



**PERAN KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI *SUPERVISOR*  
DALAM MENINGKATKAN KINERJA *SALESMAN* DI PT  
PARAMA SUTERA AUTOTREN**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Christian Gunawan**

**20180400023**

**FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA  
TANGERANG**

**2024**



**PERAN KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI *SUPERVISOR*  
DALAM MENINGKATKAN KINERJA *SALESMAN* DI PT  
PARAMA SUTERA AUTOTREN**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Oleh:**

**Christian Gunawan**

**20180400023**

*Corporate and Marketing Communication*

**FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA  
TANGERANG  
2024**



## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Tugas Akhir : Peran Komunikasi Antar Pribadi *Supervisor* Dalam Meningkatkan Kinerja *Salesman* Di PT Parama Sutera Autotren.

Nama : Christian Gunawan  
NIM : 20180400023  
Fakultas : Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Ilmu komunikasi

Tugas Akhir ini telah disetujui pada tanggal 19 Maret 2024

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Dosen Pembimbing

  
Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.IKom  
NIDN: 0401018307

  
Suryadi Wardiana, M.I.Kom  
NIDN: 0411118205



## SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.IKom

Jabatan : Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Menerangkan bahwa :

Nama : Christian Gunawan

NIM : 20180400023

Fakultas : Sosial Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Peran Komunikasi Antar pribadi *Supervisor* Dalam Meningkatkan Kinerja *Salesman* Di PT Parama Sutera Autotren.

Dinyatakan layak untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Tangerang, 18 Febuari 2024

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,

Dosen Pembimbing,

UBD

Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.IKom  
NIDN: 0401018307

Suryadi Wardiana, M.IKom  
NIDN: 0411118205



## LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Christian Gunawan  
NIM : 20180400023  
Fakultas : Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Peran Komunikasi Antar Pribadi *Supervisor* Dalam Meningkatkan Kinerja *Salesman* Di PT Parama Sutera Autotren.

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Buddhi Dharma.

### Tim Penguji

1. Ketua Penguji : Dr. FX. Rahyono, M.Hum  
NIDK : 8918350022
2. Penguji 1 : Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.IKom  
NIDN : 0401018307
3. Penguji 2 : Tia Nuraprianti, S.Sos.I, M.IKom  
NIDN : 0310048205

Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora  
Universitas Buddhi Dharma

  
Sonya Ayu Kumala, S.Hum, M.Hum  
NIDN : 0418128601



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Christian Gunawan

NIM : 20180400023

Tanda Tangan :



Tanggal : 19 Maret 2024

UBD

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur dihaturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan berkatNya, penulis mampu menyelesaikan Skripsi berjudul “Peran Komunikasi Antar pribadi *Supervisor* Dalam Meningkatkan Kinerja *Salesman* Di PT Parama Sutera Autotren.”, sesuai dengan waktu yang ditentukan. Di dalam proses pembuatan Skripsi ini banyak pihak yang telah membantu, mengarahkan, membimbing dan mendukung penulis untuk dapat menyelesaikan penulisan dengan baik dan tepat.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dengan hati yang penuh dengan ucapan syukur, kepada:

1. Dr. Limajatini, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma.
2. Sonya Ayu Kumala, S.Hum, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma
3. Galuh Kusuma Hapsari, S.Si., M.Ikom, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma..
4. Suryadi Wardiana, M.I.Kom, selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan pengetahuan, bimbingan, saran dan dukungan untuk penulis agar dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini sesuai dengan waktu yang ditentukan.
5. Para Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan ilmu, pengalaman dan pengetahuan terkait keseluruhan mata perkuliahan yang sudah ditempuh, sehingga ilmu-ilmu

tersebut dapat bermanfaat dalam kegiatan Skripsi peneliti.

6. Kepala Tata Usaha dan Staf Administrasi Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma.
7. Kepala dan Staf perpustakaan Universitas Buddhi Dharma.
8. Kedua orang tua dan keluarga dekat yang senantiasa mendukung dan mendoakan peneliti dari awal hingga Skripsi ini selesai.
9. Teman penulis yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti selama penyusunan Skripsi.

Penulis berharap semoga dengan adanya Skripsi dapat bermanfaat bagi perkembangan kemampuan serta menambah wawasan mahasiswa/i Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma.

Tangerang, 19 Maret 2024

**Christian Gunawan**

## ABSTRAK

### PERAN KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI *SUPERVISOR* DALAM MENINGKATKAN KINERJA *SALESMAN* DI PT PARAMA SUTERA AUTOTREN

Pada penelitian ini membahas tentang komunikasi antar pribadi dalam meningkatkan kinerja *salesman* yang berperan dalam mengkomunikasikan adalah *supervisor*. *Supervisor* dalam perannya memimpin diharapkan menjalani kewajiban dan tugas sebagai seorang pimpinan, salah satu tugas yang diemban seorang *supervisor* menjaga kinerja bawahan dalam jalur yang sesuai. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran komunikasi *supervisor* dalam meningkatkan kinerja *salesman* dan bagaimana peran komunikasi yang dilakukan *supervisor* dalam meningkatkan kinerja *salesman* PT Parama Sutera Autotrend. Teori yang digunakan pada penelitian ini efektifitas komunikasi antar pribadi dengan unsur-unsur seperti keterbukaan, empati, dukungan, rasa positif, kesetaraan dengan teori kepemimpinan untuk menganalisis dengan indikator pengaruh ideal, motivasi yang memberikan inspirasi, stimulasi intelektual, dan pertimbangan individual. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan penelitian metode kualitatif. Paradigma konstruktivisme serta teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian dalam penelitian ini adalah Peran komunikasi antar pribadi *supervisor* dalam meningkatkan kinerja *sales* dapat terlihat dari suasana keterbukaan antara *supervisor* dan *sales*, adanya sikap empati antara *supervisor* dan *sales*, adanya sikap mendukung antara *supervisor* dan *sales*, adanya sikap positif antara *supervisor* dan *sales* dan adanya kesetaraan antara *supervisor* dan *sales*. Dengan diterapkannya komunikasi antar pribadi yang diterapkan *supervisor* maka, komunikasi antar pribadi berperan dalam meningkatkan kinerja *sales*

**Kata kunci : komunikasi antar pribadi, kinerja, meningkatkan kinerja**

## **ABSTRACT**

### ***THE ROLE OF SUPERVISOR INTERPERSONAL COMMUNICATION IN IMPROVING SALESMAN PERFORMANCE AT PT PARAMA SUTERA AUTOTREN***

*This research discusses interpersonal communication in improving the performance of salesmen whose role in communicating is the supervisor. Supervisors in their leadership role are expected to carry out their obligations and duties as a leader, one of the duties of a supervisor is to ensure the performance of subordinates is on track. This research aims to determine the role of supervisor communication in improving salesman performance and the role of communication carried out by supervisors in improving the performance of PT Parama Sutera Autotrend salesmen. The theory used in this research is the effectiveness of interpersonal communication with elements such as openness, empathy, support, positive feelings, equality with leadership theory to analyze with indicators of ideal influence, inspirational motivation, intellectual stimulation, and individual consideration. The research method used is a case study with a qualitative research method approach. Constructivism paradigm and data collection techniques through observation, interviews and documentation. The research results in this study are that the role of interpersonal communication between supervisors in improving sales performance can be seen from the atmosphere of openness between supervisors and sales, the existence of an empathetic attitude between supervisors and sales, the existence of a supportive attitude between supervisors and sales, the existence of a positive attitude between supervisors and sales and the presence of equality between supervisors and sales. By implementing interpersonal communication implemented by supervisors, interpersonal communication plays a role in improving sales performance*

**Keywords :** *interpersonal communication, performance, improving performance*

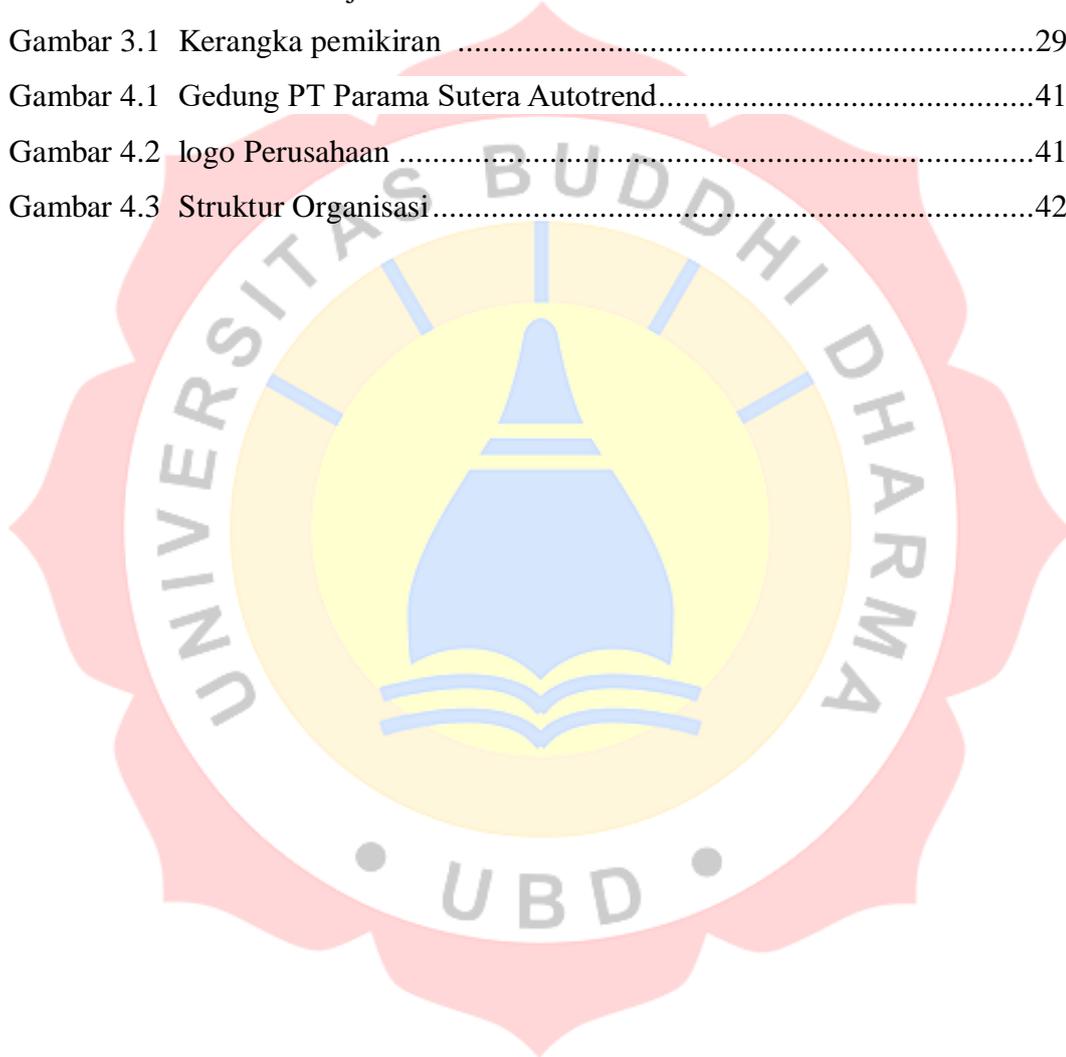
## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERTEJUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Akademis .....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
<b>BAB II</b> .....	<b>10</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
<b>2.1 Kajian Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>10</b>
2.2 Kerangka Teoritis.....	14
2.2.1 Komunikasi .....	14
2.2.2 Komunikasi Antar pribadi.....	17
2.2.3 Kinerja .....	21
2.2.4 <i>Supervisor</i> .....	25
2.2.5 <i>Salesman</i> .....	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
<b>BAB III</b> .....	<b>29</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>29</b>

3.1	Paradigma Penelitian.....	29
3.2	Pendekatan Penelitian .....	32
3.3	Metode Penelitian .....	33
3.4	Subjek dan Objek Penelitian .....	34
3.4.1	Subjek Penelitian .....	34
3.4.2	Objek Penelitian .....	35
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.5.1	Jenis Data Primer.....	36
3.5.2	Jenis Data Sekunder.....	37
3.6	Teknik Analisis Data.....	38
3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
<b>BAB IV</b>	.....	<b>41</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>41</b>
4.1	Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	41
4.1.1	Profil Perusahaan.....	41
4.1.2	Logo Perusahaan .....	42
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	42
4.1.4	Struktur Organisasi.....	43
4.2	Hasil Penelitian.....	44
4.3	Pembahasan .....	55
<b>BAB V</b>	.....	<b>58</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>58</b>
5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Saran.....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>65</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	10 Besar Penjualan Mobil Januari – November 2023 .....	5
Gambar 3.1	Kerangka pemikiran .....	29
Gambar 4.1	Gedung PT Parama Sutera Autotrend.....	41
Gambar 4.2	logo Perusahaan .....	41
Gambar 4.3	Struktur Organisasi.....	42



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan upaya untuk mentransfer pesan dari satu individu ke individu lainnya dengan tujuan mendapatkan respon balik. Ini merupakan kegiatan pokok yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia karena melalui komunikasi, interaksi antarindividu dapat terjalin baik dalam konteks sehari-hari maupun dalam lingkungan sosial. Pentingnya komunikasi terletak pada kemampuannya dalam memfasilitasi kerja sama di antara anggota-anggota manusia yang terlibat dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Dalam konteks organisasi atau perusahaan, komunikasi dapat berlangsung secara vertikal, antara atasan dan bawahan, atau secara horizontal, antara rekan kerja. Apabila pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh penerima dengan baik, akan tercipta suasana kerja yang harmonis dan nyaman.

Karyawan dalam kesehariannya membutuhkan dan menginginkan informasi agar dapat mengetahui tugas-tugas serta mengerti tujuan dan strategi yang akan dicapai oleh suatu perusahaan. Kepercayaan dan keterbukaan harus menjadi landasan komunikasi antara manajemen dan karyawan untuk memotivasi dan meningkatkan produktivitas serta kemajuan perusahaan. Komunikasi yang dibangun antara keduanya di atas kejujuran dan keterbukaan harus didukung oleh manajemen dan diikuti oleh seluruh anggota organisasi. Oleh karena itu, pentingnya komunikasi yang efektif untuk membangun sebuah dinamika dalam

perusahaan itu sendiri. Menurut Everett M. Rogers dalam bukunya Deddy Mulyana (2010: 68-69),



Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk merubah tingkah laku mereka.

Organisasi adalah entitas atau kelompok sosial yang terstruktur, terorganisir, dan biasanya didirikan untuk mencapai tujuan tertentu. Organisasi dapat memiliki berbagai ukuran dan bentuk, mulai dari perusahaan bisnis, pemerintahan, organisasi nirlaba, lembaga pendidikan, hingga kelompok masyarakat. Menurut Hasibuan (2011:120) memberikan pengertian organisasi adalah suatu sistem perserikatan formal, berstruktur, dan terkoordinasi dari sekelompok orang yang bekerja sama dalam mencapai tujuan tertentu. Tujuan organisasi dapat bervariasi, termasuk mencari keuntungan, memberikan layanan kepada masyarakat, mendidik orang, melakukan penelitian, atau mencapai tujuan sosial atau lingkungan.

Organisasi umumnya memiliki struktur yang terorganisir dengan pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas untuk mencapai tujuan mereka. Hal ini melibatkan pengaturan sumber daya manusia, materi, dan finansial, serta prosedur operasional yang ditetapkan. Organisasi juga dapat memiliki budaya dan nilai-nilai yang unik, yang mencerminkan bagaimana mereka beroperasi dan berinteraksi dengan anggota dan lingkungan mereka.

Pimpinan dalam suatu perusahaan akan berusaha memahami dan memperhatikan kebutuhan serta keinginan karyawan dan akan mengkomunikasikan motivasi melalui interaksi pribadi dengan menggunakan komunikasi antar pribadi. Komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi merupakan proses di mana orang menciptakan dan mengelola hubungan mereka,

melaksanakan tanggung jawab secara timbal balik dalam menciptakan makna. Lebih lanjut komunikasi antar pribadi merupakan rangkaian sistematis perilaku yang bertujuan yang terjadi dari waktu ke waktu dan berulang kali (Muhammad Budyatna dan Leila Mona Ganiem, 2011:14), karyawan dalam suatu organisasi, seperti yang umumnya terjadi, memiliki harapan dan keinginan tertentu yang mereka harapkan akan terpenuhi di lingkungan kerja. Kebutuhan dan aspirasi para karyawan berperan sebagai motivasi bagi mereka dalam menjalankan aktivitas di perusahaan. Sikap, kebiasaan, minat, dan tuntutan mereka bukan hanya berlaku untuk individu masing-masing, melainkan juga menjadi bagian bersama yang dirasakan bersama oleh seluruh anggota tim. Akibatnya, karyawan menunjukkan reaksi serupa terhadap peristiwa yang terjadi di dalam dan di sekitar mereka. Bahkan perilaku dan tindakan mereka cenderung dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut.

Pada setiap perusahaan terdapat komunikasi yang terjadi terutama dalam bentuk komunikasi antar pribadi yang melibatkan dua individu. Komunikasi ini digunakan untuk menciptakan pemahaman bersama antara dua orang tersebut, sehingga mereka dapat bekerja sama secara efisien. Dalam proses komunikasi yang sangat dinamis ini, muncul berbagai potensi masalah yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan organisasi, terutama jika terjadi salah paham dan konflik. Oleh karena itu, penting untuk memiliki komunikasi yang efektif. Komunikasi yang efektif menjadi krusial bagi semua organisasi, oleh karena itu, pemimpin dan komunikator dalam organisasi perlu memiliki pemahaman yang baik dan terus mengembangkan kemampuan komunikasi mereka.

Proses komunikasi yang terjadi di dalam perusahaan khususnya yang menyangkut komunikasi antara pimpinan dan karyawan merupakan faktor penting dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif. Komunikasi efektif tergantung dari hubungan karyawan yang memuaskan yang dibangun berdasarkan iklim dan kepercayaan atau suasana organisasi yang positif. Hubungan atasan dan bawahan merupakan jantung pengelolaan yang efektif. Agar hubungan ini berhasil, harus ada kepercayaan dan keterbukaan antara atasan dan bawahan (Muhammad, 2007: 172).

Purba (2006:14) berasumsi bahwa melalui komunikasi diharapkan dapat membawa hasil pertukaran informasi dan saling pengertian di antara orang-orang yang terlibat dalam kegiatan tersebut. Komunikasi antarpribadi yang terjadi antara pimpinan dan karyawan yang baik akan dapat berdampak pada hasil kerja yang maksimal.

Kinerja adalah merupakan implementasi dari rencana yang telah disusun tersebut. Implementasi kinerja dilakukan oleh sumber daya manusia yang memiliki kemampuan, kompetensi, motivasi, dan kepentingan. Bagaimana organisasi menghargai dan memperlakukan sumber daya manusianya akan mempengaruhi sikap dan prilakunya dalam menjalankan kinerja (Wibowo, 2009: 4).

Kinerja merupakan tanggung jawab setiap individu terhadap pekerjaan, membantu mendefinisikan harapan kinerja, mengusahakan kerangka kerja bagi supervisor dan pekerja saling berkomunikasi. Tujuan kinerja adalah menyesuaikan harapan kinerja individual dengan tujuan organisasi. Kesesuaian

antara upaya pencapaian tujuan individu dengan tujuan organisasi akan mampu mewujudkan kinerja yang baik.

Permasalahan kinerja karyawan juga terjadi pada PT Parama Sutera Autotrend (PSA) yaitu merupakan sebuah dealer Honda Mobil yang diresmikan tahun 2017. Honda Tren Alam Sutera memiliki fasilitas layanan 3S (*Sales, Service, Spareparts*) yang telah terpadu dan sesuai dengan standar Honda. Selama ini PT Parama Sutera Autotrend berusaha untuk memperbaiki kinerja karyawan dari seputar yang dihadapi, seperti jam kerja karyawan yang tidak ontime, tingkat penjualan yang tidak mencapai target, dan tingkat kedisiplinan karyawan, yang pada akhirnya menyebabkan kurangnya kinerja karyawan dalam melaksanakan tugas.

Permasalahan terkait komunikasi *supervisor* dengan *sales* juga terjadi di PT. PSA yaitu permasalahan iklim komunikasi organisasi yang didalamnya terdapat birokrasi informasi yang agak cukup memakan waktu untuk langsung ke *sales*. Hal ini terjadi disebabkan karena sistem kontrol dalam organisasi yang cukup kompleks dan terstruktur dalam unit pembagian tugasnya. Contoh saja permasalahan diskon unit yang terkadang membutuhkan waktu yang lama dalam menentukan harga padahal dilapangan *sales* harus menjelaskan kepada *costumer* produk dan berapa diskon yang harus di informasikan kepada *costumer*, *supervisor* belum bisa menetapkan harga diskon saat itu juga dikarenakan harus mendapat informasi dari kepala cabang dan direktur. Komunikasi seperti ini yang terkadang membuat terhambat untuk melakukan penjualan dan pada akhirnya *costumer* tidak jadi melakukan pembelian. Hal ini menjadi permasalahan terkait

komunikasi yang dilakukan *supervisor* untuk mendapatkan informasi dari atas dan menyalurkan informasi ke bawah.

Hasil pencapaian yang baik yaitu dengan banyaknya unit yang terjual merupakan faktor penentu keberhasilan atau tidaknya suatu perusahaan. Jika suatu perusahaan melakukan penjualan di bawah target yang di rencanakan, maka perusahaan tersebut gagal dalam memasarkan produknya. Sebaliknya, jika perusahaan menjual melewati target yang di rencanakan, maka perusahaan tersebut berhasil dalam usaha memasarkan produknya dan perusahaan akan memperoleh keuntungan yang maksimal. Agar dapat memperoleh keuntungan yang maksimal maka di perlukan peran komunikasi antar pribadi pimpinan yang baik kepada karyawan yang pada akhirnya memotivasi untuk meningkatkan kinerja yang baik. Dalam kasus ini saja membuat *sales* kurang baik dalam melakukan tugasnya, karena informasi yang kurang dan lambatnya dalam memberikan informasi.

Terkait pelaksanaan komunikasi antar pribadi yang dilakukan antara pimpinan (*supervisor*) dan karyawan (*salesman*), *supervisor* dalam penelitian ini diharapkan dapat melakukan proses penyampaian pesan kepada karyawan mengenai sesuatu yang terkait dengan upaya-upaya dalam pencapaian meningkatkan kinerja dan upaya-upaya untuk meningkatkan penjualan suatu produk dengan baik. Berdasarkan paparan di atas maka peneliti tertarik meneliti dengan judul peran komunikasi antar pribadi *supervisor* dalam meningkatkan kinerja *salesman* di PT Parama Sutera Autotren.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dipaparkan di atas, penulis menemukan rumusan masalah:

1. Bagaimana peran komunikasi antar pribadi *supervisor* dapat meningkatkan kinerja *salesman*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Latar Belakang masalah di atas, maka tujuan penelitian untuk mengetahui peran komunikasi interpersonal *supervisor* dalam hubungannya dengan peningkatan kinerja *sales* di PT Parama Sutera Autotren.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian ini, penulis mengharapkan adanya manfaat yang dapat diambil baik dari sisi Teoritis dan sisi Praktis.

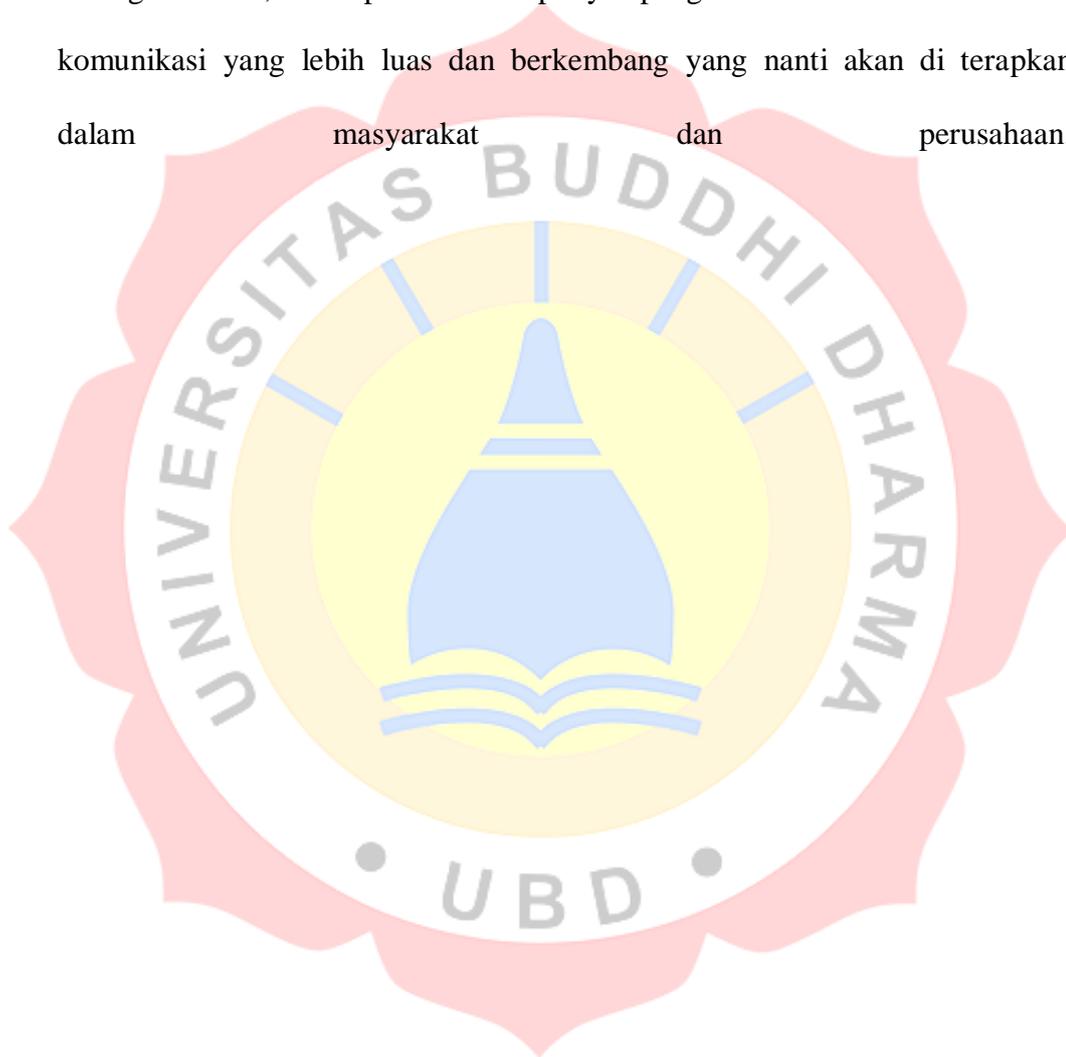
### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta dapat memberikan informasi, serta wawasan baru bagi yang mendalami ilmu komunikasi, khususnya Komunikasi antar pribadi dalam meningkatkan kinerja karyawan.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi Karyawan: penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam ilmu komunikasi khususnya komunikasi antar pribadi di dalam perusahaan.

2. Bagi perusahaan: penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dalam meningkatkan kualitas ilmu komunikasi. Serta perusahaan dapat mendukung karyawan dalam menerapkan komunikasi organisasi dalam perusahaan.
3. Bagi peneliti: peneliti mampu menerapkan komunikasi antar pribadi dalam berbagai situasi, serta peneliti mempunyai pengetahuan dan wawasan ilmu komunikasi yang lebih luas dan berkembang yang nanti akan di terapkan dalam masyarakat dan perusahaan.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu merupakan salah satu referensi dasar sebuah penelitian untuk peneliti lebih memahami dan mengembangkan penelitian yang sedang dilakukan saat ini, sehingga menjadi sumber referensi dan memberikan gambaran dalam mempelajari objek, subjek dan fenomena penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian terdahulu digunakan ketika memiliki relevansi dengan penelitian yang tengah peneliti lakukan sekarang.

Dalam penelitian terdahulu, dikemukakan beberapa penelitian sejenis berupa skripsi serta jurnal mengenai komunikasi antarpribadi/interpersonal yang dilakukan oleh pimpinan dalam meningkatkan kinerja pada *salesman* yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian dari (Sedy Pradhita, 2017), UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan judul “Komunikasi Antar Pribadi dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di Bank BRI Syariah Cabang Jamsostek Kuningan ”, penelitian ini menggunakan metode kualitatif, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses komunikasi antar pribadi pimpinan terhadap karyawan dan komunikasi antar pribadi karyawan terhadap pimpinan, untuk mengetahui hambatan-hambatan apa saja yang terjadi selama proses komunikasi antar pribadi dan untuk mengetahui kinerja karyawan akibat komunikasi antar pribadi. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa pengaruh komunikasi antar pribadi sesama karyawan terhadap kinerja karyawan

sudah cukup baik karena menggunakan komunikasi secara verbal dan non verbal berinteraksi dengan karyawan di Bank BRI Syariah Cabang Jamsostek. Sikap keterbukaan yang ada dapat mendukung komunikasi antar pribadi di Bank BRI Syariah Cabang Jamsostek khususnya karyawan sudah berjalan dengan cukup baik karena dilihat dari cara sesama karyawan menyampaikan pesannya sudah secara menyeluruh kepada karyawan yang mana tidak membeda-bedakan seorang untuk di berikan pesan atau informasinya. Kemudian dalam melakukan pendekatan karyawan sudah baik, sehingga penanggulangan kegiatan bekerjahumas berjalan dengan lancar, karyawan dapat mengkomunikasikan empati baik secara verbal maupun non verbal. Karyawan di Bang BRI Cabang Jamsostek mengkomunikasikan dukungan yang positif dalam komunikasi anrar pribadi dengan sedikitnya dengan caara menyatakan sikap positif, dengan sikap positif mampu mendorong orang untuk menjadi teman kita berinteraksi. Komunikasi antar pribadi terbina jika seseorang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri.

2. Penelitian dari (Nabila Savitri Umran, 2020), Universitas Hassanudin, dengan judul “Komunikasi Antarpribadi Pimpinan dan Karyawan dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Wilayah Jakarta 2”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui dan mendeskripsikan komunikasi antarpribadi pimpinan dan karyawan dalam meningkatkan kinerja PT Bank Rakyat. Indonesia (Persero) Tbk Wilayah Jakarta 2; (2) Untuk mendeskripsikan kendala-kendala komunikasi antarpribadi PT Bank Rakyat

Indonesia (Persero) Tbk Wilayah Jakarta 2. Temuan penelitian yang didapatkan dalam penelitian ini adalah menunjukkan bahwa strategi komunikasi antarpribadi pimpinan dan karyawan dalam meningkatkan kinerja karyawan yang ditetapkan oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Wilayah Jakarta 2 meliputi: 1) keterbukaan 2) empati 3) dukungan 4) rasa positif 5) kesetaraan. Penelitian ini menemukan bahwa dalam meningkatkan kinerja karyawan, dibutuhkan aspek komunikasi antarpribadi tersebut demi menjalin hubungan antar pimpinan dan karyawan dan mempertahankan nama sebuah perusahaan. Selain itu, peneliti menemukan bahwa hubungan yang baik antar pimpinan dan karyawan berpengaruh dengan kenyamanan karyawan dalam meningkatkan kinerja karena adanya hubungan yang harmonis antara sesama, empati-empati yang diberikan oleh pimpinan sehingga karyawan merasa nyaman. Oleh karenanya karyawan ingin memberikan kinerja yang terbaik untuk perusahaan. Peneliti menemukan bahwa adanya kendala-kendala komunikasi antarpribadi tidak terlalu berpengaruh terhadap kinerja karyawan karena dapat dengan mudah di atasi, dikarenakan hubungan yang telah terjalin baik satu sama lain antara pimpinan dan karyawan.

3. Penelitian dari (Chairunnisa Ivanka, 2021), Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dengan judul "Komunikasi Interpersonal Pimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai PT. PLN (Persero) UIP3BS UPT Medan ". Penelitian ini bertujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah komunikasi interpersonal pimpinan dalam meningkatkan kinerja kerja pegawai PT.PLN (Persero) UIP3BS UPT Medan. Teori yang digunakan dalam

penelitian ini adalah komunikasi interpersonal, karena teori ini dinilai paling ampuh dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini dan perilaku komunikasi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang mana sumber data yaitu wawancara dan observasi dengan 5 informan pegawai PT.PLN (Persero) UIP3BS UPT Medan, dan 1 informan sebagai manager bidang sumber daya manusia. Setelah melakukan penelitian adapun hasilnya adalah bahwasanya komunikasi interpersonal pimpinan sudah berjalan sangat baik dan mudah dimengerti oleh seluruh pegawai, dan menggunakan pola komunikasi dua arah, yang di mana komunikasi bisa dilakukan secara tatap muka atau menggunakan media dan menunjukkan dari pihak komunikasi dapat melakukan umpan balik kepada komunikator

Sedangkan penelitian penulis mengenai “Peran Komunikasi Interpersonal *Supervisor* dalam Meningkatkan Kinerja *Salesman* di PT Parama Sutera Autotrend” berfokus pada penggunaan teori efektivitas komunikasi interpersonal oleh *supervisor* dalam komunikasi interpersonal. Pada penelitian ini membahas tentang komunikasi antar pribadi dalam meningkatkan kinerja *salesman* yang berperan dalam mengkomunikasikan adalah *supervisor*. *Supervisor* dalam perannya memimpin diharapkan menjalani kewajiban dan tugas sebagai seorang pimpinan, salah satu tugas yang diemban seorang *supervisor* menjaga kinerja bawahan dalam jalur yang sesuai. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran komunikasi *supervisor* dalam meningkatkan kinerja *salesman* dan bagaimana peran komunikasi yang dilakukan *supervisor* dalam meningkatkan kinerja *salesman* PT Parama Sutera Autotrend. Teori yang digunakan pada

penelitian ini efektifitas komunikasi antar pribadi dengan unsur-unsur seperti keterbukaan, empati, dukungan, rasa positif, kesetaraan dengan teori kepemimpinan untuk menganalisis dengan indikator pengaruh ideal, motivasi yang memberikan inspirasi, stimulasi intelektual, dan pertimbangan individual. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan penelitian metode kualitatif. Paradigma konstruktivisme serta teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian dalam penelitian ini adalah Peran komunikasi antar pribadi *supervisor* dalam meningkatkan kinerja *sales* dapat terlihat dari suasana keterbukaan antara *supervisor* dan *sales*, adanya sikap empati antara *supervisor* dan *sales*, adanya sikap mendukung antara *supervisor* dan *sales*, adanya sikap positif antara *supervisor* dan *sales* dan adanya kesetaraan antara *supervisor* dan *sales*. Dengan diterapkannya komunikasi antar pribadi yang diterapkan *supervisor* maka, komunikasi antar pribadi berperan dalam meningkatkan kinerja *sales*.

## **2.2 Kerangka Teoritis**

### **2.2.1 Komunikasi**

#### **2.2.1.1 Pengertian Komunikasi**

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris "*communication*" yang berasal dari bahasa latin yaitu, "*communis*" yang mempunyai arti "sama" atau kesamaan makna, *communico*, *communication*,, atau *communicare*. Istilah pertama (*communis*) paling sering di sebut sebagai asal kata komunikasi yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa

suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Deddy Mulyana (2007:46)

Menurut (Suprpto, 2018), komunikasi merupakan seni penyampaian informasi (ide, sikap, atau gagasan) dari komunikator atau seorang pengirim pesan, untuk mengubah serta membentuk perilaku komunikan atau penerima pesan (pola, sikap, pandangan, dan pemahamannya), yang dikehendaki bersama. Sedangkan menurut Rogers bersama D. Lawrence Kincaid dalam (Sari et al., 2018), komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. Menurut Wilbur Shcram dalam (Sari et al., 2018), menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu perwujudan persamaan makna antara komunikator dan komunikan. Komunikasi tidak hanya tukar pendapat, tetapi mencakup lebih luas. Artinya, suatu proses penyampaian pesan di mana seseorang atau lembaga tersebut berusaha mengubah pendapat atau perilaku si penerima pesan atau penerima informasi.

Dari beberapa pengertian tentang komunikasi di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan atau informasi yang disampaikan oleh seseorang individu kepada individu lainnya untuk mewujudkan dari suatu tujuan tertentu yang dapat mempengaruhi, mengubah serta membentuk perilaku komunikasi dari penerima pesan atau informasi (pola, sikap, pandangan, dan pemahamannya), yang dikelola dan dikehendaki bersama.

### 2.2.1.2 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua pihak atau lebih dengan tujuan untuk saling berbagi informasi, ide, perasaan, atau instruksi. Komunikasi berperan penting dalam memfasilitasi interaksi sosial, pertukaran pengetahuan, dan koordinasi antara individu, kelompok, atau organisasi. Menurut (Basit, 2018), terdapat empat fungsi utama dari komunikasi :

#### 1. Menginformasikan (*To Inform*)

Komunikasi berfungsi untuk memberikan informasi kepada seseorang atau publik mengenai ide atau pikiran, peristiwa, hingga sesuatu yang disampaikan orang lain.

#### 2. Mendidik (*To Educate*)

Sebagai sarana pendidikan, komunikasi menjadi penyampaian ide dan pikiran kepada orang lain sehingga membuat orang lain mendapatkan informasi serta ilmu pengetahuan.

#### 3. Menghibur (*To Entertain*)

Komunikasi berfungsi untuk memberi hiburan atau menghibur orang lain.

#### 4. Mempengaruhi (*To Influence*)

Komunikasi membuat pihak yang terlibat berusaha untuk saling mempengaruhi jalan pikiran komunikasi atau hingga merubah tingkah laku komunikasi sesuai dengan yang diharapkan.

## **2.2.2 Komunikasi Antar pribadi**

### **2.2.2.1 Pengertian Komunikasi Antar pribadi**

Menurut Liliweri (2017:26) proses interaksi komunikasi 2 arah yang memberikan pengaruh timbal balik terhadap satu dengan yang lainnya. Karena interaksi antara pribadi tersebut mempengaruhi individu lain dalam berbagai cara tertentu. Interaksi komunikasi antar dua atau lebih orang yang saling bergantung satu sama lain, di mana komunikasi antarpribadi yang terjadi antara orang-orang yang saling terkait di antara mereka saling memberi dan menyempurnakan satu sama lain.

Menurut Miller dalam Budyatna (2014:2) komunikasi antarpribadi membedakan antara keduanya berdasarkan tingkat kajian yang dipakai dalam melakukan prediksi agar mengetahui komunikasi tersebut bersifat antara pribadi atau tidak, terdapat tiga tingkatan analisis dalam melakukan prediksi yaitu cultural, sosiologis dan psikologis.

Komunikasi interpersonal dinyatakan efektif bila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikan. Berkumpul dengan orang-orang yang anda benci akan membuat anda tegang, resah, dan tidak enak. Anda akan menutup diri dan menghindari komunikasi. (rakhmat, 2005:118)

### **2.2.2.2 Efektifitas Komunikasi Antar pribadi**

Komunikasi antarpribadi cenderung bersifat terbuka, sehingga dapat merasakan apa yang dirasakan orang lain dalam memberikan dukungan positif juga

adanya rasa saling menghargai antara sesama. Menurut James (2008: 121 -122) keefektifan komunikasi antarpribadi dapat dilihat dari berbagai aspek yang menunjang antara lain:

1. Keterbukaan (*openness*). Kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antarpribadi, sifat terbuka berpengaruh dalam menumbuhkan komunikasi antarpribadi yang efektif.
2. Empati (*empathy*), dapat merasakan apa yang dirasakan orang lain, sehingga sikap menghargai pekerjaan orang lain jauh lebih tinggi, atau tidak menganggap enteng orang lain karena mampu menempatkan diri untuk merasakan apa yang orang lain rasakan.
3. Dukungan (*supportiveness*), sebuah situasi saling mendukung terhadap sesama ketika komunikasi berlangsung efektif. Dapat memberikan dukungan atas pesan yang disampaikan.
4. Rasa positif (*positiveness*), sikap yang ada pada diri seseorang yang dapat mendorong orang lain untuk lebih banyak melakukan hal positif seperti lebih aktif berpartisipasi dan menciptakan komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.
5. Kesamaan (*equality*), penghargaan antara kedua belah pihak bahwa kedua pihak mempunyai sesuatu penting untuk disumbangkan sehingga tidak terlalu

memikirkan jabatan dan membuat semua orang merasakan perlakuan yang sama tidak memilih-milih dalam memperlakukan seseorang.

### **2.2.2.3 Tujuan Komunikasi Antar pribadi**

Tentu saja ada tujuan khusus yang diharapkan dapat tercapai melalui proses komunikasi. Tujuan tersebut akan berbeda-beda berdasarkan kepentingan masing-masing individu. Mulai dari tujuan yang terencana seperti berbagi informasi dan melakukan edukasi, menjalin kerja sama, maupun hanya sekadar bergurau.

Terkait hal tersebut, ada enam jenis tujuan komunikasi interpersonal yang disebutkan oleh Muhammad dalam buku Komunikasi Organisasi (2011:165-168), yaitu:

#### **1. Mengenal Diri Sendiri Lebih Dalam**

Melakukan proses komunikasi interpersonal artinya ada hal-hal atau informasi yang dapat dipelajari terkait pengendalian diri maupun orang lain. Terdapat peluang bagi kita untuk menunjukkan jati diri yang sebenarnya, misalnya terkait hal-hal yang kita sukai maupun tidak. Berdiskusi dengan perasaan, isi hati dan pikiran, serta tingkah laku diri sendiri merupakan proses yang menyenangkan karena dampaknya kita dapat lebih mengenal dan memahami diri sendiri.

#### **2. Menemukan Dunia Luar**

Selain lebih mengenal dan memahami diri sendiri, proses komunikasi interpersonal juga memungkinkan kita untuk lebih mengenal kepribadian orang lain yang berinteraksi dengan kita. Melalui komunikasi interpersonal, banyak informasi dan wawasan dari dunia luar yang dapat kita ketahui. Meskipun banyak juga media massa yang menyampaikan informasi serupa, ketika kembali mendiskusikannya dengan orang lain tentunya akan menambah persepsi baru bagi diri kita.

3. Membangun dan Menjaga Relasi yang Penuh Makna

Dalam menjalani hubungan sosial, tidak ada pihak-pihak yang ingin berselisih satu sama lain. Hal ini mendorong adanya keinginan kuat dalam diri seseorang untuk menjalin dan menjaga keharmonisan hubungan dengan pihak lain melalui proses komunikasi interpersonal.

4. Perubahan Kepribadian dan Tindakan

Ketika terlibat dalam komunikasi interpersonal, sangat banyak kesempatan yang kita berikan untuk menghasilkan perubahan perilaku dan kepribadian seseorang. Melalui pesan yang disampaikan, kita bisa berharap agar seseorang memiliki banyak pilihan terkait aktivitasnya. Misalnya, memilih jenis barang atau masakan kesukaan, membeli barang, metode olahraga atau diet yang baru, dan lainnya dengan meyakini bahwa hal itu yang terbaik.

5. Untuk Bermain dan Kesenangan

Tujuan utama seseorang dalam melakukan aktivitas bermain adalah memperoleh kesenangan. Bermain tidak hanya mencakup aktivitas fisik, tetapi juga berbagi cerita atau informasi terkait hal-hal yang menyenangkan seperti

aktivitas di akhir pekan atau cerita-cerita yang lucu. Komunikasi interpersonal yang ditujukan untuk memperoleh kesenangan dapat menghasilkan pikiran yang rileks dan keseimbangan antara informasi yang serius dan informasi yang lebih santai bagi diri kita.

## 6. Memberikan Bantuan

Para ahli di bidang kejiwaan seperti dokter jiwa atau psikolog klinis seringkali menerapkan komunikasi interpersonal dalam menjalankan tugasnya. Begitu juga dengan kita, dengan saling berbagi cerita maupun keluh kesah kepada orang lain agar beban yang sedang kita rasakan lebih ringan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, setiap individu dapat menyesuaikan tujuan mereka melakukan komunikasi interpersonal sesuai dengan kepentingannya masing-masing. Tentu saja, tujuan satu individu dan yang lainnya akan berbeda-beda.

### 2.2.3 Kinerja

#### 2.2.3.1 Pengertian Kinerja

Kinerja karyawan memiliki pengertian yang beragam dari berbagai pakar, akan tetapi memiliki kesamaan secara umum. Kinerja adalah tingkat pencapaian hasil atas pelaksanaan tugas tertentu. Kinerja perusahaan adalah tingkat pencapaian hasil dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan (Simajuntak, P. 2005;98). Informasi tentang kinerja organisasi merupakan suatu hal yang sangat penting digunakan untuk mengevaluasi apakah proses kinerja yang dilakukan organisasi selama ini sejalan dengan tujuan yang diharapkan atau belum. akan

tetapi dalam kenyataannya banyak organisasi yang justru kurang atau bahkan tidak jarang ada yang mempunyai informasi tentang kinerja dalam organisasi.

Menurut Mangkunegara (2005:215) bahwa “Kinerja Karyawan (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya”. Hasibuan (2003:80) mendefinisikan bahwa kinerja atau prestasi kerja adalah “Suatu hasil kerja yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan”.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan sebuah kemampuan yang dilakukan guna mencapai hasil kerja yang maksimal dan diharapkan secara bersama demi tercapainya tujuan bersama lembaga maupun perusahaan.

#### **2.2.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja**

Menurut Scermerhorn, Hunt dan Osborn (2000:256) dalam Jurnal Pengaruh Budaya Perusahaan, Kepemimpinan dan Pengambilan Keputusan terhadap Kinerja Pimpinan dalam Mengelola Lingkungan karya Diana (2013) terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi kinerja, yaitu:

##### **a) Atribut Individu**

Dengan adanya berbagai atribut individu yang melekat pada individu akan dapat membedakan individu yang satu dengan yang lainnya. Faktor ini merupakan kecakapan seseorang untuk menyelesaikan tugas-tugas yang telah ditentukan, terdiri dari karakteristik demografi seperti misalnya: umur, jenis kelamin dan lain lain. Serta terdapat karakteristik kompetensi seperti

misalnya: bakat, kecerdasan, kemampuan dan keterampilan serta karakteristik psikologi, yaitu nilai-nilai yang dianut, sikap dan kepribadian.

b) Kemauan untuk Bekerja

Dengan berbagai atribut yang melekat pada seorang individu untuk menunjukkan adanya kesempatan yang sama dalam mencapai suatu perestasi, untuk mencapai kinerja yang baik diperlukan usaha maupun kemauan bekerja keras karena kemauan merupakan suatu kekuatan pada individu yang dapat memacu usaha kerja serta dapat memberikan suatu arah dan ketekunan.

c) Dukungan Operasional

Dalam mencapai kinerja karyawan yang tinggi diperlukan adanya dukungan atau kesempatan dari organisasi atau perusahaan. Hal tersebut untuk mengantisipasi keterbatasan, baik dari karyawan ataupun perusahaan. Misal, kelengkapan peralatan dan perlengkapan kejelasan dalam memberikan informasi.

Jadi kesimpulannya adalah tinggi rendahnya kinerja yang dicapai oleh pegawai dipengaruhi oleh tiga hal yaitu dukungan serta kesempatan yang diberikan pimpinan instansi adalah hal yang mutlak, selain itu kemampuan ialah sesuatu yang ada di dalam karyawan itu sendiri.

### **2.2.3.3 Indikator Kinerja**

Menurut Robbins dalam Tjiong Fei Lie (2006), indikator untuk mengukur kinerja karyawan secara individu terdapat lima indikator yaitu:

1. Kualitas.

Pengukuran kualitas kinerja dilihat dari persepsi karyawan terhadap kualitas pekerjaan yang dihasilkan serta kesempurnaan tugas pada keterampilan dan kemampuan karyawan.

2. Kuantitas,

Sebuah jumlah yang dinyatakan dalam istilah seperti jumlah unit, jumlah siklus aktivitas yang diselesaikan.

3. Ketepatan waktu,

Merupakan tingkat aktivitas yang diselesaikan pada awal waktu yang dinyatakan, dilihat dari sudut koordinasi dengan hasil *output* serta memaksimalkan waktu yang tersedia untuk aktivitas lain.

4. Efektivitas,

Merupakan tingkat penggunaan sumber daya organisasi (tenaga, uang teknologi dan bahan baku) yang dimaksimalkan dengan maksud menaikkan hasil dari setiap unit dalam penggunaan sumber daya.

5. Kemandirian,

Merupakan tingkat seorang karyawan yang nantinya akan dapat menjalankan fungsi kerjanya sesuai komitmen kerja. Kemandirian juga merupakan suatu tingkat di mana karyawan mempunyai komitmen kerja dengan instansi dan tanggung jawab karyawan terhadap kantor.

## 2.2.4 *Supervisor*

### 2.2.4.1 Pengertian *Supervisor*

Secara etimologi supervisi berasal dari bahasa Inggris *supervision*. *Super* berarti di atas, sedangkan *vision* berarti penglihatan atau melihat. *Supervision* dapat pula dimaknai melihat dari atas jika diartikan secara bebas. Arti kata supervisi ini tidak bisa dimaknai secara harafiah sebagai kegiatan melihat orang lain dari atas, namun lebih kepada makna mengawasi yang dilakukan oleh orang yang memiliki jabatan tinggi ke orang yang memiliki jabatan lebih rendah.

Soeharto (dalam Yuliati, 2006) berpendapat bahwa yang dimaksud *supervisor* adalah seseorang yang bertugas dan berhubungan langsung dengan pengelolaan tenaga kerja, memimpin para karyawan dalam pelaksanaan tugas, termasuk menjabarkan, serta mengkoordinasikan dengan rekan atau penyelia lain yang terkait.

Menurut Sarwoto (dalam Anggraeni, 2001) *Supervisor* merupakan seseorang yang tugasnya mengawasi secara langsung kepada sekelompok karyawan dalam pelaksanaan kegiatan rutin dan konkret pencapaian tujuan organisasi.

Menurut Moekijat (1990), *Supervisor* merupakan anggota perusahaan yang mempertanggungjawabkan pekerjaan kelompoknya kepada tingkatan manajemen yang lebih tinggi.

Pendapat para ahli di atas dapat digaris bawahi bahwa seorang *supervisor* dalam perusahaan adalah pemimpin yang menduduki posisi manajemen terdepan

dalam level organisasi. Perannya dalam sebuah perusahaan sangat strategis dan menentukan bagi kelancaran pelaksanaan perencanaan perusahaan itu sendiri, terutama dalam mengadakan hubungan langsung dengan karyawan.

#### **2.2.4.2 Tugas dan Tanggung Jawab Supervisor**

Menurut Firazanti (dalam Anggraeni, 2001) ada 4 tugas dan tanggung jawab dari *supervisor*, yaitu :

- a. Merencanakan pelaksanaan tugas sehari-hari pada kelompok pekerja yang dibawahinya, meliputi; penyediaan alat-alat dan perlengkapan yang diperlukan, pembagian beban kerja yang merata, perincian penggunaan waktu, dan penggunaan proses metode dan tehnik yang efisien.
- b. Menggunakan wewenang secara tepat, dalam arti mengetahui batasbatasnya sebagai seorang *supervisor*.
- c. Terbuka dan transparan dalam informasi kepada bawahan dan sebaliknya.
- d. Mengusahakan hasil kerja yang maksimal dari kelompok pekerja untuk kepentingan organisasi.

#### **2.2.5 Salesman**

Menurut Rahardjo (2011), *salesman* merupakan kepribadian yang pandai mempengaruhi orang lain dengan kata lain *salesman* harus mampu menggerakkan pelanggan untuk setuju membeli produk/jasa yang ditwarkannya. Seorang *salesman* juga memiliki tugas dan kewajiban dalam menawarkan barang kepada pelanggan, melakukan proses penagihan hutang dan melakukan *sales order* (pemesanan) kepada perusahaan yang berarti *salesman* sebagai perantara pemesanan barang. Sedangkan menurut Kartajaya (2006) , *salesman* memiliki

tiga aktivitas yaitu *Spreading*, *Coverage*, dan *Penetration*. Berikut adalah penjelasan dari tiga aktivitas *salesman*:

1. *Spreading*

Aktivitas *spreading* adalah kegiatan suatu *salesman* untuk memperluas wilayah penjualan dengan mendirikan kantor cabang baru.

2. *Coverage*

Setelah aktivitas *spreading* dilakukan maka seorang *salesman* harus memaksimalkan jangkauan kantor cabang dalam menggarap pasar di wilayahnya dengan cara menemui satu per satu calon pelanggannya.

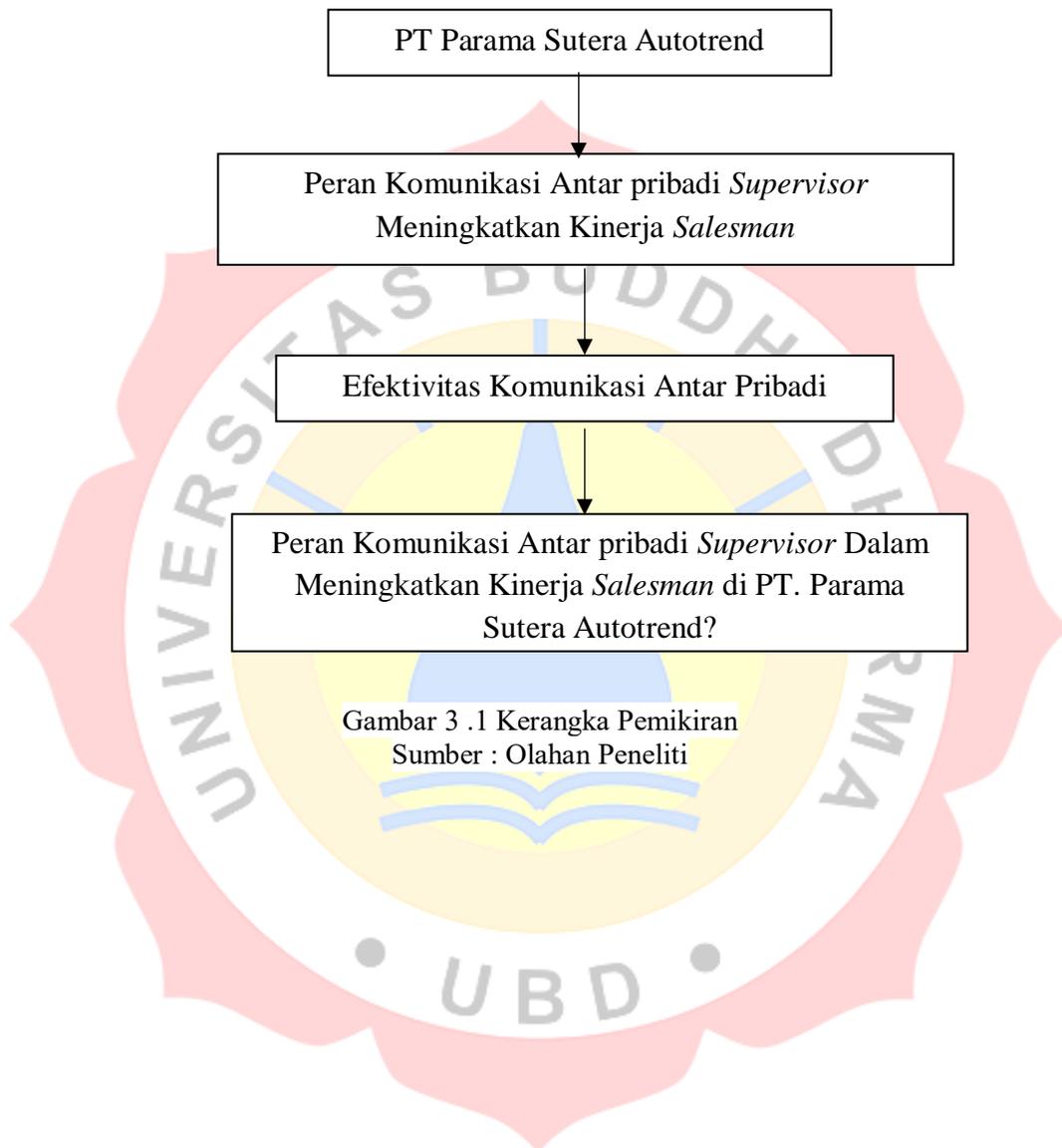
3. *Penetration*

Aktivitas *penetration* merupakan aktivitas terakhir yang harus dilakukan seorang *salesman*. Aktivitas *penetration* adalah kegiatan untuk mendorong pelanggan yang telah ada untuk membeli produk lebih banyak atau melakukan pendekatan kembali dengan prospek yang tidak jadi melakukan aktualisasi pembelian

### **2.3 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan bagian rancangan penelitian yang dibuat dengan membaca jurnal atau buku dari hasil penelitian dan menggambarkan alur pikiran peneliti dalam menetapkan aspek yang diteliti dengan mengaitkan beberapa teori yang ada dengan berbagai permasalahan dalam penelitian ini dan menjelaskan urutan penyelesaian masalah atau hal yang dapat menemukan jawaban dari penelitian. Kerangka pemikiran ini juga yang nantinya dapat dipakai untuk memahami alur berpikir peneliti sehingga dapat mencapai tujuan penelitian yang

disusun berdasarkan studi pustaka atau garis besar alur pemikiran peneliti. Setelah menguraikan latar belakang penelitian, kajian teori dan fokus penelitian, maka kerangka pemikiran tertuang dalam bagan sebagai berikut ini :



Gambar 3 .1 Kerangka Pemikiran  
Sumber : Olahan Peneliti

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma adalah bentuk suatu cara pandang dalam memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma bersifat normatif yang menunjukkan kepada praktisinya apa yang harus dilakukan tanpa perlu melakukan pertimbangan. Menurut Moleong dalam (Prihantoro et al., 2020), menyatakan bahwa paradigma adalah sebuah kumpulan peraturan yang tidak terlalu mengikat dari sejumlah asumsi yang dipegang bersama, konsep, atau proposisi yang mengarahkan cara berpikir atas penelitian atau sebagai cara mendasar untuk mempresepsi, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang visi realitas. Paradigma juga dapat disebut sebagai sebuah pola atau acuan dalam usaha untuk mengejar kebenaran yang digunakan peneliti.

Paradigma penelitian mengacu pada kerangka pemikiran, perspektif, dan pendekatan metodologis yang digunakan dalam suatu bidang penelitian. Paradigma penelitian membentuk cara peneliti memandang dunia, merumuskan pertanyaan penelitian, merancang studi, mengumpulkan dan menganalisis data, serta menginterpretasikan hasil penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme yang merupakan penjelasan jika realitas itu ada dalam beragam bentuk konstruksi yang telah didasarkan pada pengalaman sosial, baik bersifat lokal maupun spesifik, dengan kata lain paradigma ini menekan bahwa pengetahuan dan pemahaman tentang dunia dibangun oleh

individu melalui proses konstruksi sosial dan interpretasi. Penelitian dalam paradigma konstruktivisme lebih



menekankan pada pemahaman konteks sosial dan pengalaman individu. Menurut (Bramantyo & Ismail, 2021), menyatakan bahwa penelitian yang memakai paradigma konstruktivisme memiliki tujuan untuk memahami kejadian maupun peristiwa sosial yang terjadi. Sedangkan menurut Eriyanto dalam (Verasatiwi & Wulan, 2018), mengungkapkan bahwa paradigma konstruktivisme adalah paradigma yang di mana kebenaran merupakan suatu realitas sosial yang dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif. Lalu menurut Neuman dalam (Bramantyo & Ismail, 2021), ikut menyatakan bahwa paradigma konstruktivisme merupakan suatu upaya untuk memahami serta menjelaskan tindakan sosial yang dilakukan oleh seorang individu maupun kelompok sosial secara bermakna. Menurut Strauss dan Corbin dalam (Riama, 2021), mengatakan bahwa dalam paradigma konstruktivisme, teori tidak mendahului penelitian tetapi mengikutinya sehingga berpijak pada data yang dihasilkan ketika penelitian berlangsung.

Paradigma konstruktivisme dipilih oleh penulis dikarenakan atas dasar tujuan dari penelitian yaitu peneliti ingin mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana komunikasi antar pribadi yang dilakukan oleh *supervisor* dapat meningkatkan *salesman* dalam bekerja dan dalam penelitian ini peneliti ingin mendapatkan wawasan mendalam tentang pengalaman dan pemahaman individu terkait komunikasi antarpribadi pimpinan dalam hal ini seorang *supervisor*, paradigma konstruktivisme dapat memberikan keleluasaan untuk eksplorasi kualitatif

### 3.2 Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut (Dr. H. Zuchri Abdussamad, S.I.K., 2021) Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan dalam melakukan penelitian yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alami atau yang bersifat mendasar dan naturalistik, serta pendekatan penelitian ini tidak bisa dilakukan di laboratorium, melainkan di lapangan dan penelitian kualitatif ini lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan menggunakan logika. Sedangkan menurut Menurut (Sugiyono, 2018:1), penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Lalu menurut Moleong dalam (Adhimah, 2020), menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah “penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah”. Berdasarkan beberapa pengertian terkait penelitian kualitatif di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif merupakan sebuah penelitian yang lebih menonjolkan sebuah proses, nilai dan juga makna. Menurut (Noor,

2017:34), penelitian kualitatif bertolak ukur dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjalas dan berakhir dengan suatu teori.

Pada penelitian ini, penulis memilih pendekatan kualitatif dikarenakan penelitian ini mengacu pada kegiatan dari *supervisor* yang menggunakan komunikasi secara personil kepada bawahan (*salesman*) dan bertujuan meningkatkan kinerjanya. Sehingga diperlukan pengamatan langsung yang peneliti lakukan pada para pelakunya, yang merupakan bentuk bagian dari pengimplementasian pendekatan penelitian kualitatif. Selain itu pendekatan penelitian kualitatif memberikan kelulasaan bagi peneliti untuk dapat menyajikan gambaran yang lebih utuh dalam memahami kegiatan komunikasi antar pribadi yang dilakukan *supervisor* kepada *salesman* dalam meningkatkan kinerja..

Peneliti dapat memahami konteks spesifik dan dinamika interaksi yang tidak selalu dapat diukur secara kuantitatif, memberikan kontribusi yang berharga pada pemahaman tentang peran komunikasi antarpribadi dalam meningkatkan kinerja karyawan.

### **3.3 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus. Metode studi kasus merupakan metode yang digunakan dalam menyelidiki dan memahami sebuah masalah atau kejadian yang telah terjadi dengan mengumpulkan berbagai macam informasi yang kemudian di kelolah untuk mendapatkan sebuah solusi agar masalah yang diungkap dapat terselesaikan. Menurut Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si dalam (Hidayat, 2019), menyimpulkan bahwa studi kasus ialah suatu serangkaian kegiatan ilmiah yang

dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam tentang suatu program, peristiwa dan aktivitas, baik pada tingkat perorangan, sekelompok orang, lembaga, atau organisasi untuk memperoleh pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut. Menurut (Noor, 2017:35), studi kasus pada dasarnya mempelajari secara intensif seorang individu atau kelompok yang dipandang mengalami kasus tertentu.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mempelajari bagaimana komunikasi antar pribadi yang dilakukan *supervisor* sebagai salah satu pimpinan dalam suatu organisasi melakukan kegiatannya untuk dapat meningkatkan kinerja *salesmannya*. Menurut (Noor, 2017:36), mengungkapkan bahwa penelitian studi kasus ini dapat dilakukan melalui observasi terhadap perilaku, wawancara, analisis dokumenter dan tes bergantung kepada kasus yang dipelajari. Setiap data dapat dicatat secara cermat, kemudian dikaji, dihubungkan satu sama lain, kalau perlu dibahas dengan peneliti lain sebelum menarik kesimpulan penyebab terjadinya kasus atau persoalan yang ditunjukkan oleh individu tersebut.

### **3.4 Subjek dan Objek Penelitian**

#### **3.4.1 Subjek Penelitian**

Subjek penelitian merupakan sumber data yang informasinya sesuai dengan masalah penelitian. Subjek penelitian dalam penelitian kualitatif dapat disebut sebagai informan. Informan merupakan seseorang yang memberikan informasi pada penelitian yang tengah dilakukan. Pada penelitian ini, peneliti memilih informan melalui teknik *purposive sampling* yaitu teknik pemilihan informan berdasarkan pertimbangan dan penilaian peneliti bahwa informan yang akan dipilih merupakan pihak yang paling dianggap tahu tentang apa yang peneliti

harapkan dan sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian serta memiliki hubungan sangkut paut pada tujuan penelitian (Fauzi, 2018).

Dalam Penelitian ini kriteria dari subjek atau informan merupakan *supervisor* dan *salesman* di PT Parama Sutera Autotrend, yaitu informan kunci yang merupakan *Supervisor* (Bapak Hans Sanjaya), dalam hal ini akan beliau adalah pimpinan dari beberapa *salesman* yang bertanggung jawab memberikan intruk dalam melakukan pekerjaan kepada *salesman* . Informan pendukung merupakan *Salesman*, dalam hal ini akan memberikan informasi terkait peran komunikasi antarpribadi yang dilakukan *supervisor* kepada mereka terkait meningkatkan kinerjanya. Peneliti beralasan memilih informan tersebut dikarenakan informan tersebut memiliki hubungan sangkut paut dengan tujuan penelitian dan oleh sebab itu informan dirasa mampu oleh peneliti untuk memberikan informasi terkait bagaimana peran komunikasi antar pribadi *Supervisor* kepada *salesman* yang berujung kepada peningkatan kinerja.

#### **3.4.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah segala sesuatu permasalahan yang dianggap penting dan menarik menjadi suatu yang akan diteliti berdasarkan penelitian atau kriteria tertentu dan memiliki informasi yang dibutuhkan dalam penelitian (Alwasilah, 2002:115) dalam (Fauzi, 2018). Objek dalam penelitian ini adalah peran komunikasi antar pribadi *Supervisor* kepada *salesman* yang berujung kepada peningkatan kinerja.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan seorang peneliti dalam mengumpulkan data yang diperlukan. Sumber data penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu :

#### **3.5.1 Jenis Data Primer**

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber atau informan utama, teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data primer, yaitu :

##### **1. Observasi**

Observasi didefinisikan sebagai metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mengamati atau mencatat suatu peristiwa dengan penyaksian langsung, dan biasanya peneliti dapat sebagai partisipan atau observer dalam menyaksikan atau mengamati suatu objek peristiwa yang sedang ditelitinya (Ruslan, 2006:221) dalam (Fauzi, 2018). Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan teknik observasi dengan mengamati berbagai kegiatan komunikasi antarpribadi diantara *supervisor* dan *salesman*.

##### **2. Wawancara**

Wawancara merupakan sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil tatap muka ataupun tidak langsung, antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai (Bungin, 2007:127) dalam (Fauzi, 2018). Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan teknik wawancara kepada *Supervisor* yang merupakan pimpinan

dan saleman untuk mencari informasi yang berkaitan dalam mewujudkan dari tujuan penelitian yaitu mengenai bagaimana peran komunikasi antar pribadi *Supervisor* kepada *salesman* yang berujung kepada peningkatan kinerja.

### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah sumber pengumpulan data kualitatif dalam sejumlah besar data dan fakta yang tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokuemntasi. Biasanya dapat berbentuk surat, catatan harian, arsip foto dan sebagainya (Wiratna, 2018:33). Pada penelitian ini data dan fakta teknik dokumentasi yang diambil berupa bukti hasil wawancara dan hasil observasi yang diamati pada keseharian komunikasi antarpribadi *supervisor* dan *salesman*.

#### **3.5.2 Jenis Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang tidak diperoleh secara langsung dilapangan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode studi kepustakaan. Menurut (Nazir, 2018:93), teknik pengumpulan data dengan menggunakan studi kepustakaan dapat didefinisikan sebagai suatu metode penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan, mengkaji dan menganalisis bahan-bahan pustaka yang terkait dengan topik penelitian yang sedang diteliti. Studi kepustakaan dalam penelitian ini dilakukan dengan memanfaatkan dari dukungan berbagai macam sumber seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, akun resmi, maupun sumber data *online* terkait peran pimpinan dan bawahan dalam penelitian ini *supervisor* dan *salesman* untuk peningkatan kinerja, sehingga dapat memberikan keragaman

pengetahuan dan menambah besarnya pemahaman peneliti khususnya tentang komunikasi antarpribadi.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Noeng Muhadjir dalam (Rijali, 2018), mengemukakan pengertian analisis data sebagai “upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna”.

Pada penelitian ini, peneliti memilih model analisis data oleh Miles and Huberman. Miles and Huberman dalam (Sugiyono, 2018:438), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Menurut (Gunawan, 2013), juga memaparkan aktivitas dalam analisis data pada model Miles and Huberman yang di mana saat melakukan penganalisisan data penelitian kualitatif, terdapat tiga tahap yang harus dilakukan, yaitu :

#### **a. Reduksi Data (*Data Reduction*)**

Reduksi data merupakan kegiatan meringkas, memilih pokok-pokok, memfokuskan pada hal yang penting dan mencari tema serta polanya. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan dalam melakukan pengumpulan data.

#### **b. Paparan Data (*Data Display*)**

Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan juga sebagai acuan dalam pengambilan tindakan berdasarkan hasil pemahaman dan analisis data.

### **c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion drawing/verifying*)**

Penarikan kesimpulan merupakan hasil penelitian yang menjawab rumusan masalah berdasarkan analisis data. Penarikan kesimpulan berasal dari data informasi yang telah dikumpulkan lalu menghasilkan sebuah kesimpulan.

## **3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **3.7.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi tempat penelitian dilakukan di PT PARAMA SUTERA AUTOTREND yang beralamat Jalan Jalur Sutera Barat No. 38K Alam Sutera, Tangerang, Banten

### **3.7.2 Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan mulai dari September 2023 sampai dengan Januari 2024 yang dilakukan secara bertahap mulai dari pengajuan judul, pengamatan lapangan sampai penyajian hasil akhir laporan.

## **3.8 Validitas Data**

Validitas adalah alat untuk mengukur kebenaran data dalam proses penelitian yang dibahas. Alat ukur yang dipergunakan untuk melakukan penelitian harus sesuai standar dan dapat dipakai sebagai panduan dalam pengukuran data yang akan diteliti oleh peneliti. Menurut (Sugiyono, 2018:125), validitas dalam penelitian kualitatif menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, uji validitas yang digunakan yaitu teknik triangulasi yang merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik yang ada serta sumber data yang ada. Menurut (Sugiyono, 2018:494), menyatakan bahwa triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dalam penelitian ini juga, peneliti akan menggunakan teknik triangulasi sumber. Menurut (Sugiyono, 2018:495), triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Menurut (Gunawan, 2013), terkait data triangulasi sumber yang telah diperoleh dari satu pihak harus dicek kebenarannya dengan cara memperoleh data dari sumber lain seperti pihak kedua, ketiga dan selanjutnya. Tujuannya adalah membandingkan informasi mengenai hal yang sama namun diperoleh dari berbagai pihak, agar adanya kepercayaan data.