19 ini pun jika karyawan merasa badannya kurang sehat, diperbolehkan untuk mengambil vitamin yang memang telah disediakan untuk situasi pandemi ini. Bahkan saat karyawan bingung harus mengonsumsi vitamin dan obat yang seperti apa, karyawan dapat mengonsultasikan kepada dokter di *infirmery*, dan dokter akan memberikan vitamin dan obat yang dibutuhkan oleh karyawan.

“Untuk fasilitas *infirmery* memang sudah ada sejak dulu. Semua obat-obatannya diberikan secara gratis untuk karyawan. Di sini obat-obatannya cukup lengkap sehingga, pada saat ada yang sakit ringan langsung bisa ke *infirmery*. Waktu pandemi Covid-19 ini juga banyak teman-teman staf yang sering ke *infirmery* untuk mengambil obat atau vitamin. Bahkan kemarin teman HRD saya ada yang sengaja ambil obat untuk orang rumah, katanya supaya gak usah pergi ke apotek. Sebenarnya memang ndak boleh kalau ketahuan, tapi ya kemarin karena ndak ketahuan jadi ya tidak papa. Kemudian juga kalau persediaan masker medis dan *hand sanitizer* di kantor habis nanti juga koordinasi ke orang *infirmery* karena memang mereka yang

menyediakan perlengkapan kesehatan. Ya di sini kami merasa benar-benar diperhatikan karena di sini semuanya disediakan untuk kami supaya kami juga selalu merasa betah dan nyaman walaupun kondisinya lagi di tengah situasi pandemi Covid-19 ini.”

Berdasarkan pengalaman HRD dapat disimpulkan bahwa pihak manajemen sangat memperhatikan kondisi kesehatan para karyawannya. Meskipun situasinya pandemi Covid-19 seperti ini tetapi direktur tetap menyediakan seperti vitamin dan obat-obatan yang dapat dikonsultasikan dengan dokter dan diberikan secara gratis kepada karyawan untuk menjaga kesehatan para karyawan di tengah situasi pandemi Covid-19 ini. Tindakan yang dilakukan oleh Direktur sesuai dengan konsep yang dikatakan oleh Purwanto (2010: 142) yaitu *good news* tentang pekerjaan. Maksud dari *good news* tentang pekerjaan adalah bentuk tanda balas jasa kepada karyawan karena telah selalu loyal dan memberikan usaha terbaiknya untuk kemajuan perusahaan. Biasanya *good news* yang diberikan oleh perusahaan dalam bentuk memberikan fasilitas kendaraan dan kesehatan, seperti dalam hal ini PT Richtex Garmindo memberikan fasilitas kesehatan dalam bentuk *infirmary* dan juga dapat berkonsultasi dengan dan dokter dan diberikan obat gratis.

4.5.5.7 Komunikasi bisnis dalam penyampaian pesan *good news* kepada karyawan dan komunikasi verbal lisan

Selama pandemi Covid-19 ini manajer produksi juga mengatakan bahwa perusahaan selalu menepati peraturan yaitu karyawan selalu diizinkan pulang tepat waktu. Jam kerja karyawan yaitu mulai pukul 07.30-19.00. Untuk jam lembur biasanya dilanjutkan setelah jam pulang kantor dan paling lama empat jam dalam satu hari. Saat staf atau buruh sudah menyelesaikan semua pekerjaan, semua karyawan selalu diizinkan untuk pulang tepat waktu. Sebagian karyawan ada juga

yang melembur karena memang pekerjaannya lebih banyak atau memang belum selesai pekerjaannya. Selama pandemi Covid-19 ini kantor juga tetap menyediakan makan siang untuk semua karyawan, dan juga makan malam bagi staf yang lembur. Selain disediakan makan, di dalam kantor disediakan juga gula, kopi dan teh untuk staf yang dapat dibuat sendiri atau dibuatkan oleh *office boy*.

“Kalau waktu pandemi ini pas saya lembur biasanya saya dan teman-teman staf yang masih di kantor, biasanya ada jam istirahat dan juga disediakan makan malam. Kalau sebelum pandemi Covid-19 ini kan biasanya kami diberikan uang lembur dan makan juga, kalau sekarang ini hanya dikasih makan malam saja. Kalau pas lembur saya bisa pulang jam dua belas malam menunggu buruh-buruh yang belum selesai pekerjaannya dan karena memang masih banyak kerjaan yang harus diurus juga. Tapi kalau memang pas hari itu *deadline* jahitan sudah selesai semua ya..saya biasanya langsung pulang.”

PT Richtex Garmindo juga memiliki peraturan yang harus selalu ditaati oleh semua buruh mengenai menjaga kebersihan lingkungan kerja. Pada saat pengerjaan garmen, buruh selalu difasilitasi dengan perlengkapan kerja seperti penutup kepala, masker, sarung tangan besi (untuk melindungi tangan pada saat menjahit), dan kacamata pelindung. Tujuan perusahaan menyediakan semua perlengkapan tersebut adalah demi keamanan dan keselamatan saat bekerja, karena tidak menutup kemungkinan hal tak terduga terjadi.

Peraturan menjaga kebersihan lingkungan kerja harus selalu ditaati oleh buruh karena jika tidak ditaati mereka akan mendapatkan teguran secara lisan. Peraturannya adalah semua karyawan diwajibkan untuk menggunakan semua alat perlindungan pribadi secara tepat. Setelah selesai menjahit semua peralatan dan perlengkapan perlindungan pribadi harus dikembalikan pada tempat semula.

Pada saat pandemi COVID-19 perusahaan membuat peraturan baru dengan memberikan pengarahannya kepada para buruh yaitu sebelum menggunakan semua alat perlindungan pribadi harus terlebih dahulu memakai *hand sanitizer*. *Hand sanitizer* digunakan sebelum memakai sarung tangan besi. Lalu kacamata pelindung dan penutup semua juga harus disemprot menggunakan *hand sanitizer* untuk menghindari virus.

“Perusahaan sudah memfasilitasi alat perlindungan pribadi ini dari sejak dulu dan harus digunakan karena memang sangat penting untuk keselamatan pada saat menggantung kain dan menjahit kain. Kalau waktu pandemi COVID-19 ini ada *briefing* khusus yaitu sebelum menggunakan alat perlindungan pribadi harus menggunakan *hand sanitizer* kemudian barulah menggunakan sarung tangan besi dan juga harus menyemprotkan *hand sanitizer* pada kacamata pelindung dan penutup kepala, tujuannya adalah untuk mencegah penyebaran virus Covid-19.”

Berdasarkan pernyataan dan pengalaman dari manajer produksi dapat disimpulkan bahwa perusahaan sangat memperhatikan setiap detail hal, baik di sekitar staf dan buruh. Buruh mendapatkan fasilitas yang baik karena mereka adalah bagian penting dalam perusahaan terutama untuk produksi garmen. Oleh karena itu kesehatan dan keselamatan mereka juga selalu diperhatikan oleh pihak manajemen agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan terutama dalam masa pandemi Covid-19 ini. Hal ini tentunya sesuai dengan konsep *good news* oleh Purwanto (2010: 141). *Good news* yang ditujukan untuk karyawan biasanya sebagai tanda perhatian dan kepedulian pada karyawan dalam bentuk fasilitas kendaraan, kesehatan, asuransi. Oleh karena itu tindakan memberikan fasilitas dan pelatihan untuk menjaga kebersihan alat perlindungan pribadi yang telah dilakukan oleh PT Richtex Garmino sangatlah tepat.

Pemberian dan pelatihan buruh dalam menjaga kebersihan alat perlindungan pribadi juga merupakan arti bahwa komunikasi verbal yang terjadi antara pihak manajemen dan buruh juga selalu berjalan lancar dan baik, seperti konsep yang dikatakan oleh Purwanto (2010: 6) yaitu komunikasi verbal secara lisan dalam bentuk mengadakan pengarahan (*briefing*) untuk karyawan atau staf dalam suatu perusahaan.

4.5.5.8 Komunikasi bisnis secara verbal (lisan)

Lingkungan kantor juga menjadi hal yang sangat diperhatikan terutama semenjak pandemi Covid-19 ini. Manajer produksi mengatakan bahwa ia seringkali mengawasi area tempat penjahitan garmen, mengatakan bahwa tempatnya memang cukup berantakan dan banyak sampah sisa-sisa benang yang jatuh di lantai. Manajer produksi mengatakan karena perusahaan memiliki *cleaning service* sehingga kebersihan ruang kerja dan kebersihan area menjahit selalu rapi dan tidak berantakan.

Manajer produksi mengatakan bahwa *cleaning service* selalu membersihkan kantor setiap hari. *Cleaning service* juga diberikan *briefing* dan pelatihan agar terbiasa menyemprotkan desinfektan ke dalam ruangan *meeting*, ruangan kantor staf, dan di area penjahitan garmen. Semua staf juga diberikan pengarahan agar tidak meninggalkan seperti makanan atau bekas sisa sampah di meja atau ruangan agar tidak menimbulkan bau yang tidak sedap.

“Di kantor saat ini memang diperketat khususnya *cleaning service*. Biasanya kalau saya datangnya pagi, *cleaning service* nya sudah datang lebih pagi dari saya, dan waktu saya mau masuk ruangan biasanya mereka bilang untuk menunggu sebentar karena saya lihat mereka sedang menyemprotkan disinfektan di ruangan saya, jadi benar-benar dibersihkan semuanya. Saya sendiri juga berpikir kalau ruangnya rapi dan bersih

menurut saya sangat mempengaruhi sekali ya dengan *mood* dan kinerja karyawan. Kalau ruangnya kumuh dan berantakan kan juga tidak enak dipandang.”

Manajer produksi mengatakan bahwa untuk menghindari penyebaran virus Covid-19 tidak cukup dengan hanya menggunakan *hand sanitizer* dan masker, perlu adanya pengarahan dalam menjaga kebersihan lingkungan kantor juga. Dalam masa pandemi Covid-19 ini pihak manajemen selalu diberi pengarahan untuk lebih memperhatikan kebersihan peralatan kantor dan ruangan yang digunakan untuk bekerja dan juga gudang penyimpanan bahan baku garmen.

Berdasarkan observasi peneliti di kantor, ruangan yang ada di PT Richtex Garmino menurut peneliti sendiri memang bersih dan rapi. Ruangan juga terlihat nyaman dan cukup udara segar. Dalam ruangan juga disediakan tempat sampah untuk selalu menjaga kebersihan ruangan dan area bekerja lainnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa komunikasi verbal secara lisan dalam hal pemberian pengarahan atau *briefing* kepada karyawan berjalan dengan baik di PT Richtex Garmino. Hal ini sesuai dengan konsep komunikasi verbal oleh Purwanto (2010: 6) yaitu komunikasi secara lisan dalam bentuk memberikan pengarahan atau *briefing* kepada karyawan dalam suatu perusahaan.