

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kebutuhan manusia terhadap produk makanan dirasakan semakin meningkat, produk makanan tersebut tidak hanya seputar makanan pokok seperti nasi, disinilah peranan PT. Indofood Group sebagai perusahaan *Total Food Solusion* menciptakan inovasi dengan memproduksi massal produk *Salim Food* berupa mie (*noodle*), *snack food*, bumbu penyedap makanan, *baby careal*, dan produk sejenis lainnya. Hal ini menimbulkan pertanyaan, bagaimana produk PT. Indofood Group dapat di distribusikan serta dipasarkan, tentu saja Indofood Group membuka beberapa Depo atau *Stock Poin* Distribusi tersebar di seluruh pelosok Nusantara, salah satunya adalah PT. Putri Daya Usahatama yang merupakan unit distribusi lokal berlokasi di Bandung, Jawa Barat.

Keberadaan *Stock Poin* dan Depo pada radius tertentu bertujuan untuk mempermudah proses pengiriman dan penjualan produk barang, serta dapat meningkatkan frekuensi kunjungan di lokasi padat dengan outlet ritel dan pasar tradisional. Sebagai perusahaan bergerak di bidang distribusi, PT. Putri Daya Usahatama memerlukan suatu sistem distribusi untuk menjaga ketersediaan dan pengendalian produk dipasaran, sistem distribusi produk tersebut di harapkan beberapa masalah yang berhubungan dengan penjualan, penerimaan, penyimpanan, persediaan, dan penentuan besar produk pada *stock poin* cabang.

Sistem menurut Robert G. Murdik diartikan sebagai kumpulan dari elemen-elemen yang berinteraksi,¹ sedangkan sistem menurut Mulyadi merupakan suatu jaringan yang dibuat menurut pola terpadu,² suatu kesatuan terdiri komponen atau elemen berkaitan dan saling mempengaruhi dalam melakukan kegiatan bersama untuk mencapai suatu tujuan. Rangkaian pelaksanaan kegiatan dilaksanakan oleh manusia bertindak sebagai aktor, kumpulan sumber daya manusia terangkum dalam suatu tatacara hubungan (interaksi), hal ini di ungkapkan Richard M. Steers bahwa struktur merupakan cara selaras dalam menempatkan manusia sebagai bagian organisasi pada suatu hubungan yang relatif tetap, menentukan pola-pola interaksi, koordinasi, dan tingkah laku yang berorientasi pada tugas.³

Pentingnya komunikasi dalam suatu organisasi merujuk pada pernyataan Robin dan Jones menyatakan bahwa: “Organisasi modern adalah suatu struktur yang kompleks dari berbagai ragam kegiatan yang hanya dengan komunikasi, kegiatan-kegiatan tersebut dapat diatur dan dipersatukan untuk mencapai suatu tujuan”.⁴ Komunikasi ibarat sistem menghubungkan antar orang, antar bagian dalam organisasi, atau aliran yang dapat membangkitkan orang terlibat di dalam organisasi, melalui komunikasi maka dapat memberikan keterangan tentang pekerjaan, membuat karyawan dapat bertindak dengan rasa tanggung jawab pada diri sendiri dan pada waktu bersamaan, dan dapat mengembangkan

¹ Jogiyanto HM, *Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1990), hal. 1.

² Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, (Jakarta: Aditya Media, 1997), hal. 6.

³ Richard M. Steers, *Efektivitas Organisasi: Kajian Perilaku*, Ahli Bahasa. M. Jamin, (Jakarta: Erlangga, 1985), hal. 70.

⁴ Robbins dan Jones, *Komunikasi yang Efektif: untuk Pemimpin, Pejabat dan Usahawan*, terj. R. Turman Sirait. (Jakarta:Tulus Jaya, 1982), hal. 3.

semangat kerja organisasi.⁵ Adanya suatu kerjasama ini diharapkan dapat meningkatkan semangat kerja, karena komunikasi berhubungan dengan keseluruhan proses pembinaan perilaku manusia dalam organisasi. Penelitian terdahulu berjudul pengaruh komunikasi organisasi terhadap efektivitas kerja karyawan pada PT. Radio Kidung Indah Selaras Suara, yang dilakukan oleh Siti Salamah pada tahun 2008, hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa komunikasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap efektivitas kerja, dengan demikian jika koordinasi dilakukan dengan melakukan komunikasi yang baik, maka efektivitas kerja akan dicapai dengan baik.⁶

Komunikasi organisasi pada dasarnya merupakan suatu kegiatan intern di dalam organisasi, senada dengan itu Kreps menyatakan komunikasi organisasi adalah proses untuk anggota menghimpun informasi.⁷ Kedudukan komunikasi dalam organisasi itu sebenarnya menekankan pada bagaimana suatu organisasi dikonstruksi dan dipelihara lewat proses komunikasi.⁸ Komunikasi dalam organisasi tidak dapat selamanya berjalan dengan mulus dan lancar sesuai dengan yang diharapkan, hambatan akan seringkali di jumpai dalam suatu organisasi seperti terjadi salah pengertian antara satu anggota dengan anggota lainnya atau antara bawahan dengan atasannya mengenai pesan yang di sampaikan dalam berkomunikasi.

⁵ Wursanto, *Etika Komunikasi Kantor*, (Yogyakarta: Kanisius, 1992), hal. 60.

⁶ Siti Salamah, *Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Efektivitas Kerja Karyawan pada PT. Radio Kidung Indah Selaras Suara*, (Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, Medan, 2008), hal. 89.

⁷ Lihat G. Kreps, *Organizational Communication: Theory and Practice*, (New York: Longman, 1990), hal. 11.

⁸ Alo Liliweri, *Wacana Komunikasi Organisasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004) hal. 60.

Pace dan Faules menyatakan bahwa salah satu menjadi tantangan besar dalam komunikasi organisasi, yaitu mengenai cara penyampaian informasi ke seluruh bagian organisasi dan cara menerima informasi dari seluruh bagian organisasi.⁹ Proses tersebut berhubungan dengan aliran informasi dalam organisasi, aliran informasi komunikasi organisasi meliputi informasi berpindah secara formal dari seseorang berkedudukan lebih tinggi kepada orang lain yang otoritasnya lebih rendah disebut dengan komunikasi ke bawah, informasi bergerak dari jabatan lebih rendah kepada kedudukan lebih tinggi disebut dengan komunikasi ke atas dan informasi bergerak diantara orang dan jabatan yang sama tingkatan otoritasnya disebut dengan komunikasi horizontal.

Kesulitan tersebut berdampak adanya kesalahpahaman dalam pelaksanaan pekerjaan, yakni antara kedua belah pihak dalam memahami proses komunikasi dilingkungan organisasi perusahaan, sehingga pesan atau informasi diterima berbeda persepsi atau arti, seperti adanya sifat egois, kurangnya keterbukaan antara karyawan yang dapat menyebabkan suasana kerja menjadi tidak kondusif, sehingga komunikasi organisasi tidak efektif. Hal ini menunjukkan bahwa dalam kenyataannya masalah komunikasi senantiasa muncul dalam proses organisasi, dan komunikasi merupakan hal mutlak dan harus ada dalam suatu organisasi apapun itu bentuknya.

Di sini penulis menyimpulkan bahwa organisasi merupakan sebuah sistem yang di dalamnya terkandung hubungan-hubungan antar bagian dengan sub-bagian, untuk menghubungkan antar bagian-bagian tersebut dibutuhkan

⁹ R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hal. 183-184.

komunikasi di lingkungan organisasi perusahaan guna mempercepat tugas pekerjaan mengeluarkan pendapat serta menyampaikan saran maupun keluhan, komunikasi yang baik dapat memberikan berita atau informasi sehingga karyawan dapat memahami bidang kerja yang dikerjakan. Komunikasi di dalam suatu organisasi merupakan faktor pendukung dalam menjalin hubungan dan interaksi antara satu dengan lainnya, komunikasi merupakan sebuah sarana untuk mengkoordinir segala bentuk kegiatan aktivitas organisasi perusahaan, agar mereka (karyawan) dapat bekerja dengan maksimal, pada akhirnya meningkatkan daya saing bisnis, daya saing bisnis di sini tidak hanya meliputi usaha yang sejenis, sehingga perusahaan tetap eksis.¹⁰

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian-uraian diatas, maka pokok pernyataan dalam penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI) ini adalah:

1. Bagaimana proses komunikasi organisasi antar bagian dalam pelaksanaan distribusi penjualan produk *Salim Food* di PT. Putri Daya Usahatama Cirebon?
2. Apa saja masalah dalam komunikasi organisasi antar bagian terkait dengan pelaksanaan distribusi penjualan produk *Salim Food* di PT. Putri Daya Usahatama Cirebon, dan langkah-langkah apa yang dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut?

¹⁰ Jurnal Ilmiah “Manajemen & Bisnis” Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Vol. 02 No. 01 April 2002.

1.3. Tujuan Penelitian

Dalam suatu penelitian, tujuan merupakan salah satu alat yang dapat dijadikan petunjuk supaya penelitian ini dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan, adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana proses komunikasi organisasi antar bagian dalam pelaksanaan distribusi penjualan produk *Salim Food* di PT. Putri Daya Usahatama Cirebon.
2. Mengetahui apa saja masalah dalam komunikasi organisasi antar bagian dan langkah-langkah yang dilakukan PT. Putri Daya Usahatama Cirebon terkait dengan pelaksanaan distribusi penjualan produk *Salim Food*.

1.4. Manfaat Penelitian

Secara akademis, penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi, menambah pengetahuan dan sebagai bahan kajian ilmiah untuk civitas akademika program studi sosiologi yang berhubungan dengan proses komunikasi organisasi antar bagian terkait dalam pelaksanaan distribusi penjualan produk.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan, referensi dan sebagai bahan evaluasi, khususnya dalam proses komunikasi organisasi antar bagian terkait dengan pelaksanaan distribusi penjualan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi PT. Putri Daya Usahatama Cirebon.

1.5. Kerangka Konsep

1.5.1. Komunikasi Organisasi dan Prosesnya

Komunikasi organisasi (*organizational communication*) secara fungsional dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari sesuatu organisasi tertentu,¹¹ selain menyangkut pertunjukan dan penafsiran pesan di antara ratusan individu yang merupakan anggota perusahaan saling menghubungkan, dimana pikiran, keputusan dan perilakunya diatur oleh kebijakan, regulasi, memo, pernyataan, surat-surat resmi dan aturan-aturan. Organisasi merupakan suatu kesatuan atau perkumpulan yang terdiri atas orang/bagian di dalamnya terdapat aktivitas kerjasama berdasarkan pola dan aturan-aturan, sekumpulan orang yang berasosiasi antara satu dengan lain membutuhkan komunikasi yang dilakukan secara sengaja untuk tujuan tertentu.

Komunikasi organisasi adalah perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka terlibat dalam proses itu, berinteraksi dan memberi makna. Dengan komunikasi maka mengantarkan terbentuknya kesatuan sistem dari bagian atau unit saling bergantung, serta terciptanya pola hubungan tata kerja, lebih lanjut dikatakan bahwa dalam kegiatan sehari-hari, hampir sebagian aktivitas karyawan dan pimpinan kantor adalah merupakan bentuk komunikasi, seperti: bermusyawarah, menyusun rencana, merumuskan kebijakan, memberi dan menerima perintah, melaksanakan

¹¹ *Ibid.*, hal. 143.

koordinasi, menerima atau membuat laporan, menyampaikan dan menerima tanggung jawaban, menyelesaikan krisis dan konflik, menyampaikan pendapat atau usul dan saran, serta membina hubungan.

Menurut William V. Hanney mengenai hubungan organisasi dengan komunikasi dalam bukunya *Communication and Organizational Behaviour*, menyatakan:

“Organization consists of a number of people, it involves interdependance, interdependance alls for coordination and coordination requires a communication.” (Organisasi terdiri atas sejumlah orang, ia melibatkan keadaan saling bergantung, kebergantungan memerlukan koordinasi, koordinasi mensyaratkan komunikasi).¹²

Komunikasi dapat mempertegas dan memperjelas koordinasi yang berlangsung dalam organisasi untuk pencapaian tujuan, dalam organisasi jika melakukan suatu proses komunikasi juga dipikirkan mengenai dampak maupun efek terjadinya, adapun dampak berhubungan dengan organisasi adalah dampak *behavioral* (prilaku), yakni dampak yang timbul pada komunikasi dalam bentuk prilaku, tindakan, maupun kinerja seseorang.¹³

Dari pembahasan diatas, bahwa komunikasi organisasi merupakan proses yang paling penting, karena jika tidak ada komunikasi organisasi baik, maka pesan yang merupakan bagian dari organisasi tidak akan dapat disalurkan dengan baik, dan dari komunikasi organisasi pula semua

¹² Onong U. Effendy, *Ilmu komunikasi; Teori dan Praktek* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), hal. 116.

¹³ *Ibid.*, hal. 7.

karyawan yang ada dapat memahami segala hal yang ada. Adapun tujuan dari komunikasi organisasi adalah sebagai berikut:¹⁴

1. Sebagai tindakan kordinasi

Komunikasi dalam organisasi bertujuan untuk mengkoordinasi sebagian atau seluruh tugas dan fungsi organisasi yang telah dibagi-bagi dalam bagian atau sub-bagian yang melaksanakan visi dan misi organisasi di bawah pimpinan seorang pimpinan atau manajer serta para bawahan mereka.

2. Membagi informasi (*information sharing*)

Salah satu tujuan komunikasi yang penting adalah menghubungkan seluruh aparatur organisasi dengan tujuan organisasi. Komunikasi mengarahkan manusia dan aktivitas mereka dalam organisasi, berfungsi untuk mencapai tujuan organisasi, mengarahkan tugas, hasil suatu usaha, dan pengambilan keputusan.

3. Menyatakan perasaan dan emosi

Setiap individu dalam suatu organisasi mempunyai keinginan dan kebutuhan untuk menyatakan perasaan dan emosi mereka masing-masing. Dalam organisasi keterbukaan sesama anggota merukan tujuan dari organisasi itu sendiri.

4. Sebagai Hubungan Antar Bagian

Hubungan antar bagian dalam organisasi juga diatur, agar setiap karyawan yang berada di dalam bagian satu lebih mudah melakukan komunikasi kerja dengan bagian lainnya. Bila ada suatu permasalahan bisa segera diatasi dengan cepat, karena sumber kesalahan atau kekurangannya juga bisa langsung diketahui. Komunikasi organisasi penting karena mengaitkan konteks organisasi dengan konsep-konsep, perasaan-perasaan, dan harapan-harapan anggota organisasi dan membantu menjelaskan perilaku anggota organisasi.

¹⁴ Pace dan Faule, *Op.Cit.*, hal. 65.

Terkait dengan hal ini, komunikasi memegang peranan penting dalam mengintegrasikan dan mengkoordinasikan semua bagian dan aktivitas di dalam organisasi.¹⁵ Tanpa adanya komunikasi antar bagian yang satu dengan bagian lain, tidak mungkin organisasi dapat berjalan dengan baik, sebaliknya tanpa adanya komunikasi antar bagian, maka kegiatan usaha pendistribusian produk tidak berjalan dengan baik. Dari beberapa definisi tersebut, penulis menyimpulkan bahwa pada dasarnya organisasi tentunya memerlukan kerjasama dan koordinasi yang baik dari seluruh anggota organisasi, dengan koordinasi tersebut diharapkan bahwa seluruh kegiatan yang dikerjakan dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan organisasi.

Oleh karena itu, tentunya komunikasi organisasi memiliki peranan penting, serta terjalinya komunikasi baik pada organisasi perusahaan. Jadi dapat digambarkan bahwa komunikasi organisasi meliputi beberapa proses yaitu pertukaran dan penafsiran pesan diantara semua unit organisasi, adanya interaksi antara seluruh elemen baik antar pribadi, kelompok atau bagian, dan organisasi itu sendiri yang memiliki tujuan dan maksud komunikasi yang terstruktur dan terorganisir. Itu semua kemudian membentuk suatu sistem dikenal dengan istilah sistem komunikasi organisasi.

¹⁵ Indriyo Gitosudarmo dan I Nyoman Sydita, *Perilaku Keorganisasian*, Edisi 1 (Yogyakarta: BPEF, 1997), hal. 210.

1.5.2. Komunikasi Organisasi Berdasarkan Arah Aliran Informasi

Komunikasi yang berlangsung diantara karyawan secara hierarki berbeda posisi atau kedudukan dalam organisasi perusahaan, yakni:

1. Komunikasi ke Bawah (Downward Communication)

Secara umum, informasi mengalir dari jabatan berotoritas tinggi kepada berotoritas lebih rendah, penyampaian informasi berkaitan dengan mengirim perintah, peraturan, petunjuk, tujuan, kebijakan, memorandum untuk pekerja pada tingkat lebih rendah dalam organisasi. Komunikasi ke bawah dapat berbentuk lisan dan tulisan, dimana komunikasi secara lisan berupa percakapan biasa, pertemuan, sedangkan komunikasi tulisan berupa memo, surat perintah, surat tugas, papan pengumuman dan pedoman petunjuk pelaksanaan kerja.

Menurut Lewis (1987), komunikasi ke bawah adalah untuk menyampaikan tujuan, mengubah sikap, membentuk pendapat, mengurangi ketakutan dan kecurigaan yang timbul karena salah informasi, mencegah kesalahpahaman karena kurang informasi dan mempersiapkan anggota organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan.¹⁶

Menurut Katz dan Kahn,¹⁷ menyatakan bahwa komunikasi dari atas ke bawah dapat diklasifikasikan atas lima tujuan pokok yaitu:

- a) Memberi pengarahan atau instruksi kerja
- b) Memberi informasi mengapa suatu pekerjaan harus dilaksanakan
- c) Memberi informasi tentang prosedur dan praktek organisasional

¹⁶ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Bandung: Bumi Aksara, 2009), hal. 108.

¹⁷ Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hal. 24.

- d) Memberi umpan balik pelaksanaan kerja kepada para karyawan
- e) Menyajikan informasi mengenai aspek ideology yang dapat membantu organisasi menanamkan pengertian tentang tujuan yang ingin dicapai.

2. Komunikasi ke Atas (*Upward Communication*)

Dalam struktur organisasi, komunikasi ke atas adalah alur penyampaian informasi mengalir dari bawahan kepada atasan atau setingkat lebih rendah kepada tingkat yang lebih tinggi,¹⁸ bentuk informasi disampaikan dapat berupa laporan rutin, laporan insidental, pengaduan, dan pengajuan usul. Pace dan Faules,¹⁹ mengemukakan informasi apa saja yang dikomunikasikan, yaitu:

- a) Memberitahukan apa yang di lakukan bawahan-pekerjaan mereka, prestasi, kemajuan, dan rencana-rencana untuk waktu mendatang.
- b) Menjelaskan persoalan-persoalan kerja yang belum dipecahkan bawahan yang mungkin memerlukan beberapa macam bantuan.
- c) Memberikan saran atau gagasan untuk perbaikan dalam unit-unit mereka atau dalam organisasi sebagai suatu keseluruhan.
- d) Mengungkapkan bagaimana pikiran dan perasaan bawahan tentang pekerjaan mereka, rekan kerja mereka, dan organisasi.

3. Komunikasi Horizontal (*Horizontal Communication*)

Komunikasi horizontal adalah komunikasi dilakukan oleh para karyawan yang memiliki tingkat jabatan sama ataupun setara. Effendy²⁰ menyatakan bahwa komunikasi horizontal ialah komunikasi secara mendatar, antara anggota staf, karyawan sesama karyawan dan sebagainya. Komunikasi horizontal seringkali berlangsung tidak formal,

¹⁸ *Ibid.*, hal. 116.

¹⁹ Pace dan Faules, *Op.Cit.*, hal. 190.

²⁰ Effendy, *Ilmu komunikasi; Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hal. 124.

karena mereka berkomunikasi satu sama lain bukan pada saat mereka bekerja melainkan pada saat istirahat, sedang rekreasi, atau pada waktu pulang kerja. Lebih lanjut Hardjana menyebutkan bahwa “Komunikasi horizontal adalah komunikasi antara rekan kerja sejawat dalam bagian atau kelompok yang sama, atau antar petugas antar bagian yang sama tingkatnya misalnya antara manajer produksi dengan manajer personalia.”²¹

1.5.3. Komunikasi Organisasi Sebagai Media Koordinasi Kerja

Organisasi merupakan wadah kerjasama antar manusia, bentuk kelompok-kelompok kerja, di dalam kerjasama kelompok itulah dapat melakukan koordinasi tugas, menetapkan jadwal kegiatan dengan orang-orang lain, bertukar informasi, memecahkan masalah lalu membuat berbagai keputusan. Di dalam sebuah organisasi, komunikasi merupakan dasar yang menyatukan semua fungsi, setiap individu atau kelompok bukan saja dapat berinteraksi, memahami dan bertukar-tukar pesan antar satu dengan lain, tetapi juga dapat mewujudkan kerjasama yang berkesinambungan di kalangan anggota kelompok organisasi.

Setiap organisasi atau perusahaan dihadapkan dengan bagaimana menerapkan suatu strategi dalam melihat berbagai tantangan maupun peluang, sehingga komunikasi akan menjadi titik perhatian dalam mensosialisasikan hal tersebut. Keterkaitan komunikasi dengan organisasi

²¹ Hardjana, *Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal*, (Yogyakarta: Kanisius, 2003), hal. 33.

menurut William bahwa organisasi terdiri dari sejumlah orang, melibatkan keadaan saling tergantung, kebergantungan memerlukan koordinasi yang mengisyaratkan komunikasi.²² Dalam membina kerjasama di dalam kelompok nantinya digunakan dalam rangka membina koordinasi kesatuan gerak sesuai dengan arah dan tujuan organisasi, agar dapat tercapai koordinasi dalam kerjasama itu sangat penting dilaksanakannya komunikasi.

Pengambilan keputusan juga sangat memerlukan komunikasi, karena dalam akhir dari pengambilan keputusan tersebut hendaknya pencerminan dari adanya koordinasi dan kerjasama yang tercipta dalam lingkungan perusahaan. Hal ini diungkapkan Liliweri, koordinasi kerja paling baik dicirikan sebagai sebuah proses interaksi sosial atau aktivitas kerja yang interaktif dimana individu dan kelompok berada dalam rangkaian, berhubungan dengan berbagai macam kondisi dan situasi pekerjaan mereka, dalam beberapa pemikiran membentuk syarat, kondisi, dan muatan dari pekerjaan mereka, tidak mempermasalahkan model organisasi formal apakah yang akan digunakan untuk menilai, mengontrol/mengkonseptualisasikan aktivitas mereka.²³ Dengan adanya koordinasi akan didapat keselarasan aktivitas diantara unit-unit organisasi, agar tercapai atau membentuk koordinasi dalam kerjasama yang baik.

²² *Ibid.*, hal. 116.

²³ Lihat Alo Liliweri, *Op.Cit.*, hal. 13.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Jenis Penelitian

Dalam proses penyusunan Karya Tulis Ilmiah ini menggunakan penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (1986:5), metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data, deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.²⁴ Peneliti ingin memperoleh informasi tentang bagaimana proses komunikasi organisasi antar bagian terhadap pelaksanaan distribusi penjualan produk *salim food* di PT. Putri Daya Usahatama Cirebon, dengan cara menghimpun data yang ada di lapangan, sehingga nanti dapat diinterpretasikan sebagai hasil penelitian yang bersifat deskriptif.

Hal ini dilakukan untuk mengamati dan memperoleh informasi dalam mengumpulkan berbagai keterangan yang faktual untuk mengidentifikasi permasalahan. Penulis mulai mendefinisikan konsep-konsep yang sangat umum, yang karena kemajuan-kemajuan penelitian mengubah definisi sebelumnya. Dalam tradisi kualitatif, peneliti menggunakan diri mereka sebagai instrumen, mengikuti asumsi-asumsi kultural sekaligus mengikuti data di lapangan.²⁵

²⁴ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), hal. 4

²⁵ Julia Brannen, *Memadu Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Cetakan VI. (Samarinda: Fakultas Tarbiyah IAIN Antasari bekerjasama dengan Pustaka Pelajar Yogyakarta, 2005), hal. 11.

1.6.2. Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, posisi informan sangat penting sebagai individu yang berhubungan dengan obyek penelitian, dan diharapkan dapat memberikan informasi dan data yang dibutuhkan peneliti. Informan penelitian ini antara lain: Distrik Manager, 1 (satu) Sales Supervisor, Yuniior Accounting dan Kepala Gudang.

1.6.3. Subyek Penelitian

Subyek penelitian dalam penelitian kualitatif menurut S. Nasution, adalah sumber yang dapat memberikan informasi, dapat berupa hal, peristiwa, manusia, situasi yang diobservasi atau dapat diwawancarai.²⁶

Subyek penelitian adalah orang yang memiliki pengalaman langsung dengan persoalan yang sifat-keadaanya (“attribut”-nya) akan diteliti.²⁷ Subyek penelitian yang dimaksud adalah Bagian Penjualan, Bagian Pergudangan serta Bagian Keuangan.

Bidang Penjualan, Bidang Pergudangan dan Bidang Keuangan dipilih menjadi subyek penelitian karena bidang-bidang tersebut terkait dengan proses pendistribusian produk barang. Adapun subyek penelitian yang dimaksud antara lain:

- Bagian Penjualan terdiri dari Administrasi Deliveri, 2 (dua) Salesman Canvas, 2 (dua) Driver Canvas, 1 (satu) Driver Dropp, dan 1 (satu) Helper Dropp.

²⁶ S. Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*, (Bandung: Tarsito, 1996), hal. 32.

²⁷ Tatang M. Amirin, *Subjek Penelitian, Responden Penelitian, dan Informan (narasumber) Penelitian*, (diakses: <http://tatangmanguny.wordpress.com>, 2009) diakses 28 Oktober 2011.

- Bagian Keuangan terdiri dari 1 (satu) Kasir, dan 1 (satu) Open File.
- Bagian Pergudangan terdiri dari 1 (satu) Admin Gudang G/S dan 1 (satu) Checker Gudang G/S.

1.6.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu aspek dalam kelancaran dan keberhasilan suatu penelitian. Teknik yang digunakan adalah pengamatan (observasi) dan wawancara (interview) untuk memperoleh data selengkap-lengkapya.

1. Observasi Partisipan

Pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung terhadap informan yang diteliti, menulis segala informasi, serta hal-hal yang sesuai dan berhubungan dengan masalah penelitian. Observasi dilakukan dengan cara partisipasi aktif, dimana penulis secara langsung berpartisipasi dalam kegiatan subyek penelitian melalui kegiatan *internship* atau kerja lapangan.

Metode ini, dimaksudkan untuk memperoleh berbagai data yang tidak didapatkan dari wawancara, hal ini diperkuat oleh Rakhmat (2003:85) yang menyatakan observasi dilakukan untuk melengkapi dan menambah hasil pengumpulan data melalui wawancara, seperti mengenai profil, kondisi lingkungan, sarana dan sebagainya yang relevan dengan penelitian ini.

2. Wawancara

Dalam penelitian ini penulis menggunakan wawancara tak berstruktur sebagai cara mendapatkan data. Wawancara dipakai untuk mendapatkan data dan informasi yang pribadi dengan melakukan secara langsung dengan responden. Menurut Moleong, wawancara didefinisikan sebagai percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang di wawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.²⁸

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan wawancara tak terstruktur sebagai cara mendapatkan data. Wawancara di pergunakan untuk mendapatkan data dan informasi yang pribadi secara langsung responden.²⁹ Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi dari subyek penelitian yang telah penulis sebutkan diatas. Sebagai pembantu utama dari metode observasi diharapkan dengan wawancara inidiperoleh data yang lebih valid.³⁰ Sebagai pedoman untuk wawancara maka alat yang digunakan adalah *interview guide* (daftar wawancara) yang disesuaikan dengan penelitian.

²⁸ Lexy J. Moleong, *Op. Cit.*, hal. 135.

²⁹ *Ibid.*, hal. 189.

³⁰ Soekidjo Notoatmodjo, *Metodologi Penelitian Kesehatan*, (Jakarta: Renika Cipta, 2005), cet. III, hlm. 102

1.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dimulai dengan membaca, mempelajari dan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, hasil pengamatan (*observasi*) yang telah ditulis dalam catatan harian lapangan, dokumen resmi, dan sebagainya.³¹ Analisa data pekerjaannya adalah mengatur, mengurutkan mengelompokkan, memberikan kode dan mengkategorikannya. Dalam menganalisa data kualitatif ini penulis menggunakan metode kualitatif diskriptif, metode ini merupakan kumpulan yang berupa kata-kata, gambaran dan bukan angka-angka.³² Langkah-langkah yang dipergunakan dalam penelitian terdiri sebagai berikut ini:

1. Koleksi data (*data collection*), yaitu data hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti dari subyek penelitian dan sumber informasi, merupakan langkah awal dalam pengolahan data. Hasil observasi dan wawancara dengan segera dituangkan peneliti dalam bentuk tulisan dan dianalisis.
2. Penyederhanaan data (*data reductional*), yaitu penelaahan kembali seluruh catatan hasil observasi dan wawancara. Dengan demikian pada tahap ini akan diperoleh hal-hal pokok berkaitan dengan fokus penelitian.
3. Penyajian data (*data display*), merupakan kegiatan penyusunan hal-hal pokok dan pola yang sudah dirangkum secara sistematis, sehingga diperoleh tema dan pola secara jelas tentang permasalahan penelitian agar mudah diambil kesimpulan.

³¹ Lihat Lexy. J. Moleong, *Op.Cit.*, hal 247.

³² *Ibid.*, hlm. 5

4. Pengambilan kesimpulan serta verifikasi (*conclusion; drawing verivying*), merupakan upaya untuk mencari makna dari data yang dikumpulkan dan memantapkan kesimpulan dengan member check atau triangulasi yang dilakukan selama dan sesudah data dikumpulkan. Dengan demikian proses verifikasi merupakan upaya mencari makna dari data yang dikumpulkan dengan mencari pola, tema, hubungan persamaan, perbedaan-perbedaan, hal-hal yang sering timbul dan lain sebagainya.



