

PENGARUH KOMUNIKASI HORIZONTAL TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN AYAM PENYET SURABAYA JL. DR. MANSYUR

Oleh:

Masliana Tarigan ¹⁾,

Emmelia Ginting ²⁾

Universitas Darma Agung, Medan ^{1,2)}

E-mail:

maslianatarigan@gmail.com ¹⁾

emilginting@yahoo.com ²⁾

ABSTRACT

This study aims at determining how horizontal communication affects increasing sales at Surabaya's Penyet Chicken on Jalan Dr. Mansyur Medan. The research method used in this research is quantitative descriptive using the Alpha formula. The population in this research is all employees working at Surabaya's Penyet Chicken, amounting to 29 people and the sample used is total sampling. The results show that there was a low but certain effect between horizontal communication (X) on increasing sales of Surabaya Penyet Chicken (Y).

Keywords: *Horizontal Communication, Increasing Sales*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi horizontal terhadap peningkatan penjualan di Ayam Penyet Surabaya di Jalan Dr. Mansyur Medan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan rumus alpha. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang bekerja di Ayam Penyet Surabaya yang berjumlah 29 orang dan sampel yang dipergunakan adalah total sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang rendah tapi pasti antara komunikasi horizontal (X) terhadap peningkatan penjualan Ayam Penyet Surabaya (Y).

Kata Kunci: *Komunikasi Horizontal, Peningkatan Penjualan*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Keberhasilan dan kesuksesan suatu organisasi pada dasarnya lebih ditentukan oleh kebijaksanaan dalam menata dan mengembangkan kondisi-kondisi internal termasuk disini sistem komunikasi yang terjadi pada organisasi tersebut. Tanpa penataan dan pengembangan dibidang komunikasi internal perusahaan, maka segala

aktifitas internal organisasi dapat dikatakan akan menjadi tidak berguna karena setiap perusahaan terlebih dahulu menata bagian dalam perusahaannya.

Bidang internal meliputi kondisi dan pengaruh-pengaruh yang terdapat di dalam lingkungan perusahaan itu sendiri seperti masalah sumber daya manusianya, hubungan (*Relationship*) serta keharmonisan hubungan antara

sumber daya manusia dalam organisasitersebut.

Aspek yang sangat penting bagi kesuksesan organisasi adalah karyawan, sebelum ada hubungan dengan konsumen atau pelanggan, lingkungan, investor dan pihak lain yang ada diluar organisasi manajemen harus terlebih dahulu memperhatikan orang-orang yang bekerja dan terkait didalamnya. Karena orang-orang yang bekerja didalamnya yang akan menjadi tonggak utama pencapaian tujuan suatu organisasi. Mempertahankan hubungan karyawan yang baik dalam organisasi adalah pra-syarat untuk keberhasilan organisasi. Hubungan karyawan yang kuat diperlukan produktifitas yang tinggi serta adanya kepuasan dalam pekerjaan. Hubungan karyawan yang kuat tergantung kepada lingkungan kerja yang nyaman dan aman serta sistem komunikasi yang efektif dalam organisasi. Hubungan karyawan yang baik menyebabkan karyawan lebih efisien, termotifasi dan produktif yang selanjutnya akan meningkatkan penjualan organisasi perusahaan.

Dalam suatu organisasi terdapat bentuk komunikasi, baik vertikal maupun horizontal. Komunikasi horizontal adalah suatu komunikasi yang terjadi di antara orang-orang yang memiliki fungsi jabatan atau kedudukan yang sama dalam suatu organisasi, sedangkan vertikal adalah komunikasi antara atasan dan bawahan atau memiliki kedudukan yang berbeda. Komunikasi horizontal merupakan salah satu saluran komunikasi yang dapat dipergunakan sesama pegawai. Komunikasi ini sangat penting agar sesama pegawai dapat saling mengerti tentang kinerjanya masing-masing.

Komunikasi horizontal yang baik akan mengakibatkan pegawai dapat saling berbagi informasi yang penting bagaimana cara atau teknik agar tujuan organisasi dapat tercapai. (Muhammad,2004:110). Selanjutnya(Panggabean 2004:127) menjelaskan bahwa: dari berbagai hasil penelitian

dapat diketahui bahwa keadilan ditempat kerja atau keadilan mengelola sumber daya manusia dapat mempengaruhi kepuasan kerja, keterikatan organisasi dan ketekunan bekerja.

Selanjutnya ketiga komponen sikap tersebut dapat mempengaruhi perilaku individu dan pada gilirannya akan mempengaruhi suatu organisasi, bahkan efektifitas dari dua organisasi bisa berbeda walaupun keduanya beroperasi dalam lingkungan yang sama, memakai peralatan yang sama, menguasai teknologi yang sama dan memiliki latar belakang pendidikan yang sama.

Perbedaan keberhasilannya sebagian besar disebabkan oleh pola-pola perilaku yang berkembang dalam lingkungan suatu organisasi perusahaan. Anggota organisasi melaksanakan pekerjaan secara efektif yakni mengikat diri dengan organisasi, bersikap jujur dalam pekerjaan, meraih peningkatan karir dalam organisasi secara bersemangat, mendukung para rekan, menawarkan gagasan inovatif bagi perkembangan organisasi kedepannya.

Iklm komunikasi horizontal yang efektif diyakini mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap peningkatan penjualan suatu organisasi perusahaan. Penjualan adalah suatu hasil yang dicapai oleh suatu organisasi perusahaan. Dari hasil penjualan seorang pegawai dapat digaji . Kebiasaan seperti pendapatan suatu organisasi rendah maka gaji karyawan akan rendah, sedangkan apabila pendapatan suatu perusahaan tinggi maka gaji karyawan akan tinggi. Sistem penggajian jenis ini sangat mempengaruhi kinerja para pegawai. Terdapat kecenderungan apabila penggajian suatu organisasi tinggi maka karyawan bekerja lebih semangat tapi hal itu tidak lepas dari faktor lain dalam organisasi tersebut. Hampir setiap organisasi menyatakan bahwa manusia adalah aset terpenting untuk organisasi dan secara halus hal tersebut dilaksanakan dengan menghargai para sumber daya manusia yang dimiliki oleh

suatu organisasi namun seringkali bertentangan dengan kenyataan yang terjadi. Lemahnya komunikasi horizontal dilakukan akibat adanya kesulitan melakukan komunikasi horizontal antar pegawai mengakibatkan lemahnya koordinasi yang berdampak pada penjualan.

Ayam Penyet Surabaya merupakan suatu organisasi yang bergerak dibidang kuliner. Ayam Penyet Surabaya Jl. Dr. Mansyur Medan memiliki 29 pegawai yang dapat dibagi dalam 6 yaitu 2 spp, 1 kepala produksi, 11 produksi makanan dan minuman, 2 belanja, 5 kasir, 8 weaters/cleaning service. karena semakin lama terbukti kualitas dan mutunya maka masyarakat semakin mengenal sehingga banyak yang menjadi langganan tetap dari Ayam Penyet Surabaya Jl. Dr Mansyur, salah satunya adalah Universitas Sumatera Utara, setiap ada event yang diadakan Universitas tersebut misalnya seminar, bazar dan natal maka Ayam Penyet Surabaya di Jl. Dr.Mansyur adalah produsen mereka dalam menyediakan nasi kotak sebagai konsumsinya.. Hasil penjualan yang tinggi didapatkan pada saat hari Raya dan Natal, di mana penjualan pada moment tersebut akan lebih meningkat. Para pegawailah yang menjadi tonggak utama penyelesaian dan pencapaian penjualan tersebut.

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan diatas, penulistertarik untuk mengetahui peranan komunikasi horizontal yang tercipta dalam pengembangan kebijaksanaan perusahaan yang berguna untuk peningkatan penjualan sdi perusahaan Ayam Penyet Surabaya Jl. Dr.Mansyur Medan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Komunikasi

Menurut Sir Gerald Barry berasal dari bahasa latin yaitu '*Communicare*' yang artinya bercakap-cakap, berpidato, minta nasehat atau berunding, Sedangkan menurut Wilbur Schramm istilah komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *communis* yang artinya sama.

Jadi jika kita mengadakan komunikasi dengan pihak lain, maka kita menyatakan gagasan kita untuk mendapatkan kesamaan dengan pihak tertentu mengenai obyek yang disampaikan.

Pendapat beberapa ahli tentang komunikasi yaitu:

1. Susanto (1996:33) mengatakan "bahwa komunikasi adalah proses pengoperan lambang-lambang yang mengandung arti atau makna".

2. Carl. I Hovland (dalam Djoenasih dan Sunarjo) mengatakan bahwa "komunikasi sebagai proses perpindahan lambang-lambang untuk merubah tingkah laku orang".

Ditarik kesimpulan bahwa komunikasi adalah suatu ilmu yang mempelajari tentang pernyataan manusia baik yang ditujukan untuk perorangan maupun khalayak baik yang biasa maupun yang aktual yang mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk mempengaruhi, memperkuat, merubah pendapat, dan merubah sikap dan perilaku.

Menurut Joseph De Vito (Sembiring, 1989:50) ada enam karakteristik untuk komunikasi yang efektif yaitu:

- a. Keterbukaan yaitu adanya keinginan untuk membuka diri dan menerima apa yang disampaikan oleh orang lain.
- b. Adanya empati atau merasakan apa yang orang lain sampaikan.
- c. Dukungan terdapat suatu kondisi atau situasi yang mendukung.
- d. Rasa positif yaitu suatu keadaan yang saling mempercayai satu sama lain.
- e. Kesamaan, kesamaan dalam f antara pembicara dengan si pendengar

Komunikasi bukan hanya sekedar transfer makna melainkan mengandung suatu proses transaksional yaitu yang akan berkaitan erat dimana orang berkomunikasi dengan pihak lainnya dalam upaya membentuk suatu makna serta mengembangkan harapan-harapannya(Ruslan, 2002:92).

Komponen utama pada kegiatan proses komunikasi yaitu:

1. Komunikator

Adalah seseorang atau sekelompok orang yang menyampaikan suatu pesan

kepada orang lain dalam kegiatan komunikasi. Komunikator dapat menyampaikan suatu pesan secara langsung dan tidak langsung, lisan dan tulisan serta verbal maupun nonverbal. Komunikator pada umumnya menyampaikan pesan-pesan secara individual ataupun secara pribadi.

2. Pesan

Pesan adalah lambang-lambang yang bermakna atau lambang-lambang yang menyampaikan pemikiran dan perasaan komunikator. Pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi pada umumnya dinyatakan dalam bentuk bahasa. Karena bahasa dapat menyatakan konsep, gagasan dan emosi manusia dan penggunaan bahasa nonverbal seperti kontak mata, mimik wajah dan bahasa tubuh.

Pada proses komunikasi terdapat suatu tahap penerimaan pesan yaitu:

- Attention* yaitu Perhatian.
- Interest* yaitu adanya kepentingan.
- Desire* yaitu keinginan untuk melakukan pesan.
- Decision* yaitu keinginan untuk merealisasikan pesan.
- Action* yaitu tindakan atau kesediaan untuk melaksanakan pesan tersebut.

3. Komunikan

Komunikan adalah seseorang atau sekelompok orang yang menjadi sasaran dari pada komunikator dalam menyampaikan pesan dalam suatu proses komunikasi.

4. Media

Media adalah alat yang dipakai oleh komunikator untuk menyampaikan suatu pesan kepada si komunikan. Media pada umumnya digunakan ketika komunikator ingin menyampaikan pesan kepada komunikan yang berada pada tempat jauh.

5. Feed Back

Yaitu umpan balik yang diharapkan seorang komunikator terhadap si komunikan atas pesan yang disampainya sehingga dia mengetahui apakah pesan yang disampaikan berhasil atau tidak. Efek

dapat berbentuk verbal, nonverbal atau bisa juga keduanya

Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal merupakan komunikasi dua arah yang berlangsung antara komunikator dengan komunikan yang mempunyai tingkat, kedudukan, dan wewenang yang sama atau pertukaran pesan di antara orang-orang yang sama tingkatannya.

Tujuan komunikasi Horizontal :

- Mengkoordinasikan tugas-tugas.
- Saling membagi informasi untuk perencanaan dan aktifitas-aktifitas.
- Memecahkan masalah yang timbul di antara orang-orang yang berbeda dalam tingkatan yang sama.
- Menyelesaikan konflik antara anggota yang ada dalam bagian organisasi maupun yang di luar organisasi.
- Menjamin pemahaman yang sama.

Keuntungan dari Komunikasi Horizontal:

- Adanya dialog antara komunikator dengan komunikan, sehingga menimbulkan kepuasan di antara kedua belah pihak.
- Informasi yang di terima menjadi lebih jelas, lebih akurat dan lebih tepat, karena diperoleh langsung penjelasannya.
- Memunculkan rasa kekeluargaan, dan kekerabatan.
- Menghindari kesalah pahaman.

Proses Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah suatu proses komunikasi yang menggunakan media yaitu bahasa atau simbol-simbol yang biasa digunakan untuk mentransfer pesan-pesan dari pemberi pesan ke penerima pesan melalui proses komunikasi agar diperoleh suatu hasil yang sangat berarti bagi suatu organisasi."(DjokoPurwanto, 2003:20). Dan dalam penelitian ini akan memfokuskan kepada bentuk

komunikasi horizontal yang terjadi di sebuah organisasi.

Saluran Komunikasi Dalam Organisasi

Adapun saluran-saluran komunikasi formal yang biasa terdapat dalam organisasi adalah:

A. Berdasarkan Arah Komunikasi

1. Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal terdiri dari komunikasi ke atas dan ke bawah sesuai rantai perintah. Komunikasi ke bawah (*Downward Communication*) dimulai dari manajemen puncak kemudian mengalir ke bawah melalui tingkatan-tingkatan manajemen sampai karyawan dan personalia paling bawah. Maksud utama komunikasi ke bawah adalah untuk memberikan pengarahan, informasi, instruksi, nasehat/sasaran dan penilaian kepada bawahan serta memberikan informasi kepada para anggota organisasi tentang tujuan dan kebijaksanaan organisasi.

2. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal meliputi hal-hal berikut ini:

- a. Komunikasi di antara bagian-bagian yang memiliki posisi sejajar dalam suatu organisasi
- b. Komunikasi yang terjadi antara dan diantara departemen-departemen pada tingkatan organisasi yang sama. Bentuk komunikasi ini pada dasarnya bersifat koordinatif, dan merupakan hasil dari konsep spesialisasi organisasi. Sehingga komunikasi ini dirancang untuk mempermudah koordinasi dan penanganan masalah.

3. Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal merupakan komunikasi yang memotong secara menyilang diagonal rantai perintah organisasi. Hal ini sering terjadi sebagai hasil hubungan-hubungan departemen lini dan staf. Hubungan-hubungan yang ada antara personalia dan staf dapat berbeda-beda, yang akan membentuk beberapa komunikasi diagonal yang berbeda-beda pula.

Pengelolaan Komunikasi

Menurut Djoko Purwanto (2006:46), ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam mengelola komunikasi:

1. Penanganan Pesan-Pesan Rutin
Volume pesan-pesan (tertulis) pada umumnya dalam organisasi besar lebih banyak dari pada dalam organisasi berskala kecil, tetapi semua organisasi memusatkan perhatiannya pada bagaimana memaksimalkan manfaat (*benefit*) dan kegiatan komunikasi dengan biaya (*cost*) tertentu. Untuk dapat memaksimalkan manfaat dan meminimalkan biaya tersebut, seorang manajer perlu memperhatikan berbagai hal berikut:
 - a. Mengurangi Jumlah Pesan
Arus pesan dalam suatu organisasi yang disampaikan secara lisan maupun tulisan perlu dikelola dengan baik. Dalam hal ini, seorang pemimpin organisasi perlu menentukan skala prioritas pesan.
 - b. Instruksi yang jelas
Kesalahan yang menyebabkan macetnya komunikasi yang disebabkan ketidakjelasan instruksi. Dalam hal ini seorang pimpinan mempunyai tanggung jawab khusus untuk membuat setiap orang dalam organisasi tahu apa yang harus dilakukan dan paham akan kebutuhan dan tujuan organisasi secara keseluruhan, sehingga ia dapat menghindari dirinya dari kesalahan memberi instruksi.
 - c. Mendelegasikan wewenang
Tujuan organisasi secara keseluruhan dapat tercapai bila manajer mempunyai kepercayaan bahwa orang lain dapat menyelesaikan pekerjaan yang dibebankan kepada mereka.
 - d. Melatih tugas, sebuah organisasi dapat dianjurkan untuk menyelenggarakan semacam bentuk pelatihan keterampilan berkomunikasi bagi orang-orang yang pekerjaannya/tugasnya

berhubungan erat dengan masalah komunikasi. Pelatihan ini mencakup paling tidak preferensi gaya organisasi dan falsafah-falsafah komunikasi.

Penjualan

Penjualan merupakan pembelian sesuatu berupa barang atau jasa dari satu pihak kepada pihak yang lain dengan mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut. Sedangkan aktifitas penjualan adalah pendapatan utama pada suatu perusahaan karena jika aktifitas penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka secara tidak langsung dapat merugikan perusahaan. Marom (2002:24) Menyatakan bahwa "penjualan adalah penjualan barang dagangan sebagai bentuk usaha pokok perusahaan yang biasanya dilakukan secara teratur".

Tujuan Penjualan

Tujuan suatu perusahaan kegiatan penjualan adalah kegiatan yang penting karena dengan adanya kegiatan penjualan tersebut maka akan terbentuk laba yang dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan.

Tujuan umum penjualan yang dimiliki perusahaan adalah untuk:

1. Mencapai volume penjualan.
2. Mendapatkan laba yang tinggi.
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan.
4. Menciptakan dan mengembangkan suatu organisasi ketahap yang diinginkan.

Ada 2 hal penting dalam penjualan yaitu:

- a. Internal termasuklah disini riset pasar, perencanaan produk, pengembangan perencanaan dan target usaha serta perencanaan langkah-langkah yang perlu diambil.
- b. Eksternal yang menghubungkan dengan hal-hal diluar perusahaan aktifitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor tertentu yang dapat meningkatkan aktifitas perusahaan, oleh karena itu manager penjualan perlu memperhatikan

faktor-factoryang mempengaruhi penjualan baik dari segi kondisi dan kemampuan penjualan adalah:

1. Kondisi Pasar
2. Modal
3. Kondisi organisasi pasar

Pendapatan suatu organisasi tidak hanya didapatkan pada penjualan dalam organisasi tersebut tetapi juga mengandalkan pendapatan yang berasal dari kegiatan yang lainnya. Pendapatan lain tersebut berasal dari:

a. Pesanan

Pesanan yang diterima baik dalam jumlah besar maupun kecil dapat dipertanyakan kepada atasa tentang kesesuaian harganya. Pemesanan ini memiliki keuntungan misalkan promosi gratis yang bisa mendatangkan konsumen.

b. Penjualan Perorangan

Penjualan perorangan ini di Ayam Penyet Surabaya disebut juga penjualan malam karena melebihi jam tutup outlet dan dilakukan oleh karyawan yang menempati dan menjaga outlet.

Peningkatan penjualan pada dasarnya membutuhkan tahap-tahap tidak ada satu perusahaan barang dan jasa yang langsung memeiliki pendapatan tinggi, selalu disertai diawali dengan harga yang kecil. Dalam suatu perusahaan maka keefektifan yang terjadi pada komunikasi pada dasarnya tergantung bagaimana orang-orang yang ada dalam suatu pekerjaan.

3. METODE PELAKSANAAN

Untuk melengkapi bahan ataupun data, penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu suatu metode penelitian yang memaparkan apa yang terjadi dengan kelengkapan data.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Ayam Penyet Surabaya Jl. Dr. Mansyur Medan, dan penelitian ini dilakukan selama bulan Juni- Agustus 2019.

Populasi Dan Sampel

Menurut Nabawi (1989:143) Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda,

hewan, tumbuhan, gejala-gejala, nilai test atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber daya yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian. Populasi juga mengandung dua dimensi yaitu subyek dan obyek, untuk mendapatkan suatu kesimpulan maka peneliti menjadikan populasi dalam penelitian ini adalah karyawan Ayam Penyet Surabaya Jl. Dr Mansyur Medan yang berjumlah 29 orang.

Sampel adalah sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian. Sehubungan dengan besarnya populasi hanya 29 orang, oleh sebab itu peneliti menggunakan total sampling.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan oleh peneliti adalah:

a. Angket atau kuesioner. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Kuesioner dapat dibedakan dalam dua hal yaitu kuesioner terbuka dan tertutup, maka peneliti menggunakan kuesioner tertutup jadi responden sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih.

b. Rumus alpha digunakan untuk mencari realibilitas instrumen yang digunakan pada suatu angket atau soal bentuk uraian (Arikunto, 2010:239).

$$r_s = \frac{k}{(k-1)} \left(1 - \frac{\sum ab^2}{a^2 t} \right)$$

r_s = Realibilitas instrumen

K = banyaknya pertanyaan/banyaknya soal

$\sum ab^2$ = jumlah varians butir

$a^2 t$ = varians total

Tapi terlebih dahulu dihitung harga varians dengan rumus =

$$s^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

s^2 = Varians skor

$\sum x$ = jumlah skor total

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat total

N = Sampel

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Tentang Ayam Penyet Surabaya Jl. Dr. Mansyur Medan. Ayam Penyet Surabaya dimiliki oleh bapak PUSPO WARDOYO. Ayam Penyet Surabaya adalah suatu usaha yang bergerak di bidang kuliner seperti makanan dan minuman, yang di manager oleh Bapak Mahyudi selama 7 tahun. Ayam Penyet Surabaya merupakan salah satu cabang dari Wong Solo Group, dan salah satu cabang yang masih berdiri dan dinikmati sampai saat ini. Meski pada saat ini banyak rumah makan yang berdiri di Jl. Dr. Mansyur tetapi Ayam Penyet Surabaya tidak pernah ada matinya dan masih banyak dinikmati oleh orang – orang. Karyawan Ayam Penyet Surabaya sendiri masih memiliki karyawan yang setia mulai dari awal berdiri sampai saat ini masih tetap bekerja seperti biasa.

Karakteristik Responden

Dari hasil angket yang disebar dapat diketahuibahwa responden laki-laki berjumlah 17 orang (59 %) sedangkan responden wanita berjumlah 12 orang (41 %).

Untuk usia Responden dimulai dari 19-21 tahun yaitu sebesar 20,6% atau 6 orang, berusia 22-24 tahun sebesar 58,6% atau 17 orang, berusia 25-27 tahun sebesar 14,0% atau 4 orang dan selebihnya 6,8% atau 2 orang adalah responden yang memiliki umur diatas 29 tahun.

Sebanyak 96.6 % atau 28 orang responden memiliki jenjang pendidikan setingkat SMA dan jenjang pendidikannya SMP adalah 1 orang atau 3,4%.

Variabel X(Komunikasi Horizontal)

Jawaban responden yang terkait dengan item pertanyaan tentang Variabel X (Komunikasi Horizontal) adalah sebagai berikut:

Hasil Angket menunjukkan bahwaada 13,7 % (4 responden) menyatakan sangat setuju berkoordinasi langsung dengan area-area lain dalam

organisasi, 79,3% (23 responden) menyatakan setuju, dan 7,0% (2 responden) menyatakan kurang setuju berkoordinasi langsung dengan area-area lain dalam organisasi.

Terdapat 38 % atau 11 responden menyatakan sangat setuju dan 62% atau 18 responden menyatakan setuju ditempatkan di area manapun dalam menjalankan pekerjaan.

Sebanyak 20,6% atau 6 responden menyatakan sangat setuju memecahkan masalah yang timbul dalam organisasi, 76,0% atau 22 responden menyatakan setuju, dan sisanya 3,4% atau 1 responden menyatakan tidak setuju.

Hasil Angket menunjukkan bahwa 76,0% atau 22 responden menyatakan sangat setuju karyawan saling tolong menolong dalam menyelesaikan pekerjaan, sedangkan 24,0% atau 7 responden menyatakan setuju.

Hasil angket menunjukkan bahwa 31,1% (9 responden) menyatakan sangat setuju menggantikan rekan kerja ketika berhalangan datang, 58,6% (17 responden) menyatakan setuju dan 10,3% (3 responden) menyatakan kurang setuju menggantikan rekan kerja yang berhalangan datang.

Hasil angket menunjukkan bahwa 86,0% (25 responden) menyatakan sangat setuju karyawan bertanggung jawab atas kebersihan area masing-masing, sedangkan 14,0% (4 responden) menyatakan setuju karyawan bertanggung jawab atas kebersihan area masing-masing.

Hasil angket menunjukkan bahwa 38,0% (11 responden) menyatakan sangat setuju bersedia menerima pendapat karyawan yang lain 58,6% (17 responden) menyatakan setuju dan 3,4% (1 responden) menyatakan tidak setuju bersedia menerima pendapat karyawan yang lain.

Hasil Angket menunjukkan bahwa 55,3% (16 responden) menyatakan sangat setuju bersedia mengikuti

peraturan yang telah ditetapkan sebelumnya, 41,3% (12 responden) menyatakan setuju dan 3,4% (1 responden) menyatakan tidak setuju bersedia mengikuti peraturan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Hasil angket menunjukkan bahwa 76,0% (22 responden) menyatakan sangat setuju Saling berbagi informasi jika ada informasi yang baru dari atasan, sedangkan 24,0% (7 responden) menyatakan setuju saling berbagi informasi jika ada informasi yang baru dari atasan.

Variabel Y (Peningkatan Penjualan)

Dari hasil angket dapat diketahui bahwa sebanyak 44,8% responden sangat setuju bahwa mereka Bersedia lembur untuk mencapai volume penjualan, sedangkan 48,2% setuju, dan 7,0% menyatakan kurang setuju.

Sebanyak 10,3% responden sangat setuju bahwa Pulang lebih lama apabila pelanggan yang datang ramai sedangkan 72,4% menyatakan setuju, dan 17,3% menyatakan kurang setuju.

Dapat diketahui bahwa sebanyak 24,1% responden sangat setuju bahwa bersedia lembur jika ada pesenan diluar dari jam kerja sedangkan 62,2% menyatakan setuju, dan 13,7% menyatakan kurang setuju.

Dari hasil angket dapat diketahui bahwa sebanyak 27,5% responden sangat setuju bahwa harga dinaikkan apabila penjualan meningkat sedangkan 41,3% responden setuju, dan 31,2% responden menyatakan kurang setuju.

Dari hasil angket dapat diketahui bahwa sebanyak 65,5% responden sangat setuju bahwa mereka Menjaga kualitas produk, sedangkan 34,5% responden menyatakan setuju.

Sebanyak 31,2% responden sangat setuju bahwa bersedia mendengarkan apabila ada keluhan dari pelanggan sedangkan, 55,1% responden menyatakan setuju, dan 13,7% responden menyatakan kurang setuju.

Sebanyak 48,2% responden sangat setuju bahwa anda mempromosikan kualitas produk perusahaan sedangkan 44,8% responden setuju, dan 7,0% responden menyatakan kurang setuju.

65,5% responden sangat setuju bahwa memberikan pelayanan yang memuaskan kepada customer sedangkan 34,5% responden menyatakan setuju.

Pembahasan

Setiap perusahaan yang bergerak dibidang produksi maupun pelayanan ataupun jasa pada dasarnya memiliki dan dipengaruhi oleh kondisi dan situasi yang menentukan keberhasilan dan kesuksesan perusahaan itu sendiri termasuk salah satu adalah karyawan yang bekerja. Begitu juga yang terjadi di Ayam Penyet Surabaya setiap karyawan harus saling berkomunikasi untuk menyampaikan setiap informasi yang menyangkut tentang penyampaian tujuan yaitu peningkatan penjualan. Suatu komunikasi memiliki peran penting dalam lingkungan kerja. Pada suatu organisasi ada desentralisasi tugas maksudnya setiap karyawan memiliki tugas dan fungsi yang berbeda sehingga diperlukan komunikasi horizontal untuk menyatukan pendesentralisasian tugas dan fungsi tersebut agar tidak terjadi kesalah pahaman antara satu sama lain, karena akan berdampak pada pembuatan produk yang dijual, komunikasi horizontal terjadi karena karyawan yang bekerja masi memiliki jabatan yang sama yaitu sebagai pekerja tidak ada perbedaan yang menonjol yang diberlakukan oleh atasan karena setiap informasi yang disampaikan oleh atasan yang disampaikan dan di ketahui oleh seluruh karyawan yang bekerja.

Lain apabila komunikasi yang terjadi antara atasan dan bawahan komunikasi yang terjadi tersebut disebut dengan komunikasi vertikal. Setiap karyawan harus berkoordinasi langsung dengan area lain, dan bersedia ditempatkan diarea manapun, dalam menjalankan pekerjaan organisasi. Pemecahan

masalah yang timbul dalam organisasi merupakan hal yang sangat penting dalam hal pekerjaan, saling tolong menolong dalam menyelesaikan pekerjaan serta mengikuti seluruh peraturan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Suatu penjualan didapatkan dari pembelian barang dan jasa oleh seorang pelanggan, pelanggan yang membeli setiap produk dan jasa yang di tawarkan. Pendapatan perusahaan didapatkan dari hasil penjualan atau pembelian pelanggan, karyawan digaji dari pendapatan organisasi sedangkan tinggi rendahnya gaji di dasarkan dari seberapa pendapatan perusahaan yang di dapat, penggajian tersebut akan disesuaikan asalkan tidak sebaliknya misalkan pendapatan perusahaan tinggi sedangkan gaji karyawan rendah karena penggajian akan menuntut semangat kerja karyawan. Hal itu akan berpengaruh kepada keinginannya untuk melakukan yang terbaik untuk perusahaan.

Seluruh karyawan dapat saling mempromosikan kualitas produk perusahaan, dan menerima keluhan atau komplain yang muncul dari pelanggan agar pelanggan merasa terpuaskan dan pelanggan tetap, sehingga perusahaan tetap dapat berkembang dan terus maju. Adapun didalam Ayam Penyet Surabaya orang-orang yang bekerja didalamnya diklasifikasikan dalam 4 bagian, dan tiap unit di kepalai oleh salah satu karyawan, bukan berarti karyawan yang lain akan diabaikan. Hal tersebut dilakukan agar lebih mudah untuk menyelenggarakan dan mengawasi pelaksanaan tujuan yang akan dicapai. Maka setiap pemimpin harus menyampaikan apa-apa saja yang dituntut oleh pimpinan dari karyawan untuk peningkatan penjualan sehingga karyawan lebih mudah untuk melaksanakan apa yang diinginkan oleh atasan.

Dalam lingkungan pekerjaan tidak berlaku suatu sistem pekerjaan dimana karyawan baru akan dilimpahkan pekerjaan yang berat

sementara pegawai lama hanya dapat menyuruh. Dalam proses komunikasi horizontal juga berlaku adanya komunikasi antar pribadi karena pesan yang disampaikan tersebut secara personal. Dalam proses komunikasi antar pribadi dibutuhkan adanya saling pengertian, penterjemahan simbol-simbol antar sesama pegawai. Dalam suatu lingkungan sebaiknya tidak ada persaingan kerja yang tidak sehat.

Persaingan yang tidak sehat dapat terjadi karna adanya karyawan yang merasa ingin menonjolkan dirinya sehingga pegawai lainnya akan tersisih. Setiap pekerjaan yang dilakukan dalam suatu organisasi memerlukan komunikasi yang efektif dan baik. Jadi diharapkan dalam suatu lingkungan pekerjaan saling berkomunikasi adalah kunci dari setiap kegiatan karna dengan komunikasi suatu tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Hal ini dapat dijelaskan bahwa komunikasi mempunyai pengaruh terhadap peningkatan penjualan.

Pengujian Hipotesis

Dari penelitian yang didapatkan bahwa terdapat hubungan yang rendah tapi pasti, antara komunikasi horizontal antar pegawai (X) terhadap peningkatan penjualan di Ayam Penyet Surabaya (Y), hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang rendah tapi pasti antara komunikasi horizontal (X) terhadap peningkatan penjualan Ayam Penyet Surabaya (Y).

5. SIMPULAN

Kesimpulan

1. Meningkatkan penjualan adalah tujuan utama sebuah organisasi laba. Penjualan didapatkan dari sejumlah pelanggan yang datang dan membeli produk yang dijual oleh organisasi tersebut. Suatu penjualan dikatakan berhasil apabila hasil produksi habis perharinya dan dapat memenuhi target yang sudah ditentukan oleh pimpinan. Dari hasil penjualan tersebut akan diketahui oleh pimpinan dan karyawan

bahwa produk yang dihasilkan oleh organisasi diminati atau tidak oleh pelanggan yang datang.

2. Dalam arus komunikasi secara horizontal di Ayam Penyet Surabaya di Jl Dr Mansyur Medan sesama karyawan saling memberikan informasi, saling menolong, menjalin hubungan yang baik dengan semua karyawan yang bekerja, berkomunikasi dengan baik dan efektif, memberikan saran dan gagasan untuk peningkatan organisasi, tidak membuat perbedaan pekerjaan karna ada yang menganggap dalam melakukan pekerjaan ada senior dan junior sehingga ada pembagian kerja yang tidak adil.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 1997, Prosedur Penelitian, Jakarta Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2006. Sosiologi Komunikasi, Jakarta Prenada Media Group
- Cangara, H.
- Hafied. 2011. Pengantar Ilmu Komunikasi. Rajawali Pers. Jakarta
- Daryanto. 2010. Ilmu Komunikasi. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung
- Devito, Joseph, 1997, Komunikasi Antar Manusia. Kuliah Dasar Edisi ke Lima. Jakarta Profesional Book
- Djoenasih, Sunarjo, 1983. Himpunan Istilah Komunikasi. Yogyakarta
- Effendy, Uchjana. 2007. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Effendy, Uchjana. 1989. Kamus Komunikasi. PT. Mandar Maju. Bandung
- Effendy, 1998, Kepemimpinan dan Komunikasi, Bandung.
- Fajar Marhaeni. 2009. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Goldberg, Larson, 1985. Komunikasi Kelompok. Salemba. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.