

Strategi Manajemen Komunikasi Pimpinan dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Karyawan di Brastagi Supermarket Medan

Leadership Communication Management Strategy in Improving Employee Service Quality at Brastagi Supermarket Medan

Astri Damayanti, Sigit Hardiyanto

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan,
Indonesia

Email: *sigithardianto@umsu.ac.id*

ABSTRACT

The communication management strategy of a company's leadership is the key to a company's managerial system in improving service quality. Brastagi Supermarket is one of the companies that is considered to have quite good service, this is proven by the number of consumers who shop at Brastagi supermarket from year to year increasing or being able to maintain the number of consumers every month at 140 thousand consumers. If you don't have good service quality, consumers will move and shop at other supermarkets. Therefore, the aim of the research is to find out about leadership communication management strategies in improving the quality of employee service at Brastagi Supermarket Medan. The type of research used is qualitative, using interview data collection methods, and using data analysis techniques, namely data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of the research show that the leadership communication management strategy in improving the quality of employee service at the Brastagi Supermarket in Medan has been carried out well by compiling and designing job descriptions for employees, providing guidance to have a friendly attitude, be polite, smile and be honest.

Keywords: Communication Management, Service Quality, Brastagi Supermarket

ABSTRAK

Strategi manajemen komunikasi pimpinan sebuah perusahaan adalah kunci dari sistem manajerial dari sebuah perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Brastagi supermarket menjadi salah satu perusahaan yang dianggap memiliki pelayanan sudah cukup baik, hal ini dibuktikan dengan jumlah konsumen yang belanja di brastagi supermarket dari tahun ke tahun semakin meningkat atau mampu mempertahankan jumlah konsumen setiap bulannya di angka 140-an ribu konsumen. Jika tidak memiliki kualitas pelayanan yang baik, maka konsumen akan berpindah dan berbelanja ke supermarket-supermarket lainnya. Maka dari itu, tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui tentang strategi manajemen komunikasi pimpinan dalam meningkatkan kualitas pelayanan karyawan di Brastagi Supermarket Medan. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan menggunakan metode pengumpulan

data wawancara, serta menggunakan teknik analisis data, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi manajemen komunikasi pimpinan dalam meningkatkan kualitas pelayanan karyawan di Brastagi Supermarket Medan sudah dilakukan dengan baik dengan menyusun dan merancang *job description* kepada karyawan, memberikan pengarahan untuk memiliki sikap ramah, sopan santu, murah senyum, dan memiliki kejujuran.

Kata Kunci: Manajemen Komunikasi, Kualitas Pelayanan, Brastagi Supermarket

Pendahuluan

Suatu perusahaan khususnya supermarket akan berjalan dengan lancar jika mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Tanpa adanya kepercayaan dari masyarakat, maka sebuah perusahaan atau supermarket tidak akan memiliki pelanggan bahkan cenderung tidak beroperasi lagi alias bangkrut atau tutup. Hal ini disebutkan oleh (Ricky & Rahimallah, 2023) bahwa kepercayaan publik sangat penting bagi berbagai lembaga pemerintahan, perusahaan, dan lain sebagainya. Bagi sebuah perusahaan atau supermarket, mempertahankan kepercayaan masyarakat merupakan hal yang sangat penting dilakukan untuk menjaga stabilitas keberlangsungan perusahaan atau supermarket tersebut. Oleh karena itu, perlunya sebuah perusahaan memprioritaskan cara atau upaya agar dapat mempertahankan dan menjaga kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan mereka.

Brastagi supermarket menjadi salah satu perusahaan yang cukup baik dalam menerapkan manajemen komunikasi khususnya pada meningkatkan kualitas karyawannya. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan brastagi supermarket itu sendiri dari tahun ke tahun. Awal mula didirikannya brastagi supermarket pada tahun 1992 yang dimulai dari sebuah toko buah sederhana yang menjual buah-buahan lokal, sayuran, dan makanan laut dari Indonesia, dan beberapa makanan dari negara-negara lain.

Brastagi supermarket dapat berkembang salah satunya karena adanya dukungan dan dorongan dari sumber daya manusia yang bekerja pada perusahaan tersebut. Dengan sumber daya manusia yang handal atau berkualitas, maka suatu perusahaan akan dengan mudah mencapai sebuah tujuannya. Seperti yang disebutkan oleh (Siregar et al., 2019) bahwa karyawan yang berkualitas adalah aset sebuah perusahaan karena dapat menggapai tujuan-tujuan perusahaan yang diinginkan oleh perusahaan. Selain dengan karyawan yang berkualitas,

perencanaan dan strategi manajemen komunikasi menjadi salah satu kunci kesuksesan dalam menggapai tujuan perusahaan (Bucăța & Rizescu, 2017; Hajar et al., 2022).

Fenomena yang terjadi pada kualitas pelayanan oleh Brastagi Supermarket dianggap sudah cukup baik, hal ini dibuktikan dengan jumlah konsumen yang belanja di Brastagi Supermarket.

Berikut adalah data jumlah pengunjung brastagi supermarket beberapa bulan terakhir :

Tabel 1

Jumlah Pengunjung Brastagi Supermarket 2024

Bulan	Januari	Februari	Maret	April	Mei
Jumlah Pengunjung	148,305	146,255	156,455	149,304	146,391

Sumber: Data Brastagi Supermarket (2024)

Berdasarkan jumlah pengunjung tersebut, maka peneliti beranggapan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu hal yang baik dimiliki oleh brastagi supermarket, sebab mampu mempertahankan jumlah konsumen setiap bulannya di angka 140-an ribu konsumen. Jika tidak memiliki kualitas pelayanan yang baik, maka konsumen akan berpindah dan berbelanja ke supermarket-supermarket lainnya. Namun, permasalahan kualitas pelayanan juga pernah terjadi di brastagi supermarket pada beberapa hal, seperti petugas parkir yang tidak ramah saat mengatur kendaraan, atau petugas security yang tidak pandai dalam mengatur parkir, hingga penjaga karcis yang tidak memberikan ekspresi wajah yang baik kepada konsumen ketika hendak keluar. Padahal peningkatan kualitas pelayanan karyawan oleh brastagi supermarket dilakukan oleh pimpinan-pimpinan perusahaan dengan berbagai strategi manajemen komunikasi. Strategi manajemen komunikasi pimpinan sebuah perusahaan adalah kunci dari sistem manajerial dari sebuah perusahaan. Seperti yang disebutkan oleh (Sahputra, 2020) bahwa sistem manajemen komunikasi merupakan kunci dari sebuah perusahaan. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas peneliti tertarik ingin meneliti dengan judul penelitian strategi manajemen komunikasi pimpinan dalam meningkatkan kualitas pelayanan karyawan di Brastagi Supermarket Medan.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang mengeksplorasi tentang suatu fenomena

sosial yang kemudian dideskripsikan sesuai dengan masalah atau unit yang diteliti. Pendeskripsian dilakukan untuk mengemukakan gejala-gejala secara lengkap dalam aspek yang diselidiki sehingga jelas keadaan ataupun sesuai kondisinya (Ardial, 2014). Informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yakni teknik untuk menentukan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu (Sugiyono, 2015). Narasumber dalam penelitian ini pimpinan divisi yang berkaitan dengan kualitas pelayanan karyawan, human relation development, marketing, dan head security. Teknik pengumpulan data merupakan tahapan yang sangat penting dalam penelitian, sebab dengan menggunakan teknik pengumpulan data, seorang peneliti akan mendapatkan data penelitian yang dibutuhkannya. Maka dari itu, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara. Menurut (Bungin, 2013) wawancara adalah proses berkomunikasi atau berinteraksi dengan melakukan tanya jawab guna mengumpulkan informasi antara peneliti dengan narasumber penelitian dimana, proses tersebut dilakukan secara langsung atau tatap muka. Sedangkan Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan konsep Milles dan Haberman dalam (Sujarweni, 2014) yang menyebutkan teknik analisis data dalam penelitian, yaitu, pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara penelitian yang telah dilakukan, strategi manajemen komunikasi pimpinan yang telah diterapkan oleh Brastagi Supermarket dalam meningkatkan kualitas pelayanan adalah dengan mempersiapkan *job description* karyawan yang akan membuat karyawan mengetahui bagaimana melakukan pekerjaan mereka masing-masing. Hal ini juga dapat membantu karyawan lebih bertanggung jawab terhadap pekerjaannya. Seperti yang diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Garini & Rahman, 2024) menyebutkan bahwa untuk meningkatkan kinerja karyawan atau pegawai dapat dilakukan dengan cara seperti membagikan tugas-tugas pokok dan fungsi pekerjaannya yang disesuaikan dengan keterampilan masing-masing sehingga menghasilkan kualitas atau kinerja yang baik.

Selain mempersiapkan *job description* kepada karyawan, untuk meningkatkan kualitas pelayanan, pimpinan Brastagi Supermarket memberikan berbagai informasi penting untuk diketahui oleh karyawan, seperti *standard operating procedure* (SOP), yakni pedoman karyawan

dalam mematuhi aturan-aturan yang telah ditetapkan, dan bentuk-bentuk sikap serta perilaku yang harus diterapkan karyawan selama bekerja, seperti ramah, sopan santun, memberikan senyum, disiplin, serta memiliki kejujuran.

Kemudian, strategi manajemen komunikasi yang diterapkan oleh pimpinan dalam meningkatkan kualitas pelayanan adalah dengan memberikan prioritas pelayanan kepada pelanggan. Terdapat berbagai cara dalam memprioritaskan pelayanan, seperti bersikap ramah, sopan santun, memiliki kejujuran, dan membantu konsumen jika mengalami kendala atau kesulitan. Selain itu, Brastagi Supermarket juga merancang spesifikasi pekerjaan kepada karyawan guna meningkatkan kualitas pelayanan. Seperti yang diungkapkan oleh (Suparmo, 2020) bahwa salah satu tahap dalam melaksanakan strategi manajemen komunikasi dalam sebuah perusahaan adalah dengan merancang spesifikasi pekerjaan. Spesifikasi pekerjaan yang dirancang oleh pimpinan Brastagi Supermarket diantaranya dengan melakukan komunikasi antar pimpinan yang berkaitan dengan melayani konsumen untuk menentukan karyawan-karyawan yang dapat bekerja sesuai dengan kemampuannya sehingga karyawan lebih bertanggung jawab akan pekerjaannya.

Kemudian, selain karyawan yang berfokus pada pelayanan pelanggan, manajemen komunikasi pimpinan juga mengarahkan sebagian karyawan untuk berfokus pada produk-produk makanan, sebab pelanggan Brastagi Supermarket pada umumnya mencari produk-produk yang berjenis makanan, seperti buah dan sayur. Oleh karena itu, jika produk-produk makanan tersebut dijaga dengan baik maka kualitas produk akan terjaga dan pelanggan akan merasa puas dengan kualitas makanan yang telah dijual. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Brastagi Supermarket, pelaksanaan strategi manajemen komunikasi dilakukan secara berkesinambungan. Berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa pelaksanaan tersebut dilakukan per hari, per minggu, dan per bulan. Pelaksanaan strategi tersebut terus di monitoring sehingga dapat mempertahankan atau meningkatkan kualitas pelayanan di Brastagi Supermarket.

Pelaksanaan dan penerapan strategi manajemen komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan Brastagi Supermarket dalam meningkatkan kualitas pelayanan karyawan memerlukan dua faktor untuk keberhasilan hal tersebut, yakni memiliki pengetahuan, dan kedua komunikasi yang baik. Memiliki pengetahuan dapat digunakan dalam menyusun dan merancang berbagai pekerjaan yang akan diberikan kepada karyawan. Sedangkan komunikasi yang baik digunakan

untuk membuat pesan yang sudah disusun dan dirancang dapat diterima dengan baik oleh karyawan sehingga karyawan dapat melaksanakan pekerjaan sesuai dengan instruksi dan rancangan. Seperti yang disebutkan dalam penelitian dari (Sjahrudin et al., 2023) yang mengatakan bahwa strategi manajemen komunikasi harus menggunakan komunikasi yang baik dengan melibatkan berbagai aspek dalam mengelola sebuah organisasi sehingga pelaksanaan strategi manajemen komunikasi dapat berjalan dengan baik.

Penutup

Strategi manajemen komunikasi pimpinan dalam meningkatkan kualitas pelayanan karyawan di Brastagi Supermarket Medan sudah dilakukan dengan baik dengan menyusun dan merancang job description kepada karyawan, memberikan pengarahan untuk memiliki sikap ramah, sopan santu, murah senyum, dan memiliki kejujuran. Faktor-faktor keberhasilan dari pelaksanaan dan penerapan strategi manajemen komunikasi pimpinan dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Brastagi Supermarket terdapat dua faktor, yakni faktor memiliki pengetahuan dan faktor komunikasi yang baik.

Ucapan Terimakasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada peneliti untuk dapat melakukan kajian terkait strategi manajemen komunikasi pimpinan dalam meningkatkan kualitas pelayanan karyawan di Brastagi Supermarket Medan. Tidak lupa, peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung proses penelitian dan penulisan artikel ilmiah ini. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu komunikasi.

Daftar Pustaka

Ardial, H. (2014). *Paradigma Model Penelitian Komunikasi*. Bumi Aksara.

Bungin, B. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media.

Garini, D. P., & Rahman, M. Z. (2024). *Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia dalam*

Meningkatkan Kinerja Pegawai Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Banjar. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi dan Kewirausahaan*, 15(01).
<https://doi.org/10.59188/covalue.v15i01.4440>

Ricky, R., & Rahimallah, M. T. A. (2023). Keterbukaan Informasi Publik Di Indonesia (Perspektif, Akuntabilitas, Transparansi Dan Partisipasi). *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja*, 12(2), 62–75. <https://doi.org/10.33701/jiwbp.v12i2.2911>

Siregar, I. N. P., Taslim, N., Wijaya, C., Benny, & Butar, R. M. B. (2019). Pengaruh Komunikasi Dan Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pt. Jaya Anugrah Sukses Abadi (Brastagi Supermarket). *Wahana Inovasi*, 8(1), 2–9.

Sjahruddin, H., Sulistiani, I., Fahrizal, M., & Dkk. (2023). *Manajemen Komunikasi* (P. T. Cahyono (ed.)). Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. CV. Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru Perss.

Suparmo, L. (2020). *Sistem Manajemen Komunikasi*. Simbioasa Rekatama Media.