

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Karyawan merupakan salah satu peran penting untuk sebuah perusahaan. Tanpa adanya karyawan, perusahaan tidak bisa mencapai tujuan yang ingin dicapai. Apalagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, contohnya seperti PT. Telkom Indonesia. Perusahaan ini bergerak di bidang Jasa Telekomunikasi yang menyediakan layanan jasa dan sarana telekomunikasi dan informasi kepada masyarakat dari kota maupun pelosok Indonesia. Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi, PT.Telkom Indonesia berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kinerja karyawannya.

Di perusahaan ini, karyawan memiliki bagian tugasnya masing-masing dan tidak diharuskan melakukan pekerjaan yang tidak sesuai dengan bidangnya. Pada PT. Telkom Indonesia, semua karyawan sama-sama memiliki tugas wajib yang sesuai bidangnya, dari karyawan tetap, karyawan kontrak, Satpam, karyawan *Freelance* dan lain-lain. Namun, setiap karyawan juga bisa memasarkan produk dari perusahaan tersebut sebagai penghasilan tambahan diluar gaji pokoknya sesuai dengan intruksi dari bapa Nawayoga selaku Kakandatel PT. Telkom Indonesia Kota Banjarbaru. Maka dari itu setiap karyawan memerlukan ilmu dan kemampuan dalam menawarkan suatu produk. Tanpa adanya ilmu dan kemampuan yang memadai, karyawan tersebut tidak akan bisa menarik perhatian pelanggannya. Ilmu yang diperlukan karyawan untuk menawarkan barang atau produk adalah pengetahuan yang cukup tentang barang atau produk yang ingin ditawarkan.

Dengan modal pengetahuan yang memadai tentang barang atau produk tersebut maka akan lebih mudah untuk menjelaskan keunggulan dan kekurangan suatu produk yang ditawarkan, kemampuan komunikasi yang bagus juga diperlukan untuk menjadi pelengkap dari pengetahuan mengenai barang atau produk itu sendiri.

Bukan hanya menawarkan dan menjelaskan kelebihan dan kekurangan produk yang ditawarkan, karyawan juga harus bisa meyakinkan pelanggan dengan barang dan produk yang ditawarkannya bermanfaat dan sesuai keinginan pelanggan. Ilmu untuk bisa meyakinkan pelanggan itu adalah Ilmu *Salesmanship* (Kepenjualan). Menurut Jean Beltrand, *salesmanship* adalah kemampuan menanam benih di hati pembeli yang dapat membuahkan motivasi serta tindakan yang dilakukan oleh pembeli yang sesuai dengan keinginan penjual. “Menanam benih” dalam kalimat tersebut bisa diartikan sebagai meyakinkan, jadi Ilmu *Salesmanship* adalah suatu seni untuk meyakinkan pembeli dengan cara membuat suatu produk tersebut dapat memberikan manfaat bagi pembeli tanpa merugikan salah satu pihak. Dengan menguasai ilmu tersebut, karyawan bisa lebih mudah untuk bisa menawarkan produknya. Namun apabila karyawan masih belum bisa menguasai dari segi pengetahuan produk ataupun dari segi penjualan kepada pelanggan, karyawan bisa mencari tahu ataupun bertanya kepada atasannya/supervisor mengenai hal tersebut dengan cara melakukan komunikasi antarkaryawan.

Komunikasi yang baik dengan sesama karyawan merupakan keinginan setiap karyawan. Dengan komunikasi yang sehat, akan menimbulkan lingkungan kerja yang nyaman. Akan tetapi apabila komunikasi sesama karyawan tidak dapat berjalan dengan baik, maka akan mempengaruhi mental karyawan yang sedang

bekerja. Hal ini disebabkan karena Iklim Komunikasi yang kurang dalam suatu perkumpulan akan memberikan kesenjangan perilaku dalam melakukan komunikasi dua arah. Begitu jua dengan ketidaksiplinan karyawan yang dapat mempengaruhi karyawan lain akan bertindak yang sama, pada akhirnya terdapat kesalahpahaman dan berujung pada ketidaklancaran dalam berkomunikasi antar karyawan. Komunikasi yang tidak lancer akan mempengaruhi hasil kerja karyawan karena adanya *miscommunication* dalam menyelesaikan pekerjaan.

Pada tahun 2020, dengan melakukan pra-lapangan untuk melihat keadaan yang terjadi di lapangan, ditemukan beberapa hal yang tidak sesuai dengan beberapa teori dari para ahli. Menurut Robbins dan Judge (2017), mengatakan bahwa iklim komunikasi yang efektif dalam sebuah organisasi dapat menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, dimana karyawan merasa dihargai dan didukung. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016) mengatakan bahwa keterampilan *salesmanship* yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan kinerja penjualan. Hal tersebut menunjukkan bahwa *salesmanship* dan iklim komunikasi organisasi memiliki peranan penting dalam meningkatkan kinerja karyawan terutama dalam konteks industri telekomunikasi yang sangat kompetitif. Dari teori-teori tersebut bertentangan dengan fakta yang ada di lapangan. Kurangnya komunikasi di berbagai bidang karyawan yang menyebabkan *misscomucation*, penurunan produktivitas dan dapat meningkatkan konflik internal diantara karyawan.

Dalam perspektif Islam, pentingnya komunikasi yang baik dan keterampilan dalam berinteraksi dengan orang lain sangatlah ditekankan. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an:

وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزِعُ بَيْنَهُمْ إِنَّ  
الشَّيْطَانَ كَانَ لِلْإِنْسَانِ عَدُوًّا مُّبِينًا

“Dan katakanlah kepada hamba-hamba-Ku, ‘Hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang lebih baik (benar). ‘Sesungguhnya setan itu menimbulkan perselisihan di antara mereka. Sesungguhnya setan adalah musuh yang nyata bagi manusia.’ (QS. Al-Isra :53)

Dalam ayat tersebut menekankan bahwa pentingnya komunikasi yang baik dan benar untuk menghindari perselisihan dan menciptakan keharmonisan. Hal ini relevan dengan pentingnya iklim komunikasi yang baik dalam organisasi untuk meningkatkan kinerja karyawan. Selain itu, Rasulullah SAW bersabda “Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, maka hendaklah ia berkata yang baik atau diam.” (HR. Bukhari dan Muslim). Hadist ini mengajarkan bahwa pentingnya berbicara dengan baik dan menjaga komunikasi yang positif.

Permasalahan kurangnya penerapan komunikasi yang efektif dan keterampilan *salesmanship* pada PT. Telkom Indonesia kota Banjarbaru berdampak langsung pada kinerja karyawan dan produktivitas perusahaan. Seperti yang dijelaskan pada paragraf sebelumnya, hampir semua karyawan yang bekerja disana memiliki tugas dan target masing-masing. Akan tetapi, mereka juga bisa menawarkan produk yang dijual perusahaan. Namun pada kenyataannya, masih banyak karyawan yang kurang memahami produk yang ditawarkan yang membuat mereka kesulitan dalam menjelaskan produk tersebut kepada pelanggan. Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diketahui bahwa *salesmanship* dan iklim komunikasi organisasi menjadi faktor penting untuk mengetahui kinerja karyawan. Maka dari itu

berdasarkan penjelasan diatas, peneliti akan meneliti tentang *salesmanship* dan iklim komunikasi organisasi di PT. Telkom Indonesia Kota Banjarbaru, dengan menyusun penelitian yang berjudul **“PENGARUH SALESMANSHIP DAN IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. TELKOM INDONESIA KOTA BANJARBARU”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latarbelakang di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Salesmanship* dan Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Telkom Indonesia Kota Banjarbaru secara simultan?
2. Bagaimana pengaruh *Salesmanship* dan Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Telkom Indonesia Kota Banjarbaru secara parsial?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Salesmanship* dan Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Telkom Indonesia Kota Banjarbaru secara simultan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Salesmanship* dan Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Telkom Indonesia Kota Banjarbaru secara parsial.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Secara ringkas manfaat dan kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Dalam segi akademik, penelitian ini berguna untuk memperkuat teori pada penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan *Salesmanship* dan Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja Karyawan. Dan juga berguna untuk dijadikan referensi untuk peneliti selanjutnya.
2. Dalam segi praktis, terbagi menjadi beberapa aspek, yaitu :

- a. Bagi Perusahaan

Kegunaan penelitian ini bagi perusahaan yang terkait adalah sebagai pedoman untuk menciptakan karyawan yang berkualitas dengan menerapkan Ilmu *Salesmanship* dan Iklim Komunikasi Organisasi dengan memberikan dukungan berupa pelatihan untuk karyawan.

- b. Bagi Karyawan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa meningkatkan Kinerja Karyawan dengan memahami ilmu-ilmu yang terkait.

#### **E. Definisi Operasional**

1. Pengaruh

Menurut Poerwadarmita (1993 : 137) pengaruh adalah daya yang ada atau yang timbul dari sesuatu (benda, orang, dsb) yang berkuasa atau yang berkekuatan. Dalam penelitian ini *Salesmanship* dan Iklim Komunikasi Organisasi sebagai variabel bebas (indevenden) memberikan pengaruh pada Kinerja Karyawan sebagai variabel terikat (dependen).

## 2. *Salesmanship*

Menurut Baduara (2004:3), *salesmanship* atau ilmu penjualan adalah sebuah ilmu kuno yang telah ada sejak awal sejarah manusia. *Salesmanship* menetapkan metode untuk mencapai tujuan tanpa konflik atau ketegangan, dengan memastikan semua pihak, baik penjual maupun pembeli, merasa diuntungkan dan puas. *Salesmanship* bertujuan untuk memfasilitasi proses penawaran barang kepada konsumen dengan sepenuh hati dan tanpa hambatan. Indikator untuk mengukur pengaruh *salesmanship* terhadap kinerja karyawan bisa melalui pengetahuan produk (*product Knowledge*), kemampuan negosiasi (*negotiation skills*), dan manajemen waktu (*time management*).

Dengan menggunakan indikator diatas sebagai alat pengukuran dalam penelitian ini, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *salesmanship* sebagai variabel bebas (independen) terhadap kinerja karyawan sebagai variabel terikat (dependen).

## 3. Iklim Komunikasi Organisasi

Menurut Mulyana (2015:122), Iklim Komunikasi Organisasi adalah cara orang menyampaikan pesan kepada orang lain melalui bahasa tubuh dan intonasi yang tepat. Iklim Komunikasi Organisasi melibatkan sejumlah orang dalam organisasi yang saling berkomunikasi untuk mencapai tujuan bersama. Menurut Hersey (2012) komunikasi yang efektif antara pimpinan dan karyawan sangat penting untuk memastikan bahwa ekspektasi dan tanggungjawab dipahami dengan baik.

Untuk mengukur pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan bisa melalui indikator menurut Kriyantono (2022) yaitu kepercayaan, pengambilan keputusan bersama, dukungan, keterbukaan, dan perhatian pada tujuan kinerja tinggi.

#### 4. Kinerja Karyawan

Kinerja karyawan adalah hasil dari fungsi pekerjaan tertentu yang dilakukan oleh seorang karyawan dalam suatu periode tertentu (Gary Dessler, 2016). Sedangkan menurut Robbin dan Timothy (2018) kinerja adalah hasil dari usaha yang telah dicapai dalam mencapai tujuan tertentu.

Kinerja karyawan menjadi suatu bahan evaluasi perusahaan perperiode ataupun dalam waktu tertentu. Hal ini bertujuan untuk melihat dan mengevaluasi seberapa besar pekerjaan karyawan untuk bisa mencapai tujuan perusahaan. Dalam PT. Telkom Indonesia kota Banjarbaru, pengukuran kinerja karyawannya dilihat dari pencapaian karyawan dibidangnya masing-masing seperti dari target penjualan, target pemasangan, dll. Hal ini membuat penilaian kinerja di perusahaan tersebut termasuk cukup rumit. Maka dari itu sesuai dengan indikator pengukuran kinerja karyawan bisa dilihat melalui kualitas pekerjaan, inisiatif dan tanggung jawab pekerjaan.

## **F. Penelitian Terdahulu**

Adapun penelitian terdahulu yang menurut peneliti sangat relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Satria Budi dari Fakultas Ekonomi dan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Manajemen Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2012 melakukan penelitian dengan judul : “Pengaruh Keterampilan Karismatik Terhadap Penjualan Mobil Toyota Kijang Innova Di PT. Agung Automall. " Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh keterampilan karismatik terhadap penjualan mobil Toyota Kijang Innova di PT. Agung Automall. Informasi berharga dikumpulkan melalui umpan balik masyarakat, wawancara terkoordinasi dengan perusahaan dan pembeli, dan tanggapan survei. Tambahan wawasan diperoleh dari PT. Departemen Agung Automall Duri, termasuk sejarah singkat dan kegiatan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh keterampilan karismatik terhadap transaksi yang melibatkan mobil Toyota Kijang Innova di PT. Agung Automall Duri. Berdasarkan temuan, keterampilan karismatik menyumbang 30,6% variasi transaksi mobil Toyota Kijang Innova di PT. Agung Automall Duri, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penulisan bertujuan untuk mempermudah pemahaman dan penelaahan penelitian. Dalam laporan penelitian ini, sistematika penulisan terdiri dari Lima (V) BAB, yang masing-masing terdapat uraian yang secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini merupakan pendahuluan dari penelitian yang materinya sebagian besar menjelaskan Latar belakang masalah, Tujuan Penelitian, Rumusan Masalah, Kegunaan Penelitian, Definisi Operational, Penelitian Terdahulu dan Sistematika Penelitian

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menguraikan teori-teori yang mendasari pembahasan penelitian secara terperinci yang memuat tentang Manajemen Pemasaran, *Salesmanship*, dan Iklim Komunikasi Organisasi. Dan pada bab ini juga terdapat hipotesis penelitian

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini, disampaikan mengenai pengembangan metodologi penelitian yang mencakup jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, serta data dan sumber data. Penekanan juga diberikan pada teknik pengambilan data, pengolahan data, skala pengukuran variabel, instrumen penelitian, serta pengujian instrumen penelitian yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji regresi linear berganda.

#### BAB IV ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara komprehensif tentang analisis data dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh *Salesmanship* dan Iklim Komunikasi Organisasi terhadap kinerja karyawan dengan menggunakan aplikasi SPSS untuk pengolahan data.

#### BAB V PENUTUP

Bagian ini mencakup rangkuman dari analisis yang telah dilakukan dalam skripsi serta rekomendasi yang dapat diberikan kepada objek penelitian atau sebagai arahan bagi penelitian mendatang.