



Communication Audit Using Sadix Application Marketing Division PT Enzim Bioteknologi Internusa in Central Java & DIY

Edi Karyono ^{1*},

Septi Kurnia Prastiwi ²,

¹ Departemen of Magister Communication, Faculty of social and Political Sciences University of Pembangunan Veteran Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

² Departement of Management Sharia Business, Faculty of Islamic Economics and Business UIN Raden Mas Said Surakarta, Surakarta, Indonesia

ARTICLE INFO

ABSTRACT

ISSN: 0101-0721

Keywords:

*Communication audit;
communication*

The communication audit process is designed to examine and evaluate the communication program, to reveal obstacles in achieving effective communication, to reveal gaps in the communication process and to provide recommendations to PT Enzyme Biotechnology Internusa. The results of the communication audit at PT Enzyme Biotechnology Internusa are broadly speaking the marketing team in the Central Java and DIY areas are satisfied with the communication that occurs in the company, only at some points that are not satisfied, one of which is the integrity of the organization. The recommendation from the communication audit is to improve the quality of vertical communication, the Sadix application should still be used even though it has not directly improved performance but can increase discipline and monitor marketer team visits.

Introduction

PT Enzim Bioteknologi Internusa merupakan perusahaan yang memproduksi pasta gigi dengan merek Enzim. PT Enzim saat ini menghadapi tantangan dan persaingan yang ketat pada industri pasta gigi, disebabkan banyak merek pasta gigi terkenal seperti pepsodent, formula, ciptadent dan pendatang baru seperti merek sensodyne, serta sasha. Berdasarkan data Top Brand award 2019, top brand award diberikan untuk merek unggul berdasarkan top brand index hasil survey resmi yang dikeluarkan lembaga survey frontier. Kategori brand pasta gigi yang menempati urutan pertama adalah Pepsodent 68,3 %. Adapun Close up menempati urutan kedua, 10,7%, Ciptadent pada urutan ketiga 9,5%, Formula urutan keempat 7,2 % dan Sensodyne menempati urutan kelima 1,4 % (topbrand-award.com, 2019).

Pasta gigi merek Enzim tidak masuk dalam kriteria top brand tersebut. Brand pasta gigi Enzim sudah berdiri sejak tahun 2000 serta memiliki keunggulan produk salah satunya kandungan yang tanpa detergent, akan tetapi berdasarkan data top brand

award 2019 merek pasta gigi Enzim tidak masuk pada lima besar. Padahal top brand ini mengindikasikan simbol kepercayaan pelanggan pada merek di Indonesia. Performa brand Enzim yang belum masuk dalam top brand index dipicu beberapa masalah yang dihadapi pasta gigi Enzim seperti kinerja marketing yang kurang optimal, sistem distribusi yang belum merata dan pengembangan pasar yang belum optimal di semua pasar.

Target penjualan PT Enzim area Jawa Tengah dan DIY pada tahun 2018 tumbuh 12 % dari tahun lalu. Padahal pada tahun 2017 dapat mencapai target dengan pertumbuhan hingga 22% dari tahun sebelumnya. Performa penjualan area Jateng dan DIY pada tahun 2017 mencapai pertumbuhan paling tinggi di tingkat Nasional yaitu sebesar 22 persen. Tetapi pada tahun 2018 pencapaiannya mengalami penurunan yaitu sebesar 11 %. Penurunan kinerja penjualan pada tim di area Jateng dan DIY tersebut perlu dievaluasi oleh pihak manajemen agar diketahui masalah dan solusi agar target pencapaian di tahun depan dapat tercapai. Tingkat penjualan untuk Area Jawa Tengah dan DIY pada tahun 2017 mendapatkan hasil kerja yang memuaskan tetapi pada tahun 2018 mengalami penurunan yang cukup signifikan yaitu sebesar 11%. Salah satu yang perlu dievaluasi adalah kinerja pada marketer karena mereka ujung tombak yang berkaitan langsung dengan penjualan produk pada distributor dan konsumen.

Perusahaan sudah membuat standar operation procedure mengenai realtime pekerjaan marketer dan laporan serta tugas yang dilakukan. Salah satunya kegiatan rutin marketer yaitu melakukan kunjungan ke outlet, supermarket yang terdapat produk pasta gigi enzim. Informasi dari kunjungan outlet tersebut sangat dibutuhkan oleh organisasi untuk memantau tingkat order, stok serta kinerja dari distributor dan marketer itu sendiri, tetapi realisasinya berdasarkan informasi dari Area Marketing Manager area DIY dan Jateng masih ada beberapa marketer yang memanipulasi data kunjungan ke outlet, tidak optimal dalam melakukan kunjungan ke outlet dan laporan yang kurang tepat waktu, dan lain-lain. Perusahaan menerapkan aplikasi Sadix pada tiap marketer, yaitu suatu aplikasi yang diupload pada smartphone dengan tujuan memantau kunjungan marketer. Aplikasi sadix akan menampilkan semua informasi yang terkumpul langsung ke perusahaan, menghubungkan semua marketer yang ada dilapangan dengan kantor pusat, sehingga pekerjaan untuk memantau seluruh aktivitas operasional menjadi lebih mudah dan efektif.

Beberapa manfaat aplikasi Sadix antara lain dapat mengatur jadwal setiap tenaga marketer dan mengelompokkannya dalam berbagai kategori yang dapat disesuaikan dan dimodifikasi sehingga dapat dipilah dengan mudah. Sadix yang diterapkan pada PT Enzim fokus pada monitoring kunjungan ke outlet. Manager dapat memonitor kunjungan marketernya setiap saat pada Dashboard application dari sadix dirancang khusus sebagai sarana untuk manager memonitor dan menganalisa kinerja para tenaga marketer, dengan kemampuannya dapat merangkum informasi dari para marketer di lapangan memudahkan manager dalam menganalisa dan menentukan strategi penjualan selanjutnya. Sadix dapat menghitung key performance indicator

dengan membandingkan target marketer dengan pencapaian yang didapat sehingga hasilnya dapat dianalisa oleh seorang sales manager untuk meningkatkan kinerja penjualan perusahaan secara keseluruhan.

Aplikasi tersebut sangat bermanfaat bagi perusahaan jika semua marketer dapat disiplin menggunakannya. Laporan dari marketer yang real time dapat dipantau langsung, sehingga memudahkan pihak manajemen untuk mengawasi dan membuat strategi untuk meningkatkan kinerja tim marketing. Jadwal kunjungan outlet dapat terpantau dengan baik dan tertib dikunjungi oleh tim marketing akan dapat memantau langsung tingkat penjualan dan performa penjualan di lapangan. Aplikasi Sadix ini juga turut menjaga komunikasi antara tim marketing dengan atasan dan manajemen karena dapat menyajikan data, informasi pergerakan marketer, laporan kunjungan serta kecepatan informasi yang diperlukan oleh atasan atau manajemen.

Komunikasi organisasi yang baik, akan mendukung perusahaan dapat berjalan lancar dan berhasil, jika komunikasi antar organisasi kurang baik tentu akan menghambat kinerja organisasi dan hubungan yang kurang kondusif. Penerapan teknologi baru yang diterapkan pada divisi marketing bisa memicu perselisihan dan penolakan terhadap penerapannya. Berdasarkan pengamatan penulis, banyak para marketer yang menolak menggunakan aplikasi sadix ada juga yang menggunakan aplikasi tapi kurang optimal.

Berdasarkan hal di atas karena PT Enzim menggunakan teknologi baru yaitu aplikasi sadix pada tahun 2018 yang diterapkan pada divisi marketing, akan tetapi prestasi pencapaian target penjualan marketing area Jateng dan DIY pada tahun 2018 justru menurun padahal para marketer sudah dilengkapi dengan aplikasi Sadix. Selain itu pelaksanaan aplikasi sadix di Area Jateng dan DIY masih terdapat beberapa hal yang kurang sesuai dengan SOP. Oleh karena itu perlu di evaluasi lebih lanjut Komunikasi vertikal antara atasan dengan bawahan, maupun komunikasi horisontal dan diagonal. Komunikasi yang terjadi antara marketer dengan marketer yang lain atau divisi lain, serta antara marketer dengan manager perlu dilakukan audit komunikasi.

Literature Review

Audit komunikasi adalah prosedur yang berguna untuk menentukan kemampuan dan efisiensi komunikasi dalam suatu organisasi. Melalui audit organisasi dapat mengidentifikasi dan mengukur hal yang paling menonjol, sumber dan saluran informatif, komunikasi yang bernilai dan disukai. Temuan ini kemudian dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan proses komunikasi (Calgary & Alberta, 1992). Pimpinan dapat belajar tentang kekuatan komunikasi dan peluang dalam organisasi dan menerima rekomendasi tentang cara-cara untuk memperkuat komunikasi di bidang saluran komunikasi, arus informasi dan umpan balik komunikasi (Hart et.al, 2017). Audit komunikasi sebagai pemeriksaan diagnosis yang dapat memberikan informasi dini untuk mencegah kehancuran kesehatan organisasi yang lebih besar (Hardjana: 2014).

Pelaksanaan audit komunikasi bergantung kepada tahap keseriusan beban masalah. Restrukturisasi, penggabungan, perubahan pengurusan, kemerosotan perniagaan adalah beberapa keadaan yang mendorong keperluan menjalankan audit komunikasi. Sesungguhnya hubungan dua hal yang baik antara pekerja dan majikan dapat meningkatkan motivasi kedua pihak dalam melaksanakan agenda masing-masing (Sabran, 2006). Menurut Mohammed & Bungin (2015:6) biasanya audit komunikasi dilakukan apabila terjadi kondisi-kondisi berikut: ketika adanya pengembangan organisasi, saat organisasi terlibat dalam proses penyatuan (merger) atau akuisisi oleh organisasi lain, ada pengurangan bawahan atau usaha peningkatan jumlah anggota kerja, adanya perubahan fungsi dan tanggung jawab perusahaan, penggunaan teknologi baru (khususnya yang terkait dengan informasi atau komunikasi).

Audit komunikasi dilakukan dengan mengikuti kaidah-kaidah penelitian ilmiah dan mempunyai tujuan khusus, yaitu untuk menghasilkan rekomendasi-rekomendasi yang dapat digunakan untuk memperbaiki atau mengubah kebijakan atau sistem komunikasi organisasi. Audit komunikasi pada umumnya dilakukan dengan metode survei, namun dilengkapi dan dibandingkan dengan metode-metode lain, seperti wawancara mendalam (indepth interviews), analisis jaringan (network analysis), analisis tugas (duty study), analisis saluran-saluran episode komunikasi dalam organisasi (ECCO-Episodic Communication Channels in Organizational Analysis), dan diskusi kelompok terfokus (focus group discussion). Data yang dianalisis harus dapat dievaluasi untuk menentukan langkah tindak lanjut apa yang dibutuhkan (Hardjana, 2014).

Proses audit komunikasi dirancang untuk memeriksa dan mengevaluasi program komunikasi organisasi, untuk mengungkapkan rintangan dalam mencapai komunikasi yang efektif, untuk mengungkapkan kesenjangan dalam proses komunikasi dan untuk menyediakan saran untuk peningkatan komunikasi pada organisasi Handerson dalam (Hart et.al, 2017).

Audit komunikasi memiliki beberapa tujuan dan manfaat bagi perusahaan. Menurut Hardjana dalam Suwatno (2008) ada tujuh manfaat audit komunikasi antara lain: Untuk mengetahui apakah dan dimana terjadi kelebihan (overload) atau kekurangan (underload) muatan komunikasi berkaitan dengan topik, sumber dan saluran komunikasi. Untuk menilai kualitas informasi serta mengukur kualitas hubungan komunikasi serta secara khusus mengukur kepercayaan antar pribadi karyawan, dukungan, keramahan serta kepuasan kerja. Mengenali jaringan yang aktif operasional komunikasi non formal dan membandingkannya dengan komunikasi formal. Untuk mengetahui sumber-sumber kemacetan arus informasi dan para penyaring informasi dengan membandingkan dengan peran masing-masing pada jaringan komunikasi. Untuk mengenali kategori serta contoh pengalaman dan peristiwa komunikasi positif serta negative. Untuk menggambarkan pola komunikasi pada tingkat pribadi, kelompok, organisasi yang berkaitan dengan komponen komunikasi, frekuensi dan kualitas interaksi. Untuk memberikan rekomendasi tentang perubahan atau perbaikan yang perlu dilakukan.

Hasil audit komunikasi dapat memberikan informasi yang penting untuk efisiensi, kredibilitas, dan ekonomi dari kebijakan, praktik, dan program komunikasi. Audit juga menyediakan data yang bermanfaat untuk pengembangan atau restrukturisasi fungsi-fungsi, petunjuk dan anggaran komunikasi. Diatas segalanya audit memberikan rekomendasi perbaikan yang dikembangkan khusus agar cocok untuk situasi organisasi yang khas berdasarkan analisis data-data yang ditemukan (Hardjana, 2014).

Terdapat hubungan yang cukup berarti antara komunikasi organisasi dengan kinerja pegawai, hal ini di sebabkan oleh penyampaian pesan yang jelas dari atasan kepada bawahan maupun bawahan kepada atasan sehingga pegawai dapat melaksanakan tugas dengan baik. Hal ini berarti dengan komunikasi yang intens permasalahan dalam perusahaan akan mudah terselesaikan (Arianto, 2015). Manfaat dilaksanakan audit komunikasi pada tim Marketing area Jawa Tengah dan DIY yaitu dengan melakukan audit komunikasi yang teratur serta intens, perusahaan dapat mengetahui penyebab terjadinya potensi kemacetan arus informasi indikasi serta gejalanya, serta evaluasi terhadap permasalahan dalam perusahaan, hasil audit komunikasi selanjutnya sebagai bahan untuk membuat rekomendasi bagi perusahaan terkait kebijakan dan praktik komunikasi.

Audit komunikasi sangat penting dalam usaha organisasi untuk membuat perubahan internal organisasi. Dengan adanya audit ini akan dapat mengurangi tingkat ketidakpastian yang mendorong kepada tercetusnya rumor dalam kalangan-kalangan anggota organisasi. Salah satu manfaat audit komunikasi adalah untuk mengurangi tekanan (stress), kekeliruan fungsi dan akhirnya ditujukan untuk meningkatkan produktivitas kerja. Sehingga penelitian ini akan melakukan Audit komunikasi internal dan penggunaan aplikasi Sadix pada marketer PT Enzim Bioteknologi Internusa Area Jateng dan DIY Tahun 2018. Bagaimanakah analisis audit komunikasi terhadap kepuasan komunikasi organisasi dan bagaimanakah analisis dari audit komunikasi terhadap penerapan aplikasi Sadix sebagai teknologi yang dapat menunjang komunikasi marketer pada PT Enzim.

Method

Penelitian ini menggunakan metode gabungan yaitu melibatkan penggabungan atau penyatuan penelitian dari data kualitatif serta kuantitatif dalam penelitian. Metode penelitian paralel konvergen (convergent parallel mixed methods) adalah bentuk rancangan metode campuran dimana peneliti mengumpulkan atau menggabungkan data kuantitatif dan kualitatif agar dapat memberikan analisis masalah penelitian secara komprehensif (Creswell, 2019). Pada penelitian ini data wawancara dan kuisioner dikumpulkan pada waktu yang hampir bersamaan dan kemudian menggabungkan informasi-informasi dalam interpretasi hasil keseluruhan.

Result and Discussion

Pada penelitian ini pengumpulan data untuk mengulas terkait audit komunikasi, antara lain dengan melakukan wawancara awal dengan Area Sales Manager area Jateng DIY dan beberapa marketer yang menurut peneliti dapat memberikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya total jumlah responden FGD dan kuisisioner sebanyak 12 orang .

Penerapan Aplikasi Sadix pada marketer di PT Enzim Bioteknologi Internusa dilakukan audit komunikasi untuk mengetahui indikasi, melakukan diagnosis terhadap penerapannya yang kurang optimal. Aplikasi tersebut merupakan media untuk mendukung komunikasi antara marketer terhadap manajemen, akan tetapi pada aplikasi belum dilengkapi fitur untuk dapat memberikan feedback berupa pesan tulisan dan lisan melalui aplikasi tersebut, sehingga untuk memberikan feedback menggunakan media komunikasi yang lain. Sehingga pada audit komunikasi penggunaan Aplikasi Sadix juga dilakukan audit komunikasi pada kepuasan terhadap kualitas informasi pada perusahaan. Aspek kepuasan terhadap kualitas informasi tersebut antara lain kepuasan terhadap dimensi informatif, kepuasan terhadap keutuhan organisasi, kepuasan komunikasi subordinasi, horizontal dan manajemen atas, kepuasan terhadap lingkungan komunikasi, kepuasan terhadap umpan balik, kepuasan terhadap komunikasi pengawasan, kemudian audit komunikasi aspek penggunaan aplikasi Sadix.

Hasil audit menunjukkan bahwa kualitas informasi pada PT Enzim Bioteknologi Internusa menurut penilaian dari karyawan di Area Jateng dan DIY adalah cukup sedangkan cara penyampaian informasi sudah baik. Berdasarkan tabulasi jawaban responden terkait dimensi informatif yaitu terkait informasi yang diterima terkait pekerjaan sudah diterima dengan cukup jelas rata-rata setuju dengan pernyataan tersebut. Kualitas informasi tersebut juga ternyata sangat membantu dalam pelaksanaan tugas harian. Responden juga setuju bahwa penyampaian informasi dari perusahaan sudah sesuai dengan kebutuhan karyawan. Sebagian besar responden juga menyetujui kemudahan berkomunikasi maupun dalam mendapatkan dan mengakses informasi dari rekan kerja maupun karyawan di divisi lain. Hasil jawaban kuisisioner juga diperkuat dengan hasil FGD mayoritas menyatakan puas dengan kualitas informasi, hanya saja ada beberapa yang menyatakan belum cukup jelas.

Perusahaan memberikan kebebasan untuk berkomunikasi, penyampaian instruksi dari manajemen kebanyakan disampaikan melalui whatsapp group, maupun disampaikan secara langsung melalui telpon. Materi dan informasi yang disampaikan dipahami sendiri, agar kualitas informasi dapat diterima dengan baik oleh tim marketing, sebaiknya pesan dan informasi yang termasuk penting, terkait SOP maupun kebijakan tidak hanya disampaikan melalui email maupun whatsapp group tetapi perlu ada penjelasan secara lisan, sehingga langsung bisa diketahui respon, feedback, pertanyaan, dan lain-lain. Aktivitas komunikasi pada perusahaan menggunakan berbagai media yaitu komunikasi secara langsung pada tingkat daerah selalu dilakukan meeting mingguan antara ASM dengan marketer diareanya, kemudian juga ada meeting bulanan, kunjungan Atasan ke daerah, meeting dengan

Manager pusat. Selain itu juga ada meeting nasional, acara gathering karyawan dan lain-lain. Informasi yang disampaikan melalui ASM antara lain program promosi, kebijakan baru, mutasi, PHK karyawan, surat peringatan, dan lain-lain. Ada juga informasi dari pusat yang langsung disampaikan melalui group Whatsapp yang beranggotakan semua tim marketing PT Enzim di seluruh Indonesia. Media penyampaian informasi melalui email jika terkait program kebijakan baru, informasi yang terdapat data yang harus dilampirkan (attachment), laporan mingguan beserta laporan bulanan, dan lain-lain. Informasi yang disampaikan melalui Group whatsapp jika menyangkut instruksi pendek tentang laporan yang terlambat, informasi dan kebijakan baru yang bersifat umum.

Informasi yang dirancang dengan pengemasan yang structural membuat komunikasi berjalan secara efektif. Penyampaian informasi dari perusahaan perlu disampaikan oleh orang yang kredibel, karena unsur kredibilitas menunjukkan kondisi bahwa sumber informasi memiliki pengetahuan, keahlian atau pengalaman yang relevan dengan informasi yang akan disampaikan sehingga meningkatkan kepercayaan karyawan yang menerima informasi. Muatan informasi sangat penting bagi karyawan agar dapat menjalankan pekerjaan dengan baik. Hal ini juga diperkuat dengan hasil penelitian dari Ramadhani, et.al (2015) yang telah melaksanakan audit komunikasi yang ditunjukkan dengan lima unit analisis yaitu organisasi, muatan informasi, manajemen, proses komunikasi, umpan balik, dari kelima unit analisis ditemukan factor keterbukaan secara vertikal maupun horizontal mempunyai peran yang sangat besar dalam meningkatkan kinerja organisasi serta factor peran teknologi komunikasi untuk memudahkan dan mempercepat penyampaian informasi secara internal. Aliran komunikasi yang baik memudahkan individu dan kelompok melaksanakan peranan dan tanggungjawab masing-masing dalam sebuah organisasi (Sabran, 2006). Sehingga keterbukaan dan kejelasan informasi cukup penting dan PT Enzim juga menggunakan berbagai media untuk memudahkan dan mempercepat penyampaian informasi.

Berdasarkan hasil audit komunikasi pada karyawan PT Enzim area Jateng dan DIY pada aspek kepuasan dimensi informatif yaitu pada kualitas informasi memang ada yang menyatakan kurang jelas akan tetapi bukan terkait informasi terkait aplikasi sadix. Selain itu informasi terkait pekerjaan, kuantitas dan kualitas informasi yang diterima membantu dalam pelaksanaan pekerjaan, penyampaian informasi dari perusahaan juga sudah sesuai dengan kebutuhan karyawan berdasarkan hasil audit komunikasi cukup baik. Sehingga dalam hal penyampaian informasi terkait aplikasi Sadix tidak ada kendala.

Hasil audit menunjukkan bahwa kepuasan terhadap audit pada kemudahan informasi pada divisi lain pada PT Enzim Bioteknologi Internusa menurut penilaian dari karyawan di Area Jateng dan DIY adalah masih kurang sedangkan informasi tentang arah organisasi juga kurang. Pernyataan terkait informasi yang diperoleh pada bagian lain sangat dipercaya keakuratannya ternyata rata-rata jawaban responden adalah netral atau ragu-ragu. Begitu juga dengan terkait perubahan kebijakan yang

diberikan perusahaan diinformasikan kepada karyawan, mayoritas menjawab ragu-ragu atau netral Hal ini diperkuat dengan hasil FGD beberapa responden mengungkapkan bahwa informasi antar wilayah tidak bisa didapatkan secara sepenuhnya, keterbukaan informasi tidak disampaikan secara langsung.

Berdasarkan pengamatan penulis marketer jarang berinteraksi dengan divisi lain, yang paling sering berkomunikasi dengan divisi produksi terutama terkait stok produk, sebenarnya sudah ada aturan untuk komunikasi dengan divisi lain apalagi terkait informasi data penting dapat menanyakan dahulu kepada Area Sales Manager, kemudian dari ASM akan menanyakan kepada kepala divisi produksi, akan tetapi karena membutuhkan data cepat kadang tiap marketer bertanya melalui whatsapp atau telepon langsung ke staf produksi sehingga informasi data belum tentu akurat. Selain itu belum ada diskusi khusus antara divisi marketing dengan divisi lain. Sehingga perusahaan perlu mengadakan meeting pertemuan antar divisi.

Kebijakan penting perusahaan biasanya disampaikan melalui email, akan tetapi kelemahan email adalah marketer bisa enggan membaca secara detail isi pesan tersebut. Walaupun terdapat whatsapp group marketing, para marketer bisa mendapat informasi yang kurang benar atau penjelasan yang kurang. Penjelasan terkait kebijakan baru bisa disampaikan pihak Manajemen jika ada pertemuan dengan marketing di daerah sehingga terjadi jeda keterlambatan penjelasan secara lisan kebijakan perusahaan. Jika memang ada kebijakan penting terkait tim marketing sebaiknya manajemen selain disampaikan via email maupun whatsapp juga perlu diberikan penjelasan kepada para marketer.

Audit kepuasan terhadap perspektif organisasi , yaitu audit terkait beberapa factor yaitu informasi yang jelas tentang tujuan organisasi, perubahan dalam organisasi, kebijakan serta pendekatan serta prosedur kerja kepada karyawan. Hasil audit menunjukkan bahwa kepuasan terhadap penyampaian tujuan yang jelas tentang tujuan organisasi pada PT Enzim Bioteknologi Internusa menurut penilaian dari karyawan di Area Jateng dan DIY adalah kurang, begitu juga dengan penyampaian perubahan organisasi juga kurang, sedangkan kebijakan serta pendekatan prosedur kerja kepada karyawan cukup. Mayoritas responden menyatakan setuju bahwa hubungan dengan rekan sekerja selalu baik, diberikan kebebasan oleh perusahaan untuk bertukar pendapat dan informasi, serta bebas untuk berkomunikasi dengan rekan kerja. Komunikasi subordinasi pada perusahaan sudah baik, iklim komunikasi antar rekan kerja berjalan dengan baik.

Kepuasan terhadap komunikasi organisasi merupakan hal penting yang harus diperhatikan perusahaan karena hubungan komunikasi yang terjalin harmonis antar semua pihak internalnya menjadi tolak ukur atau kesuksesan suatu perusahaan, serta hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan komunikasi organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai (Riyantini & Triyono,2016). Penelitian Alvian (2016) menunjukkan bahwa titik rawan dalam perusahaan yang perlu mendapat perhatian adalah aspek organisasi. Menurut Hardjana (2014) dalam persepsi karyawan,

manajemen yang makin tertutup dan tidak mau mendengarkan suara karyawan dan karyawanpun akhirnya tidak peduli pada kesulitan yang dihadapi organisasi.

Titik rawan dalam perusahaan yang perlu mendapat perhatian adalah aspek organisasi. Dalam penelitian merekomendasikan agar perusahaan dapat lebih memperhatikan kepuasan komunikasi organisasi yang terletak pada aspek organisasi karena titik rawan yang ada pada perusahaan adalah aspek organisasi (Alvian, 2016). Manajemen perlu menyelenggarakan pemeriksaan kebijakan dan praktik komunikasi dan selanjutnya dapat membentuk iklim partisipasi. Perusahaan juga perlu memperhatikan kepuasan karyawan dalam aspek organisasi karena berdasarkan hasil penelitian karyawan yang menjadi responden pada penelitian menjawab ragu-ragu terhadap penilaian kepuasan komunikasi pada aspek organisasi. Pihak manajemen perlu mengadakan pertemuan antar divisi sehingga informasi yang diperlukan atau kendala komunikasi antar divisi dapat di evaluasi. Kebijakan penting sebaiknya tidak hanya disampaikan melalui email tetapi perlu diberikan penjelasan lisan.

Hasil audit menunjukkan bahwa kepuasan terhadap komunikasi subordinasi, serta komunikasi horisontal pada PT Enzim Bioteknologi Internusa menurut penilaian dari karyawan di Area Jateng dan DIY adalah baik, sedangkan audit terhadap formulasi dan evaluasi kebijakan serta arah perusahaan kedepan masih kurang. Mayoritas responden menyatakan setuju bahwa hubungan dengan rekan sekerja selalu baik, diberikan kebebasan oleh perusahaan untuk bertukar pendapat dan informasi, serta bebas untuk berkomunikasi dengan rekan kerja. Sehingga untuk komunikasi subordinasi pada perusahaan sudah baik. Iklim komunikasi antar rekan kerja berjalan dengan baik.

Komunikasi dengan manajemen atas pada pernyataan bahwa informasi terkait pekerjaan banyak diterima dari atasan, hampir semua responden menyatakan setuju. Semua setuju bahwa manajemen atas senantiasa memberikan dukungan dalam pelaksanaan pekerjaan yakni dukungan motivasi, reward, insentif, fasilitas, dan lain-lain tetapi dukungan berupa pelatihan untuk mengupgrade skill pemasaran belum ada. Hasil tabulasi data terkait pihak manajemen menampung masukan dan umpan balik dari karyawan terlebih dahulu sebelum membuat kebijakan baru, hampir semua responden menyatakan tidak setuju dan ragu-ragu, hal ini didukung dengan hasil FGD yang mayoritas juga mengatakan tidak ada. Responden juga rata-rata menyatakan netral atau ragu-ragu terkait kemudahan untuk menemui dan berdiskusi langsung dengan manajemen atas. Hasil FGD ada responden yang menyatakan bahwa proses komunikasi dengan manajemen berjalan dengan baik.

Pada abad ke -21, para pemimpin organisasi perusahaan yang sukses sadar bahwa mereka menghadapi “revolusi kepedulian kekaryawanan” yang menuntut saling percaya, pengertian, keterbukaan informasi, partisipasi, dan tekad kebersamaan ke depan. Semuanya ini dapat dicapai karena mereka secara teratur melakukan audit komunikasi internal dan secara konsekuen memperbaiki sistem, kebijakan, dan

praktik komunikasi yang memungkinkan organisasi tetap berdaya saing (Hardjana: 2014).

Berkat arus informasi keatas pimpinan organisasi dapat mengetahui tentang apa yang terjadi dengan karyawan, kelompok kerja dan organisasi. Informasi actual tentang anak buah, kerja dan organisasi dapat membantu manajemen meningkatkan efektivitas organisasi melalui motivasi karyawan dan keterbukaan (Hardjana, 2014). Sedangkan pada komunikasi horizontal dengan partisipasi dalam pembuatan keputusan, karyawan terdorong untuk saling berinteraksi, mereka menjadi lebih terbuka satu sama lain, praktik partisipasi membuat karyawan terdorong bekerja dalam kerjasama tim bukan perorangan.

Hasil penelitian dari Calgara & Alberta (1992) mengungkapkan bahwa individu dalam organisasi mengalami konsekuensi dari perubahan fungsi organisasi. Respon individu, kelompok, divisi, departemen dan unit kerja terhadap perubahan seringkali ditentukan oleh tingkat partisipasi mereka dalam pengambilan keputusan untuk membuat perubahan dan cara mereka diberitahu tentang perubahan yang akan datang dalam pengaturan organisasi, wacana berfungsi baik untuk mempertahankan kebijakan, prosedur, dan operasional yang ditetapkan atau untuk memfasilitasi perubahan. Anggota organisasi disemua tingkatan memiliki preferensi untuk kapan, dari siapa dan di media apa mereka menerima informasi dan memberikan umpan balik. Keterbukaan manajemen terkait penyampaian informasi, kebijakan, prosedur, dan lain-lain cukup penting agar semua dapat diterima dan berjalan dengan baik sesuai tujuan perusahaan. Jika PT Enzim hendak membuat kebijakan atau prosedur baru alangkah baiknya jika mengajak karyawan untuk berpartisipasi memberikan masukan maupun informasi dan segera menginformasikan kebijakan tersebut serta menampung umpan balik dari karyawan.

Hasil penelitian dari Mulawarman dan Rosilawati (2014) mengoptimalkan komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas serta komunikasi horizontal dan vertical, dengan melakukan upaya rutin yaitu pertemuan rutin, koordinasi serta pengawasan, mulai dari informasi bagaimana melakukan pekerjaan, dasar pemikiran melakukan pekerjaan, rasa memiliki tugas, penyampaian informasi, arahan perusahaan, pujian terhadap prestasi kerja serta pemberian teguran. Komunikasi ke atas berfungsi sebagai feedback communication, penyampaian kemajuan kepada penyelia, selain itu mengoptimalkan komunikasi informal sebagai penyeimbang komunikasi formal.

PT Enzim Bioteknologi Internusa perlu mengoptimalkan komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas serta komunikasi horizontal dan vertical. Komunikasi ke bawah perusahaan sudah melakukan pertemuan rutin yaitu di area DIY dan Jateng sudah rutin dilakukan meeting rutin, akan tetapi meeting dengan manajemen pusat masih jarang, sehingga perlu ditingkatkan bisa melalui meeting pertemuan langsung maupun dengan meeting memanfaatkan aplikasi yang mendukung virtual meeting. Dengan pertemuan rutin antara manajemen pusat ke daerah maka kemudahan untuk menemui dan berdiskusi langsung dengan manajemen atas dapat diperbaiki.

Komunikasi ke atas juga perlu ditingkatkan karena berfungsi sebagai feedback communication yaitu dengan menanyakan pendapat karyawan terkait beberapa kebijakan yang terkait dengan bidang pemasaran, sehingga karyawan pada divisi marketing di daerah memiliki rasa memiliki pada perusahaan. Komunikasi antar divisi juga perlu diperbaiki yaitu jika dari divisi lain menanyakan informasi kepada kepala divisi dapat memberikan respon yang cepat dan akurat. Selain itu komunikasi informal juga senantiasa dijaga karena komunikasi informal ini dapat sebagai penyeimbang komunikasi formal, misalnya dengan kegiatan gathering karyawan, obrolan santai diluar jam kerja, humor, adanya pertemuan antara karyawan diluar urusan pekerjaan, dan lain sebagainya.

Apabila karyawan diberikan penjelasan terkait arah organisasi kedepan khususnya para marketer bisa memiliki ambisi, memiliki motivasi intrinsik untuk dapat turut serta mensukseskan arah organisasi dan tujuan perusahaan kedepan salah satunya dengan pencapaian omset penjualan yang bagus, sehingga marketer dengan sukarela menggunakan aplikasi sadix. Berdasarkan hasil audit terkait SOP Aplikasi Sadix sudah di sampaikan memang kurang detail, akan tetapi sudah diberikan penjelasan terkait tutorial penggunaan aplikasi tersebut. Hal ini bisa terjadi karena daya tanggap terhadap penjelasan tutorial dan pemahaman tentang aplikasi Sadix berbeda-beda pada tiap marketer.

Kebebasan berkomunikasi dengan rekan sekerja, dan dapat berinteraksi baik dengan kelompok kerja dibagian lain, hasil audit komunikasi cukup baik, hal ini tentu mendukung pelaksanaan aplikasi sadix yaitu marketer bisa berdiskusi dengan rekan nya atau bertanya serta memberikan konfirmasi pada divisi lain jika terjadi permasalahan tentang aplikasi tersebut. Informasi dan dukungan terhadap pelaksanaan pekerjaan dari manajemen atas dinilai baik. Hal tersebut juga turut mendukung dalam pelaksanaan aplikasi sadix. Akan tetapi pernyataan terkait kebijakan baru diterapkan pihak manajemen menyerap umpan balik dan masukan karyawan terlebih dahulu dinilai kurang oleh karyawan PT Enzim area Jateng dan DIY. Hasil analisis bahwa penerapan aplikasi sadix pada para marketer juga tidak melalui penyerapan aspirasi karyawan terlebih dahulu, sehingga pada tahap awal pelaksanaan aplikasi sadix banyak keluhan dari marketer.

Hasil audit menunjukkan bahwa audit terhadap komunikasi yang fleksibel, informasi terkait pekerjaan serta kinerja, informasi yang memadai serta keterbukaan informasi dan keterlibatan dalam proses pembuatan keputusan di area pada PT Enzim Bioteknologi Internusa menurut penilaian dari karyawan di Area Jateng dan DIY adalah baik. Pernyataan terkait umpan balik komunikasi antara lain responden ada yang setuju tetapi ada yang menjawab netral terkait penyampaian informai dan evaluasi prestasi kerja , rata-rata responden setuju bahwa senantiasa diberikan informasi mengenai cara bagaimana mengendalikan dan menyelesaikan permasalahan dilapangan. Dan hampir semua setuju bahwa senantiasa diberikan bimbingan oleh atasan terkait pelaksanaan tugas. Hal ini selaras dengan hasil FGD bahwa terdapat evaluasi kinerja tetapi evaluasi tidak dishare kesemua karyawan, dan

evaluasi kinerja mempunyai standar penilaian tertentu. Jika terdapat permasalahan akan disampaikan keatasan kemudian akan didiskusikan. Apabila permasalahan tidak bisa diselesaikan pada tingkat wilayah maka akan didiskusikan ke kantor pusat.

Pernyataan terkait lingkungan kerja rata-rata mendapat penilaian setuju, antara lain diberikan kebebasan untuk membuat keputusan terkait pekerjaan, diberikan peluang untuk memberikan pendapat dalam proses pengambilan keputusan, dan semua keputusan yang dibuat harus dirujuk ke atasan. Hal ini dibuktikan dengan hasil FGD bahwa semua audiensi komunikasi dengan atasan disampaikan dengan mudah. Atasan mendengarkan keluhan dari bawah dan ada beberapa diberikan solusi. Jika masalah bisa ditangani sendiri maka akan diselesaikan sendiri, jika terdapat permasalahan akan disampaikan keatasan dan selanjutnya didiskusikan. Lingkungan komunikasi yang bersifat keterbukaan, mudah dihubungi, kerjasama dan keterlibatan bersama dalam upaya pencapaian tujuan organisasi.

Penelitian dari (Nurdin et.al, 2014) mengungkapkan bahwa bentuk evaluasi yang dilakukan oleh tim sosialisasi sangat sederhana yaitu jika ada umpan balik masyarakat dan masyarakat menerima maka tim sosialisasi menganggap sosialisasi telah berhasil dilaksanakan. Pada perusahaan salah satu bentuk evaluasi adalah umpan balik dari karyawan yang menerima informasi dari perusahaan. Manajemen perlu mengevaluasi informasi maupun instruksi yang disampaikan lalu bagaimana umpan baliknya. Sedangkan hasil penelitian Astuti (2018) memberikan saran bahwa setiap program yang dijalankan oleh perusahaan perlu diperiksa apakah sistem yang dilaksanakan sudah benar atau malah sebaliknya, hal tersebut dilakukan untuk meminimalisir atau bahkan meniadakan gangguan dan hambatan serta memaksimalkan peluang-peluang atau kekuatan yang ada demi keefektifitasan perusahaan. Perusahaan juga harus membuat rancangan terstruktur dalam membuat panduan baku terkait komponen komunikasi untuk didokumentasikan menjadi rancangan kegiatan.

Iklm organisasi dihasilkan oleh kebulatan gabungan elemen-elemen kondisi fisik, interaksi dan hubungan karyawan, perilaku karyawan, dan perlakuan manajemen atas karyawan. Iklm organisasi berdampak pada perilaku tugas, interaksi antar karyawan dan interaksi antara karyawan dengan manajemen (Hardjana, 2014). Berdasarkan referensi dari penelitian sebelumnya bahwa setiap program yang akan diterapkan oleh perusahaan sebaiknya diperiksa program tersebut sudah benar atau belum kemudian manajemen perlu mengevaluasi program maupun informasi yang disampaikan lalu bagaimana umpan baliknya. Sehingga dapat tercipta iklim organisasi serta kepuasan terhadap lingkungan komunikasi.

Hasil audit menunjukkan bahwa kepuasan terhadap keterbukaan atasan untuk menerima ide, kesediaan mendengar dan perhatian serta bimbingan dalam menyelesaikan masalah kerja pada PT Enzim Bioteknologi Internusa menurut penilaian dari karyawan di Area Jateng dan DIY adalah baik. Sedangkan Audit terhadap kepuasan terhadap umpan balik yaitu audit terkait umpan balik terkait prestasi kerja, penilaian kinerja serta pemahaman terhadap perintah yang diterima di

PT Enzim Bioteknologi Internusa menurut karyawan di Area Jateng dan DIY juga baik. Pernyataan tentang komunikasi pengawasan juga rata-rata setuju bahwa dapat menghubungi atasan dengan mudah, atasan senantiasa mendengar dengan baik permasalahan, atasan mudah akrab dengan tim marketing, atasan senantiasa memahami tugas bawahan, dan semua yakin terhadap kemampuan atasan. Hal ini dibuktikan dengan hasil FGD, semua audiensi komunikasi dengan atasan disampaikan dengan mudah, komunikasi dengan atasan berjalan dengan baik dan lancar, atasan mendengarkan keluhan dari bawahan dan beberapa diberikan solusi, atasan juga memberikan evaluasi kinerja secara rutin.

Saran yang diberikan pada PT RAPP Estate pada penelitian Astuti (2018) yaitu perusahaan harus tetap memonitoring agar dapat mengetahui secara langsung apa yang menjadi penghambat dari pencapaian tujuan programnya sehingga dapat dicari jalan keluar untuk memaksimalkan ketercapaian dan keberhasilan program, dalam hal ini yang perlu diperhatikan adalah muatan pesan yang akan disampaikan oleh penerima pesan. Informasi tentang kinerja adalah informasi yang terkait kemajuan dan masa depan karier karyawan, secara langsung merupakan ukuran tentang efisiensi dan efektivitas kerja karyawan bila dilihat berdasarkan standar kerja yang berlaku. Informasi ini penting karena terkait dengan penentuan/kenaikan gaji, pemberian insentif dan bonus, evaluasi kinerja dan masa depan karyawan, sedangkan informasi negatif dalam hal ini sering menghancurkan motivasi karyawan yang rajin-rajin belum tentu produktif (Hardjana, 2014). Perusahaan perlu melakukan pengawasan secara continue terhadap program, kebijakan, informasi maupun kinerja karyawan sehingga jika ada hambatan dapat segera dievaluasi dan diperbaiki.

Pada aspek lingkungan komunikasi dan umpan balik juga dinilai baik sehingga hal ini juga mendukung pelaksanaan aplikasi sadix dengan baik. Akan tetapi pada pernyataan terkait pemberian informasi serta evaluasi terkait prestasi kerja masih dinilai kurang oleh sebagian responden, padahal evaluasi report penggunaan aplikasi sadix diberikan secara rutin tiap bulannya melalui email. Bisa jadi marketer enggan untuk membaca dengan detail hasil report mingguan penggunaan aplikasi sadix, sehingga perlu di evaluasi dan dibahas dengan detail per marketer oleh atasan di area masing-masing. Aspek kepuasan terhadap komunikasi pengawasan juga mayoritas dinilai baik oleh responden. Kemudahan menghubungi atasan, serta atasan mau mendengar permasalahan dengan baik, memahami tugas dan kemampuan atasan yang baik tentu dapat mendukung pelaksanaan aplikasi sadix dengan baik.

Aspek terhadap penggunaan aplikasi sadix yaitu mengevaluasi beberapa faktor standar operasional prosedurs terkait aplikasi sadix, tutorial penggunaan aplikasi sadix, evaluasi terhadap pelaksanaan aplikasi sadix, manfaat aplikasi sadix bagi tugas serta manfaat aplikasi sadix untuk dapat mendorong pencapaian target. Hasil audit menunjukkan bahwa kepuasan mengevaluasi beberapa factor standar operasional prosedurs terkait Aplikasi sadix, tutorial penggunaan aplikasi sadix, serta manfaat aplikasi sadix untuk dapat mendorong pencapaian target pada PT Enzim Bioteknologi Internusa menurut penilaian dari karyawan di Area Jateng dan DIY adalah kurang.

Sedangkan evaluasi terhadap pelaksanaan aplikasi sadix, manfaat aplikasi sadix bagi tugas pada PT Enzim Bioteknologi Internusa menurut penilaian dari karyawan di Area Jateng dan DIY adalah baik. Hal ini didukung dengan hasil FGD beberapa narasumber ada yang mengungkapkan bahwa marketing tidak mendapatkan SOP sadix secara tertulis namun hanya mendapatkan secara sekilas serta SOP dijelaskan secara umum kepada marketer. Kendala pemakaian aplikasi sadix antara lain baterai smartphone cepat habis, internet pada sim yang dipasang pada smartphone yang terdapat aplikasi sadix tidak stabil serta trouble sinyal internet, serta trouble jadwal yang tidak sesuai.

Berdasarkan hasil FGD mayoritas para marketer menyatakan bahwa aplikasi sadix dapat memudahkan pekerjaan, serta bermanfaat dalam meningkatkan kedisiplinan karyawan tetapi tidak bermanfaat untuk meningkatkan omset. Aplikasi sadix mampu meningkatkan kedisiplinan, membantu data kunjungan karyawan dan membantu dalam evaluasi setiap outlet. Ada juga yang mengungkapkan bahwa aplikasi menyulitkan dalam praktek pekerjaan di lapangan, aplikasi sadix tidak bisa meningkatkan penjualan atau omset, aplikasi sadix mempersulit dalam peningkatan omset, serta aplikasi sadix tidak bisa diaplikasikan secara keseluruhan oleh semua karyawan.

Sedangkan menurut wawancara dengan ASM PT Enzim Jawa Tengah dan DIY bahwa permasalahan aplikasi sadix terpusat pada perangkat dan teknis penggunaan, secara umum aplikasi sadix sudah bagus. Repport penggunaan sadix juga selalu rutin disampaikan kepada semua karyawan. Aplikasi sadix mendukung untuk update report tugas marketer dilapangan tetapi tidak bisa untuk mencapai target sales.

Aplikasi sadix ini berfungsi untuk monitoring kinerja sales di lapangan, jadi tiap marketer membuat jadwal kunjungan perminggunya yaitu perhari ada 8 outlet yang dikunjungi, jadwal tersebut diinformasikan kepada admin pusat untuk diinput pada system sadix. Sehingga kunjungan marketer dapat dipantau realisasinya melalui aplikasi sadix. Tiap kunjungan peroutlet dibatasi durasi maksimal 1 jam, padahal ada beberapa laporan yang harus di submit ke aplikasi yaitu upload foto display produk Enzim di Outlet sebelum dan sesudah dirapikan displaynya, laporan stok produk Enzim pada outlet tersebut, serta laporan competitor. Hasil observasi ternyata ada beberapa kendala pada pelaksanaan aplikasi sadix yaitu peraturan tiap outlet berbeda apalagi pada Supermarket besar yang mempunyai aturan ketat terhadap kunjungan ke outlet, dibatasi jam tertentu, bahkan ada yang tidak mengizinkan tamu untuk menggunakan Handphone selama bertugas kunjungan outlet. Selain itu penerapan kunjungan sebanyak 8 jam membuat marketer memiliki keterbatasan waktu untuk melakukan aktivitas marketing misalnya negoisasi atau berkomunikasi dengan pihak outlet, personal selling, serta pembahasan jika terdapat permasalahan terhadap outlet karena durasi waktu dibatasi satu jam dan marketer harus melakukan kunjungan ke outlet berikutnya. Berdasarkan hasil observasi dari data laporan report penggunaan aplikasi sadix, marketer sudah paham cara menggunakan aplikasi sadix, dan tertib

menggunakannya. Jika outlet tidak dikunjungi ada keterangan Not Visited, dan jika kunjungan direalisasikan ada keterangan effective call.

Kinerja harian marketer dapat dicek dan dipantau manajemen pusat serta ASM. Jadwal kunjungan outlet juga dapat dipantau, jam masuk dan jam pulang juga dapat terpantau. Marketer yang kurang jumlah kunjungan ke outlet juga dapat diketahui realisasinya. Durasi kunjungan per outlet juga diketahui yaitu jam berapa masuk, kemudian outlet mana saja yang dikunjungi, berapa lama kunjungan pada outlet tersebut kemudian pulang jam berapa. Setiap awal bulan tiap marketer membuat rencana kunjungan outlet, setelah disetujui Area Sales Manager kemudian usulan tersebut disampaikan ke admin sadix pusat. Kemudian data diinput pada aplikasi sadix. Selanjutnya marketer tinggal merealisasikan jadwal kunjungan outlet yang sudah dibuat sebelumnya. Aplikasi sadix ini sebagai teknologi komunikasi antara marketer di daerah dengan manajemen. Manajemen dapat memantau perencanaan dan realisasi kunjungan marketer sesuai atau tidak. Tanpa harus mengecek dengan telepon setiap saat hari ini agenda kunjungan kemana, atau jadwal kerja kemana saja, karena aplikasi sadix dapat menginformasikan setiap marketing agenda harian kemana saja, jam masuk dan pulang jam berapa, pada saat dan jam ini berada dimana. Aplikasi sadix dapat diakses oleh manajemen maupun Area Sales Manager di daerah yang memiliki password, sehingga kinerja harian marketer dapat terpantau melalui aplikasi sadix.

Report penggunaan aplikasi sadix tiap marketer juga diinformasikan secara rutin tiap bulan melalui email pada Area Sales Manager di daerah. Berdasarkan dokumen yang diperoleh terdapat bukti email report terkait penggunaan aplikasi sadix dan evaluasi dari Admin Aplikasi Sadix pusat yang diemail kepada ASM, kemudian ASM menginformasikan report tersebut kepada marketer di area nya. Manajemen mengevaluasi kedisiplinan karyawan dalam penggunaan aplikasi sadix, yaitu masih ada checkout yang lebih awal, jumlah kunjungan outlet masih ada yang perlu ditingkatkan, bahkan ada yang smartphonenya rusak sehingga perlu diperbaiki. Aplikasi sadix ini memang masih ada beberapa kelemahan salah satunya ketergantungan dengan smartphone, sehingga jika smartphone rusak atau sinyal error maka performa kunjungan dan jam kerja tidak bisa terdeteksi. Marketer yang memiliki niat buruk bisa saja smartphone aplikasi sadix dititipkan kepada orang lain, sehingga orang lain tersebut yang melakukan kunjungan ke outlet, dan bisa saja mengaku smartphone rusak atau sinyal buruk.

Perusahaan juga sudah memfasilitasi dengan smartphone yang berisi aplikasi sadix dengan sim card dan paket data 2 giga untuk pemakaian 1 bulan. Selain itu juga ada dukungan support melalui whatsapp group khusus yang beranggotakan tim marketing yang menggunakan sadix beserta ASM dan pimpinan yang bertugas dengan Aplikasi sadix, melalui media ini karyawan sebenarnya bisa menanyakan langsung, atau berkonsultasi jika terdapat kendala terkait penggunaan aplikasi sadix di lapangan.

Hasil dari FGD dan wawancara diatas didukung dengan jawaban kuisisioner sebagai berikut, pernyataan terkait Standar operasional prosedur tentang aplikasi sadix diinformasikan dengan baik, responden mayoritas menyatakan setuju dan sangat setuju, jika dikaitkan dengan informasi pada FGD yakni marketer mendapatkan penjelasan SOP Aplikasi Sadix secara sekilas. Pernyataan terkait saya menerima penjelasan, dan tutorial penggunaan aplikasi sadix dengan baik, paling banyak responden menyatakan setuju, hal ini didukung dengan pernyataan pada FGD bahwa secara umum terkait penggunaan aplikasi sadix dijelaskan dari atasan kepada marketer. Pernyataan terkait saya menerima evaluasi terkait pelaksanaan aplikasi sadix paling banyak responden menyatakan setuju dan sangat setuju, hasil ini selaras dengan jawaban narasumber pada FGD bahwa report penggunaan aplikasi sadix selalu disampaikan kepada karyawan. Pernyataan terkait saya tertib dan teratur dalam menggunakan aplikasi sadix sesuai SOP yang berlaku, paling banyak responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Pernyataan bahwa aplikasi Sadix dapat memperlancar tugas saya, paling banyak responden menyatakan setuju dan sangat setuju, jika dikaitkan dengan hasil FGD bahwa aplikasi Sadix mampu meningkatkan kedisiplinan, serta membantu data kunjungan marketer.

Penerapan Sadix dengan baik dapat mendorong pencapaian target penjualan, paling banyak responden menyatakan ragu-ragu atau netral dan tidak setuju, hal ini selaras dengan jawaban narasumber FGD bahwa aplikasi Sadix tidak bisa meningkatkan target penjualan. Penggunaan aplikasi Sadix dapat meningkatkan kinerja dan pencapaian target paling banyak responden menyatakan netral atau ragu-ragu serta menyatakan tidak setuju, hal ini jika dikaitkan dengan hasil FGD yakni aplikasi Sadix tidak bisa untuk mencapai target penjualan, jadi hanya untuk repport kunjungan marketer di outlet. Hal ini juga dibuktikan dengan data pencapaian sales bahwa performa kenaikan sales pada tahun 2018 tidak sebagus pencapaian sales growth pada tahun 2016-2017. Karyawan setuju bahwa aplikasi sadix dapat memperlancar tugas dan meningkatkan kesiapan kerja. Target kunjungan outlet yang tinggi membuat marketer terbatas untuk melakukan komunikasi, negoisasi, serta personal selling pada outlet.

Hasil audit menunjukkan bahwa kepuasan mengevaluasi beberapa factor standar operasional prosedurs terkait Aplikasi sadix, tutorial penggunaan aplikasi sadix, serta manfaat aplikasi sadix untuk dapat mendorong pencapaian target pada PT Enzim Bioteknologi Internusa menurut penilaian dari karyawan di Area Jateng dan DIY adalah kurang. Sedangkan evaluasi terhadap pelaksanaan aplikasi sadix, manfaat aplikasi sadix bagi tugas pada PT Enzim Bioteknologi Internusa menurut penilaian dari karyawan di Area Jateng dan DIY adalah baik.

Aplikasi sadix jika dipergunakan dengan baik dapat memperlancar tugas tim marketing dan sebagai media penyampaian informasi akurat dari marketer didaerah kepada manajemen. Manajemen perlu menyampaikan SOP penggunaan aplikasi sadix dan secara kontinue melakukan meeting evaluasi penggunaan aplikasi sadix,

perusahaan juga perlu menerapkan punishment kepada marketer yang tidak tertib menggunakan aplikasi sadix.

Hasil FGD ada yang mengungkapkan bahwa marketer tidak mendapatkan SOP sadix secara tertulis namun hanya mendapatkan secara sekilas serta SOP dijelaskan secara umum kepada tim marketing. Padahal menurut Georgge dan Jones dalam Bungin (2015) dengan menyediakan informasi yang memadai terkait metode pelaksanaan pekerjaan serta metode keputusan yang dibuat oleh manajemen kepada anggota kerja membantu meningkatkan prestasi kerja yang tinggi. Manajemen penting untuk menyampaikan alasan kebijakan penggunaan aplikasi sadix serta penjelasan yang jelas tentang SOP Sadix.

Organisasi tidak dapat bekerja tanpa system komunikasi internal yang efektif, namun dalam praktik system komunikasi internal penuh dengan persoalan-persoalan yang rumit, sedangkan tanggung jawab manajemen adalah memelihara sistem komunikasi yang efektif (hardjana, 2014). Sehingga manajemen perlu menjaga sistem komunikasi pada perusahaan dan juga media komunikasi yang digunakan untuk mendukung sistem komunikasi. Penerapan program maupun aplikasi baru yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja karyawan juga perlu dievaluasi dari tahap penyampaian informasi, sosialisasi Sistem Operasional Prosedur, evaluasi penggunaan aplikasi, dan kinerja tim marketing ketika menggunakan aplikasi tersebut, serta mengevaluasi umpan balik dari karyawan.

Conclusion

PT Enzim Bioteknologi Internusa memanfaatkan aplikasi sadix sebagai penunjang media komunikasi antara marketer terhadap manajemen dengan fungsi utama untuk memberikan informasi terkait kinerja kunjungan marketer setiap hari kerja. Akan tetapi aplikasi sadix ini masih memiliki beberapa kelemahan salah satunya belum dilengkapi fitur yang dapat memberikan feedback secara langsung dari manajemen atau atasan melalui aplikasi sehingga masih membutuhkan media komunikasi lain dalam penyampaian feedback evaluasi dan lainnya. Selain itu berdasarkan data performa penjualan PT Enzim Bioteknologi Internusa area Jateng dan DIY pada tahun 2018 mengalami penurunan. Sehingga dilakukan audit komunikasi terkait kualitas informasi dan penggunaan aplikasi sadix pada marketer PT Enzim Bioteknologi Internusa area Jateng dan DIY. Kesimpulan dari hasil dari audit komunikasi adalah sebagai berikut:

Hasil audit komunikasi pada PT Enzim Bioteknologi Internusa , pada kepuasan terhadap komunikasi organisasi adalah secara garis besar tim marketing di area Jateng dan DIY puas dengan komunikasi yang terjadi di perusahaan, hanya dibebberapa titik saja yang belum puas. Berdasarkan hasil audit komunikasi pada karyawan PT Enzim area Jateng dan DIY pada aspek kepuasan dimensi informatif yaitu pada kualitas informasi memang ada yang menyatakan kurang jelas akan tetapi bukan terkait informasi terkait aplikasi sadix. penyampaian informasi dari perusahaan juga sudah

sesuai dengan kebutuhan karyawan berdasarkan hasil audit komunikasi cukup baik. Berdasarkan hasil audit komunikasi terhadap aspek komunikasi subordinasi, horizontal dan manajemen atas bahwa pada pernyataan mengenai diberikan informasi yang jelas mengenai arah organisasi kedepan hasilnya sebagian responden ragu dan tidak setuju sehingga pada aspek ini dinilai masih kurang. Sedangkan terkait pernyataan penyampaian informasi dan penjelasan SOP pekerjaan sudah cukup baik. Akan tetapi pada penyampaian SOP aplikasi sadix masih kurang jelas dan detail terhadap penyampaiannya. Hasil audit komunikasi terhadap komunikasi horizontal baik, Komunikasi diagonal juga berjalan baik sedangkan komunikasi vertikal juga baik hal ini tentu mendukung pelaksanaan aplikasi sadix yaitu marketer bisa berdiskusi dengan rekan nya atau bertanya serta memberikan konfirmasi pada divisi lain jika terjadi permasalahan tentang aplikasi tersebut. Akan tetapi terkait penyerapan informasi, masukan untuk pertimbangan dalam keputusan kebijakan baru masih dinilai kurang oleh karyawan. Penyerapan informasi dari bawah keatas mendorong komunikasi partisipasi sangat banyak dampak positif bagi manajemen. Kepuasan terhadap lingkungan komunikasi, pengawasan, serta umpan balik cukup baik.

Hasil audit terhadap penggunaan aplikasi sadix sudah dilaksanakan oleh marketer PT Enzim Bioteknologi Internusa area Jateng dan DIY cukup baik, SOP sudah disampaikan hanya kurang detail karena pemahaman tiap karyawan berbeda-beda. Evaluasi penggunaan Sadix juga sudah dilakukan periodic oleh manajemen pusat melalui email serta di lakukan evaluasi melalui meeting rutin yang dilakukan oleh Area Sales Manager Jateng dan DIY akan tetapi masih ada beberapa marketer yang kurang disiplin menggunakan Aplikasi Sadix. Aplikasi ini dapat memperlancar tugas dan meningkatkan kedisiplinan marketer dalam bekerja namun tidak bisa secara langsung berdampak pada pencapaian target. Target kunjungan outlet pada aplikasi sadix tinggi sehingga membuat marketer terbatas untuk melakukan komunikasi, negoisasi, serta personal selling pada outlet.

Saran

Hasil audit komunikasi bahwa terdapat titik kritis pada keutuhan organisasi yaitu pentingnya penyampaian program organisasi kedepan serta perlunya penyampaian kebijakan dengan jelas, serta pada komunikasi dengan manajemen atas yaitu sebelum suatu kebijakan baru diterapkan perlu menampung aspirasi, serta umpan balik dari karyawan terlebih dahulu. Sedangkan penggunaan aplikasi sadix pada PT Enzim Bioteknologi Internusa terkait penyampaian evaluasi yang masih belum optimal serta fungsinya belum berdampak secara langsung terhadap performa pencapaian target penjualan. Perusahaan hendaknya secara continue melakukan audit komunikasi, sehingga potensi masalah dapat segera dideteksi dan diberikan rekomendasi solusi.

Hasil rekomendasi atau saran dari audit komunikasi adalah sebagai berikut: peningkatkan kualitas komunikasi vertical, Aplikasi Sadix sebaiknya tetap digunakan walaupun belum secara langsung dapat meningkatkan kinerja tetapi dapat

meningkatkan kedisiplinan dan memantau kunjungan tim marketing, evaluasi Aplikasi Sadix sebaiknya disampaikan secara harian dan bisa disampaikan secara langsung ke marketer yang bersangkutan melalui aplikasi WhatssAap, serta evaluasi tidak hanya jam check in dan check out tetapi kualitas kunjungan tim marketing ke tiap outlet dan kegiatan apa saja yang dilakukan marketer pada outlet. Audit komunikasi selanjutnya dapat menyeluruh pada divisi marketing secara nasional.

References

- Alvian yusak. 2016. Audit mini mengenai kepuasan komunikasi organisasi di UD Prima Jaya. *Jurnal e-komunikasi* Vol 4 No 1.
- Arianto Dwi Agung Nugroho. 2015. Pengaruh Komunikasi Organisasi dan Kompensasi terhadap semangat kerja karyawan . *Jurnal Economia*. Vol 11 No 2.
- Astuti Atika.W. 2018, "Audit Komunikasi Program One Village One Cummunity PT RAPP Estate Baserah Kabupaten Kuantan Singgigi", Vol 5. *Jurnal Online Mahasiswa UNRI Edisi II*.
- B Sutopo, (2002), *Metode penelitian Kualitatif, Dasar Teori dan Penerapannya dalam Penelitian*, Surakarta: UNS Press.
- Calgary Maureen Bogdanowicz. Alberta. 1992. *The communication Audit: Information Flow and The Organization*. *Canadian Journal for Studies in Discourse and Writing*. Vol 10 No 1
- Creswell John. (2019). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*, Pustaka pelajar: Yogyakarta
- Ghozali, Imam. (2013), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hardjana, Andire. (2014), "Audit Komunikasi Internal". *Interact* Vol 3, No 2, hal. 1-17.
- Hart.C, Plemmons.T, Stulz.K dan Vroman Margo, (2017), "Auditing Communication efeectiveness in Higher Education: A team Based Study by MBA Students. *Contemporary Issues in Education Research*", Volume 10, No.2.
- Indayani Novia. (2013) . *Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai*. *Jurnal Administrasi Publik*. Vol 1 No 8.
- Miller Katherine. 2015. *Organizational Communication, Approaches and processes*. Cengage Learning. USA
- Mohammed Rosli. Bungin Burhan. (2015). *Audit Komunikasi*. Prenadamedia: Jakarta.
- Mulawarman Krisna, Rosilawati Yeni. 2014. *Komunikasi Organisasi pada Dinas Perijinan Kota Yogyakarta Untuk meningkatkan Pelayanan*. *Jurnal Makna*. Vol. 5 No. 1.
- Nugroho, A.A (2012), "Pengaruh Komunikasi Organisasi dan Kompensasi Terhadap Semangat Kerja Karyawan", *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*.
- Nurdin, I. Cangara, H. Dan Salim Iqbal. (2014), "Audit Komunikasi terhadap program sosialisasi pembangunan T/L 150 KV Maros Sungguminasa PT PMN Pikitring Sulmapa". *Jurnal Komunikasi Kareba*, Vol. 2, No.1.
- Panghegar, F.S (2013), "Audit Komunikasi Organisasi Horisontal Departemen Front Office Singgasana Hotel Surabaya", *Jurnal E-Komunikasi*, Vol. 1, No. 1.

- Ramadani, D. Lestari, P. dan Susilo, E. (2015). "Audit Komunikasi Organisasi Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) Yogyakarta", Jurnal Komunikasi ASPIKOM, Volume 2, No. 4, hal. 282-290.
- Riyantini, K. dan Triyono, A. (2016). "Pengaruh Kepuasan Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Di Sekretariat DPRD Kota Singkawang", Jurnal Informasi Kajian Ilmu Komunikasi, Volume 46, No. 2
- Sabran, R, (2006). Kepentingan Audit Komunikasi, Seminar Kebangsaan Komunikasi Universiti Utara Malaysia.
- Sidabutar, Felina Susianti. 2015. Komunikasi Organisasi dan Kinerja Pegawai. Jurnal Ilmu Komunikasi FLOW Universitas Sumatra Utara. Vol 2 No, 11
- Sidabutar, Felina Susianti. 2015. Komunikasi Organisasi dan Kinerja Pegawai. Jurnal Ilmu Komunikasi FLOW Universitas Sumatra Utara. Vol 2 No, 11
- Suwatno.2008. Audit Komunikasi sebagai Alat Mengukur Efektifitas dan Efisiensi Komunikasi Organisasi. Jurnal Managerial .Vol 7 No. 13
- Syahputra Bima . 2015. Hubungan Komunikasi Internal terhadap Kinerja Pegawai Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kampar. Jom FISIP. Vol 2 No. 1
- <https://enzim.com/>
- <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>