

## **PERAN KOMUNIKASI TERHADAP CUSTOMER UNTUK MENINGKATKAN OMZET PEJUALAN PADA RUMAH MAKAN SEMUA SENANG GUNTUNG PAYUNG**

Lieta Dwi Novianti\*

### **ABSTRAK**

Latar belakang penelitian ini dilakukan, karena masalah peran komunikasi terhadap customer untuk meningkatkan omzet penjualan pada Rumah Makan Semua Senang Guntung Payung merupakan hal yang sangat penting. Komunikasi yang menjadi jembatan antara rumah makan dengan customer, mempunyai akibat maju tidaknya sebuah rumah makan.

Tujuan dan manfaat pada penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana peranan komunikasi dalam meningkatkan pelayanan customer untuk meningkatkan omzet penjualan pada Rumah Makan Semua Senang Guntung Payung. Diharapkan berguna untuk mengembangkan konsep-konsep maupun teori yang mberkaitan dengan peranan komunikasi dalam meningkatkan omzet penjualan pada Rumah Makan Semua Senang Guntung Payung.

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif atau penggambaran. Penelitian deskriptif artinya peneliti berusaha menggambarkan dan menghubungkan adanya kaitan antara variable bebas terhadap variable terikat. Kemudian hasil analisisnya di interprestasikan berdasarkan teori yang di pahami oleh peneliti.

Hasil penelitian menemukan bukti bahwa peran komunikasi terhadap customer untuk meningkatkan omzet penjualan pada Rumah Makan Semua Senang Guntung Payung, secara signifikan menunjukkan bahwa komunikasi antara manajer dan pelayan Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung sudah cukup lancar; komunikasi antara karyawan dengan customer Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung sudah cukup baik; komunikasi sesama karyawan di Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung sangat baik; omzet penjualan Rumah makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung semakin meningkat dari tahun ke tahun;

naik turunnya omzet penjualan Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung, banyak di pengaruhi oleh kepiawan karyawan dalam melayani customer; para karyawan Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung, sudah cukup baik dalam melayani customer; makanan-makanan yang dijual oleh Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung, cukup baik kualitasnya; komunikasi karyawan Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung yang ramah tamah ini dapat membuat customer setia pada rumah makan ini.

Faktor Penghambat peran komunikasi terhadap customer untuk meningkatkan omzet penjualan pada Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung, meliputi; komitmen terhadap pekerjaan yang cenderung besar, kepemimpinan yang cukup kuat, motivasi kerja yang cenderung tinggi, disiplin kerja yang kuat, adanya keramahan dari para karyawan dalam melayani konsumen.

### **PENDAHULUAN**

Semangat kerja adalah menunjukkan sejauh mana karyawan bergairah dalam melakukan tugas dan tanggung jawabnya didalam rumah makan. Dalam rumah makan karyawan merupakan salah satu sumber daya yang sangat penting. Karyawan berfungsi sebagai pelaksana dalam mencapai tujuan rumah makan, bahkan fasilitas kerja yang merupakan mesin-mesin atau peralatan canggih pun memerlukan tenaga kerja sebagai operatornya. Dengan menggunakan berbagai fasilitas kerja tersebut, karyawan dapat melakukan setiap pekerjaan dengan lebih baik untuk meningkatkan semangat kerja. Semangat kerja

---

\* *Tenaga Pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Kalimantan*

karyawan dapat dilihat dari kehadiran, kedisiplinan, ketepatan waktu menyelesaikan pekerjaan dan produktivitas. Semangat kerja yang tinggi dapat didukung oleh komunikasi yang baik, bagaimana karyawan berinteraksi, menyampaikan informasi, bertukar gagasan, baik antara atasan ke bawahan maupun sebaliknya, antara karyawan dengan karyawan, maupun karyawan pada satu bagian ke bagian lainnya.

Proses komunikasi adalah pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari satu orang lain. Perpindahan pengertian tersebut melibatkan lebih dari sekedar kata-kata yang digunakan dalam percakapan tetapi juga ekspresi wajah, intonasi, titik putus vokal dan lain sebagainya (Wiranto 2004 : 9) Proses komunikasi yang begitu dinamik dapat menimbulkan berbagai masalah yang mempengaruhi pencapaian sebuah organisasi.

Dari pembahasan di atas tersebut terlihat jelas bahwa komunikasi dalam organisasi merupakan salah satu unsur yang sangat penting demi tercapainya tujuan rumah makan. Komunikasi dalam organisasi disebut juga komunikasi manajemen meliputi dua bagian berdasarkan tempat di mana khalayak sasaran berada, yaitu Komunikasi Internal (*Internal Communication*) untuk khalayak anggota organisasi dan Komunikasi Eksternal (*Eksternal Communication*) untuk khalayak di luar anggota organisasi.

Komunikasi Internal adalah komunikasi antara pimpinan rumah makan dengan para karyawan secara timbal balik. Komunikasi Internal terbagi dalam tiga kegiatan Komunikasi Vertikal, yaitu komunikasi secara timbal balik (*two way traffic communication*) dari atas (pimpinan/manajer) ke bawah (karyawan/pegawai) disebut *Down Upper Communication/Communication* tersebut pimpinan memberikan instruksi, petunjuk, pengarahan, informasi, penjelasan, teguran dan lain-lain pada bawahan. Dalam proses

komunikasi vertikal secara Down Up Communication/Upward Communication tersebut bawahan memberikan laporan, gagasan, usul/saran kepada pemimpin arah secara timbal balik tersebut dalam organisasi sangat penting sekali. Pimpinan harus mengetahui laporan, tanggapan, gagasan, atau saran dari bawahan sebagai petunjuk efektif tidaknya dan efisien tidaknya kebijakan yang telah dilakukan. Oleh karena itu jika komunikasi hanya satu arah saja dari pimpinan ke bawahan maka proses manajemen dalam organisasi besar kemungkinan tidak akan berjalan sebagaimana yang diharapkan. Komunikasi vertikal dapat dilakukan dengan secara langsung antara pimpinan tertinggi dengan seluruh pegawai, atau juga dapat dilakukan secara berjenjang melalui kepala biro, bagian, sub bagian, seksi, dan sub seksi. Komunikasi vertikal yang timbal balik dua arah merupakan pencerminan dari kepemimpinan demokratis (*democratic leadership*) suatu jenis kepemimpinan yang sementara ini dianggap paling baik diantara kepemimpinan lainnya.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian sebagai berikut :

- a. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*), yaitu penulis menyimak dan menelaah buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, yang akhirnya dapat membantu penulisan penelitian ini.
- b. Penelitian Lapangan (*Field Research*), yakni penulis dalam melakukan penelitian langsung menggali data di lapangan penelitian.

Jenis penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif atau penggambaran. Penelitian deskriptif artinya peneliti berusaha menggambarkan dan menghubungkan adanya kaitan variabel terikat. Kemudian hasil analisisnya diinterpretasikan berdasarkan teori yang dipahami oleh peneliti.

**PEMBAHASAN**

**Peran komunikasi terhadap customer untuk meningkatkan omzet penjualan pada Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung**

Selanjutnya, dapat dianalisis dan dibahas mengenai kuisioner yang telah di sebarakan di lapangan sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditetapkan, maka data yang berhasil terkumpul di lapangan sebanyak 22 responden interen rumah makan dan 100 responden pelanggan.

Kemudian dari jawaban responden tersebut, dihitung, di tabulasi, dan kemudian dianalisis yang hasilnya dapat digambarkan dalam beberapa tabel yang tersebut di bawah ini :

Tabel 3.1. Komunikasi antara manajer dan pelayan Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung sudah cukup lancar

Alternatif Jawaban	F	%
Ya	12	54.54
Sedang	7	31.81
Kurang	3	13.63
Jumlah	22	100

Sumber: Data Primer 2012.

Dari tabel tersebut diatas, terlihat ada 54.54 persen responden menyatakan ya atau setuju bahwa komunikasi antara manajer dan pelayan Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung, sudah cukup lancar.

Kemudian yang 31.81 persen responden menyatakan sedang. Artinya ada yang merasa sedang-sedang saja, bahwa komunikasi antara manajer dengan pelayan Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung sudah cukup lancar.

Yang menyatakan kurang ada 13.63 persen responden yang artinya bahwa komunikasi antara manajer dan pelayan Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung sudah cukup lancar.

Dari analisis tersebut diatas menunjukkan bahwa sebagian responden 54.54 persen menyatakan ya, 31.81 persen responden menyatakan sedang-sedang saja, dan yang menyatakan kurang 13.63 persen responden. Maka dapat dilihat bahwa lebih dari 50 persen responden mengakui bahwa komunikasi antara manajer dengan pelayan Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung dinilai sudah lancar.

Tabel 3.2. Komunikasi antara karyawan dengan customer Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung sudah cukup baik

Alternatif Jawaban	F	%
Ya	14	63.63
Sedang	6	27.27
Kurang	2	9.09
Jumlah	22	100

Sumber: Data Primer 2012.

Dari tabel tersebut diatas terlihat 63.63 persen responden menyatakan ya bahwa komunikasi antara karyawan dengan customer Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung sudah cukup baik.

Kemudian yang menyatakan sedang-sedang saja ada 27.27 persen responden, artinya bahwa komunikasi antara karyawan dengan customer Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung sudah cukup baik.

Ada 9.09 persen responden menyatakan kurang, artinya komunikasi antara karyawan dengan customer Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung sudah cukup baik.

Dari analisis tersebut diatas menunjukkan bahwa sebagian responden 63.63 persen menyatakan ya, 27.27 persen menyatakan sedang-sedang saja, dan yang menyatakan kurang ada 9.09 persen responden. Maka dapat dilihat bahwa lebih dari 60 persen responden mengakui komunikasi antara karyawan dan customer Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung dinilai sudah baik.

### **Faktor-faktor yang menjadi penghambat dari peran komunikasi terhadap customer untuk meningkatkan omzet penjualan pada Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung**

Hal-hal yang menjadi faktor penghambat peran komunikasi terhadap customer untuk meningkatkan omzet penjualan pada Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung, berkaitan dengan beberapa indikator berikut ini :

1. Kondisi kerja yang kurang memadai. Aspek ini jelas merupakan faktor penunjang keberhasilan kerja seorang karyawan. Bilamana faktor ini tidak tersedia secara memadai maka bisa dipastikan akan mempengaruhi kinerja seorang karyawan. Yang paling menonjol adalah kurangnya sarana dan prasarana kerja yang mendukung penyelesaian tugas. Kendala lingkungan kerja dan penguasaan prosedur kerja yang lemah juga menjadi hambatan tersendiri. Hambatan ini jelas perlu diatasi dan tampaknya kemauan dan kemampuan perusahaan merupakan faktor utama dalam menyelesaikan hambatan pada aspek ini.
2. Prestasi kerja yang cenderung rendah. Aspek ini secara logis merupakan konsekuensi dari hambatan-hambatan lainnya. Mengingat adanya potensi faktor internal yang memadai namun tidak didukung dengan hasil kerja yang memadai. Namun demikian berarti ada faktor lain yang cukup besar pengaruhnya dan hal tersebut lebih berupa faktor eksternal. Untuk itu, menjadi suatu hal yang wajar bila komunikasi organisasi dan kondisi kerja kurang memadai akan diikuti pula oleh kinerja yang kurang memuaskan.
3. Komunikasi yang kurang efektif. Komunikasi merupakan urat nadi kehidupan organisasi. Gangguan komunikasi berarti akan menghambat kelancaran pelaksanaan tugas para karyawan. Hambatan komunikasi memang dirasakan cukup besar namun demikian hal tersebut tidak diimbangi

dengan peningkatan komunikasi yang memadai sehingga wajar jika komunikasi pelaksanaan tugas dan pekerjaan kurang efektif.

4. Beberapa bahasa yang digunakan tidak bisa dikuasai oleh beberapa karyawan. Dimana para pengunjung atau konsumen yang datang banyak yang datang dari luar kota atau provinsi, jadi tidak jarang dari mereka ada yang menggunakan bahasa indonesia, bahasa Cina dan bahasa Inggris. Sedangkan karyawan di Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung hanya bisa menguasai bahasa banjar dan bahasa jawa.

### **Faktor-faktor yang menjadi pendukung dari peran komunikasi terhadap customer untuk meningkatkan omzet penjualan pada Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung**

Hal-hal yang menjadi faktor pendukung peran komunikasi terhadap customer untuk meningkatkan omzet penjualan pada Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung, berkaitan dengan beberapa indikator sebagai berikut :

1. Komitmen terhadap pekerjaan yang cenderung besar sehingga hal ini merupakan kekuatan perusahaan untuk menyelesaikan tugas pelayanan. Terdapat kemauan, kerelaan dan kesungguhan serta pengorbanan yang memadai dari pegawai untuk menuntaskan beban dan tanggung jawab pekerjaannya.
2. Kepemimpinan yang cukup kuat sehingga mampu menjadi modal dasar untuk mengarahkan, memfasilitasi bahkan mendorong sumber daya manusia yang ada untuk lebih berkembang.
3. Motivasi kerja yang cenderung tinggi merupakan potensi besar bagi sumber daya manusia yang ada untuk berkembang atas dasar kehendak, kemauan dan semangat internal.
4. Disiplin kerja yang kuat yang diterapkan oleh pimpinan untuk karyawan.

5. Adanya keramahan dari para karyawan dalam melayani para konsumen yang menjadikan para konsumen merasa nyaman dan senang di Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung.

## KESIMPULAN

Dalam hasil penelitian terhadap Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Komunikasi antara manajer dengan pelayan sudah cukup lancar, komunikasi antara karyawan dengan customer cukup baik, komunikasi sesama karyawan sangat baik, para karyawan sudah cukup baik dalam melayani customer, dan komunikasi karyawan yang ramah tamah dapat membuat customer setia pada rumah makan ini.
2. Omzet penjualan Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung dari tahun ketahunnya semakin meningkat dan nak turunnya omzet penjualan dipengaruhi oleh kepiawaian karyawan dalam melayani customer.
3. Makanan-makanan yang dijual oleh Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung cukup baik kualitasnya.
4. Faktor penghambat peran komunikasi terhadap customer untuk meningkatkan omzet penjualan pada Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung yaitu kondisi kerja yang kurang memadai, prestasi kerja yang cenderung rendah, komunikasi yang kurang efektif, beberapa bahasa yang digunakan tidak bisa dikuasai oleh paara karyawan.
5. Faktor pendukung peran komunikasi terhadap customer untuk meningkatkan omzet penjualan pada Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung yaitu komitmen terhadap pekerjaan yang cenderung besar, kepemimpinan yang

cukup kuat, motivasi kerja yang cenderung tinggi, disiplin kerja yang kuat, adanya keramahan dari para karyawan dalam melayani para konsumen.

## SARAN

Dengan kesimpulan tersebut diatas, dapat diambil beberapa saran sebagai berikut :

1. Harus adanya peningkatan komunikasi baik antara manajer dengan karyawan Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung.
2. Mencari pemecahan mengenai faktor penghambat peran komunikasi terhadap customer untuk meningkatkan omzet penjualan pada Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung baik para karyawan sendiri maupun pimpinan rumah makan.
3. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas pada faktor pendukung pada Rumah Makan Semua Senang Pak Siyo Guntung Payung.
4. Diharapkan para karyawan dapat belajar dan menguasai beberapa bahasas yang biasa digunakan konsumen semampunya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied, 2003, Pengantar Ilmu Komunikasi, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Liliweri, Alo, 2003, Dasar-Dasar Komunikasi Antar Budaya, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Prof. Onong Uchjana Effendy.,M.A., 2003, Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, PT Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Rakhmat, Jalaluddin, 1989, Metode Penelitian komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik, Remadja Karya CV. Bandung.

Semi, M. Atar, 1995, Teknik Penulisan Berita, Features, dan Artikel, Mugantara, Bandung.

Sobur, Alex, 2002, Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing, Remaja Rosdakarya, Bandung.

Sulaksana, Uyung, 2003, Integrated Marketing Communications, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Sumarno, 1989, Dimensi-Dimensi Komunikasi Politik, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Sutaryo, 2005, Sosiologi Komunikasi, Arti Bumi Intaran, Yogyakarta.

Siebert, Fred S., Peterson, Theodore. Schramm, Wilbur, *Four Theories of The Press*. Terjemah: Putu Laxman Sanjaya Pendit, "Empat Teori Pers", 1986, Jakarta, PT Intermedia.