

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kota Bekasi merupakan salah satu kota industri di Indonesia, pembangunan perusahaan di Kota Bekasi berkembang pesat dan semakin meningkat sehingga menyebabkan pertumbuhan sektor industri. Hal ini menjadikan banyaknya para pendatang dari berbagai daerah untuk dapat bekerja di Kota Bekasi. Sudah menjadi fenomena yang biasa di Indonesia bahwa sulitnya mencari pekerjaan di Negara sendiri. Dalam keterangan resminya, Senin (6/11/2023), Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan, jumlah pengangguran di Indonesia pada Agustus 2023 tercatat sebanyak 7,86 juta orang penduduk bekerja paling banyak berstatus buruh/karyawan/pegawai sebesar 37,68 persen, paling sedikit berstatus berusaha di bantu buruh tetap dan di bayar sebesar 3,21% hal ini disebabkan oleh kurangnya jumlah pekerjaan di Indonesia.

Bersumber dari berita Liputan6.com angka pengangguran di Kabupaten Bekasi, Jawa Barat naik setiap tahun data Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah pengangguran terbuka di Kota Bekasi mencapai 203.000 orang pada tahun 2022 jumlah ini meningkat di banding tahun 2021 yakni 197.000 orang. Angka pengangguran terbuka di Kota Bekasi pada tahun 2023 sebanyak 104.170 orang, angka ini tergolong sebagai pihak selaku angkatan kerja yang sempat bekerja, sementara 720.966 orang lainnya bukan angkatan kerja yang tidak bekerja sama sekali. Dalam keterangan resminya, Pejabat Bupati Bekasi Dani Ramdan menjelaskan Kota Bekasi menjadi daerah kawasan industri besar dengan lebih dari 7.000 pabrik beroperasi namun, besar kawasan industri tidak membuat persoalan pengangguran teratasi justru angka pengangguran terus meningkat dengan mencapai lebih dari seratus ribu jiwa.

Meningkatnya angka pengangguran di Kota Bekasi, mendorong munculnya perusahaan penyalur tenaga kerja yang bekerja sama dengan perusahaan besar dengan

menyediakan atau melakukan perekrutan pekerja. Umumnya perusahaan cenderung memilih karyawan dengan status magang ataupun pekerja lepas yang menjalani kontrak kerja selama beberapa bulan dan dapat diperpanjang sesuai kebutuhan tenaga kerja. 73% perusahaan menggunakan tenaga *outsourcing* dalam kegiatan operasionalnya, sedangkan sisanya yaitu 27% tidak menggunakan tenaga *outsourcing*. Namun, tingkat kepercayaan masyarakat pada perusahaan penyalur tenaga kerja masih kurang, kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan penyalur tenaga kerja bisa dipengaruhi oleh faktor salah satunya adalah kualitas pelayanan. Penting untuk suatu organisasi untuk mematuhi regulasi yang berlaku, memprioritaskan kesejahteraan pekerja, dan berkomunikasi secara jelas dan terbuka dengan masyarakat dan *client* mereka agar dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat kepercayaan yang ada. Bersumber dari berita Republika tahun 2024 dimana saat ini banyak sekali kasus penipuan yang dilakukan oleh perusahaan penyalur tenaga kerja salah satunya adalah modus memberikan lowongan pekerjaan terjadi di Kabupaten Bekasi, penipuan tersebut dilakukan dengan mengharuskan pelamar membayar sejumlah uang kepada perusahaan sebagai syarat penerimaan karyawan.

Salah satu cara untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan yaitu dengan merancang strategi komunikasi. Yayasan HR merupakan sebuah lembaga atau perusahaan multinasional yang bergerak dibidang pengelolaan sumber daya manusia dan manajemen industri. HR Sinergia berkontribusi untuk menyediakan jasa penyaluran tenaga kerja kepada berbagai perusahaan besar. Untuk dapat menyalurkan pekerja diperlukan hubungan antara HR Sinergia dengan berbagai perusahaan yang bekerjasama. Keunggulan sebagai perusahaan penyalur tenaga kerja dengan perusahaan serupa menjadi nilai positif pada perusahaan saat ini HR Sinergia memiliki 149 perusahaan mitra yang terdiri dari *Manufactur, Retail*, dan Jasa yang memberikan kepercayaan kepada HR Sinergia untuk bekerja sama. HR Sinergia juga memiliki keunggulan yaitu memiliki 6 bidang pelayanan utama yaitu *Recruitment / Man Power Supply, Psikotest & Potensial Assesment, Manajemen & Industrial Training, Pemagangan, Outsourcing*, dan *system & Productivity Improvement*.

Sedangkan jika di bandingkan dengan perusahaan serupa yaitu Global dan RSM terdapat perbedaan pelayanan yang ada di setiap Yayasan.

Tabel 1.1 Perbandingan Perusahaan Serupa

| NO | Nama Yayasan | Bidang Layanan |
|----|--------------|--|
| 1. | HR Sinergia | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Recruitment / Man Power Supply</i> 2. <i>Psikotest & Potensial Assesment</i> 3. <i>Manajemen & Industrial Training</i> 4. <i>Pemagangan</i> 5. <i>Outsourcing</i> 6. <i>System & Productivity Improvement</i> |
| 2. | Global | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>HR Recruitment</i> 2. <i>HR Outsource</i> 3. <i>Pemborongan</i> 4. <i>Magang</i> |
| 3. | RSM | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Recruitment</i> |

Sumber : Data HR Sinergia, Global, RSM Tahun 2023

Berdasarkan data menunjukkan perbandingan dari 3 yayasan yang bergerak di bidang serupa yaitu penyalur tenaga kerja dimana, HR Sinergia memiliki keunggulan yaitu memiliki 6 layanan utama sedangkan jika di bandingkan dengan 2 yayasan serupa yang hanya memiliki 4 layanan bahkan hanya 1 layanan yang di gunakan sehingga membuat Yayasan HR Sinergia lebih unggul. Namun dengan banyaknya *divisi* pada HR Sinergia banyak terjadi *miss komunikasi* salah satunya yang terjadi pada setiap *divisi* HR Sinergia sehingga kondisi ini memerlukan stategi komunikasi agar semua pekerjaan dapat berjalan dengan baik. Dari keunggulan layanan yang dimiliki oleh HR Sinergia tentunya memerlukan komunikasi organisasi yang baik agar semua layanan dapat dilaksanakan dengan baik. Gareth Morgan mengemukakan bahwa pentingnya komunikasi organisasi dibagi menjadi 3 pandangan yang

digunakan untuk melihat organisasi yaitu (1) organisasi menjadi mesin yang menjadi bagian yang memproduksi produk dan pelayanan; (2) organisasi sebagai organisme seperti tanaman atau binatang yang melalui fase-fase lahir, tumbuh, berkembang dan akhirnya mati; (3) organisasi adalah intelegensia dimana organisasi memproses informasi, membuat konsep dan kemudian merencanakannya dengan baik.

Menurut Goldhaber dalam Fauzan, (2021) komunikasi organisasi merupakan proses pertukaran dan menciptakan pesan dalam jaringan hubungan yang saling tergantung dalam lingkungan ketidakpastian atau perubahan. Dalam suatu perusahaan, komunikasi dapat terjadi antara sesama pegawai, antar pegawai dengan atasan, atau antara *divisi* yang ada dalam perusahaan. Komunikasi dalam suatu perusahaan biasanya dilakukan untuk menyebarkan informasi mengenai perintah kerja, program, maupun hal-hal lain yang menyangkut 2 perusahaan. Dalam suatu perusahaan, terdapat berbagai jenis arus komunikasi organisasi yang digunakan, antara lain komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah, dan komunikasi horizontal. Menurut Hutapea dalam Farhan, (2023) komunikasi merupakan pemberitahuan, pertukaran pikiran, pembicaraan & percakapan, atau interaksi. Segala bentuk hubungan & komunikasi pada aspek komunikasi sebagai terhubung dan saling mendukung. Adanya komunikasi memungkinkan untuk membangun sebuah interaksi menggunakan lingkungan & memenuhi kebutuhan menjadi makhluk sosial yaitu berinteraksi.

Saat ini HR Sinergia memiliki 81 Jumlah keseluruhan posisi *skill* dan pengalaman memiliki 96208 jumlah database SMA/SMK, 2097 D3/S1 sarjana sederajat, pengalaman dan berbagai jurusan. Dalam beberapa tahun terakhir HR Sinergia telah menjadi penyalur tenaga kerja terlihat dalam data penerimaan calon pelamar yang mendaftar dalam rentang tahun 2020 – 2023 sebagai berikut:

Tabel 1.2 Data Penerimaan Calon Pekerja HR Sinergia 2020-2023

| NO | TAHUN | BULAN | JUMLAH PELAMAR | JUMLAH PENYALURAN | JUMLAH PENDING |
|----|-------|--------------------|----------------|-------------------|----------------|
| 1 | 2020 | Januari - Desember | 1.823 | 678 | 1.145 |
| 2 | 2021 | Januari - Desember | 1.964 | 790 | 1.174 |
| 3 | 2022 | Januari - Desember | 1.995 | 856 | 1.139 |
| 4 | 2023 | Januari - Desember | 2.027 | 938 | 1.089 |
| | | Total | 7.809 | 3.262 | 4.547 |

Sumber : Data HR Sinergia Tahun 2020-2023

Penerimaan calon pekerja HR Sinergia dalam rentang tahun 2020-2023 menunjukkan bahwa HR Sinergia cukup diminati dan tergolong berhasil dalam pengkoordinasian dilihat dari jumlah pelamar dan penyaluran yang setiap tahun meningkat. HR Sinergia memerlukan strategi komunikasi yang efektif agar dapat menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan mendapatkan suatu kepercayaan masyarakat pada perusahaan. Salah satu hal yang penting yaitu keberhasilan berbagai aktifitas didalam perusahaan dalam mencapai tujuan bukan hanya tergantung pada keunggulan perusahaan namun bagaimana komunikasi antar *divisi* bisa berjalan dengan baik sehingga menciptakan suatu komunikasi organisasi yang kuat. Permasalahan pada latarbelakang menjadikan alasan penulis untuk meneliti strategi komunikasi organisasi yayasan HR Sinergia sebagai penyalur tenaga kerja.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan maka dapat diambil perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi organisasi di Yayasan HR Sinergia sebagai penyalur tenaga kerja ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari permasalahan yang telah diuraikan maka tujuan dari penelitian ini adalah dapat mengetahui strategi komunikasi organisasi Yayasan HR Sinergia sebagai penyalur tenaga kerja.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa ilmu komunikasi pada umumnya sebagai cerminan untuk dapat melakukan penelitian berkelanjutan dalam kajian yang serupa dan penelitian ini dapat berkontribusi untuk pengembangan ilmu komunikasi serta dapat menjadi penerapan pada mata kuliah komunikasi organisasi. Hasil penelitian ini bisa menjadi motivasi untuk perusahaan meningkatkan kinerja dalam perusahaan atau organisasi agar komunikasi antar *divisi* dapat berjalan dengan baik dan efektif. Penelitian ini menggambarkan dengan lebih detail mengenai Yayasan HR Sinergia beroperasi dan kontribusinya terhadap proses merekrut dan menyalurkan karyawan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi HR Sinergia dalam membentuk strategi komunikasi organisasi perusahaan dengan menjalin hubungan baik dengan para mitra perusahaan dan pelamar serta hasil dari penelitian ini dapat dijadikan tolak ukur mengenai strategi komunikasi organisasi perusahaan dapat mempengaruhi kesuksesan perusahaan. Manfaat praktis bagi perusahaan, yaitu sebagai pedoman untuk meningkatkan kesejahteraan dan menciptakan komunikasi organisasi yang baik dan efektif, sehingga berguna untuk kemajuan perusahaan tersebut. Temuan dari penelitian ini dapat menjadi dasar untuk merancang kebijakan yang lebih efektif termasuk dalam strategi komunikasi organisasi yaitu pelaksanaan *branding*, pelayanan, *controlling*, dan evaluasi. Dengan demikian, penelitian ini dapat membantu mengidentifikasi masalah dan tantangan yang mungkin muncul dalam proses rekrutmen dan penyaluran terhadap perusahaan mitra.