

**STRATEGI MANAJEMEN KOMUNIKASI PIMPINAN
DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN
KARYAWAN DI BRASTAGI SUPERMARKET MEDAN**

SKRIPSI

Oleh:

ASTRI DAMAYANTI
2003110282

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2024**

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : **ASTRI DAMAYANTI**

N P M : 2003110282

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari, tanggal : Kamis, 29 Agustus 2024

W a k t u : Pukul 08.15 s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom** (.....)


PENGUJI II : **FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom** (.....)

PENGUJI III : **Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom** (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP


Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama Lengkap : **ASTRI DAMAYANTI**
N.P.M : 2003110282
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **STRATEGI MANAJEMEN KOMUNIKASI PIMPINAN
DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN
KARYAWAN DI BRASTAGI SUPERMARKET MEDAN**

Medan, 22 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom

NIDN : 0112118802

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi

AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom

NIDN : 0127048401

Dekan

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

NIDN: 0030017402

PERNYATAAN

Bismilahirrohmaniirrohim

Dengan ini saya, **Astri Damayanti**, NPM 2003110282, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang saya terima.

Medan, 21 Oktober 2024

Yang menyatakan,



Astri Damayanti

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Subhanallahu wa Ta'ala, karena hanya dengan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun skripsi ini disusun untuk melengkapi syarat untuk menyelesaikan pendidikan S1 Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih kurang sempurna dalam hal isi maupun pemakaian bahasa, sehingga penulis memohon kritikan yang membangun untuk penulisan selanjutnya. Dengan pengetahuan dan pengalaman yang terbatas akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“Strategi Manajemen Komunikasi Pimpinan dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Karyawan Di Brastagi Supermarket Medan”**.

Lembaran ini menjadi media bagi penulis untuk menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada orang tua penulis yaitu Almarhum Ayahanda Suryadi, Ibunda Sukasmi tercinta, dan kepada saudara kandung penulis, Arie Prayogo, Irine Wulandari yang telah memberikan Dukungan, Nasihat, Motivasi dan Do'a yang tulus. Maupun mengajarkan penulis untuk berbesar hati, Ikhlas, dan sabar, sehingga penulis terdorong untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis juga mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan masukan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis banyak mengucapkan terimakasih:

1. Kepada bapak Prof. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Kepada Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Kepada Bapak Assoc.Prof., Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I. Kom., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Kepada Ibu Dr. Hj. Yurisna Tanjung., M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Kepada Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan juga selaku dosen pembimbing yang telah sangat membantu peneliti menyelesaikan penelitian skripsi ini.
6. Kepada Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom, selaku Sekretaris Prodi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Kepada Bapak Dr. Sigit Hardiyanto S.Sos., M.I.Kom sebagai Dosen Pembimbing Skripsi penulis yang telah sabar membimbing dan mengarahkan penulis dalam tulisan skripsi ini.
8. Kepada Bapak/Ibu Dosen serta seluruh jajaran Karyawan Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

9. Kepada Pihak Brastagi Supermarket yang telah memberikan izin penelitian sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Sobat kesayangan saya yaitu Mba Shawty, Tenpyura, yang selalu mendengarkan keluh kesah yang tak ada habisnya, memberikan semangat dan motivasi berharga kepada saya.
11. Terakhir, terima kasih untuk Aldi, supporting system yang selalu menemani saya dalam keadaan sedih maupun senang, dan menemani saya menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena telah menjadi tempat sandaran ternyaman bagi saya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini dari semua pihak. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih semoga skripsi dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pembaca dan memperluas pengetahuan pembaca.

Medan, 12 Agustus 2024

Astri Damayanti

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

ASTRIDAMAYANTI
2003110282

ABSTRAK

Strategi manajemen komunikasi pimpinan sebuah perusahaan adalah kunci dari sistem manajerial dari sebuah perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Brastagi supermarket menjadi salah satu perusahaan yang dianggap memiliki pelayanan sudah cukup baik, hal ini dibuktikan dengan jumlah konsumen yang belanja di brastagi supermarket dari tahun ke tahun semakin meningkat atau mampu mempertahankan jumlah konsumen setiap bulannya di angka 140-an ribu konsumen. Jika tidak memiliki kualitas pelayanan yang baik, maka konsumen akan berpindah dan berbelanja ke supermarket-supermarket lainnya. Maka dari itu, tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui tentang strategi manajemen komunikasi pimpinan dalam meningkatkan kualitas pelayanan karyawan di Brastagi Supermarket Medan. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan menggunakan metode pengumpulan data wawancara, serta menggunakan teknik analisis data, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Manajemen Komunikasi Pimpinan dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Karyawan di Brastagi Supermarket Medan sudah dilakukan dengan baik dengan menyusun dan merancang *job description* kepada karyawan, memberikan pengarahan untuk memiliki sikap ramah, sopan santu, murah senyum, dan memiliki kejujuran.

Kata Kunci: Manajemen Komunikasi, Kualitas Pelayanan, Brastagi Supermarket.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II URAIAN TEORITIS	5
2.1 Manajemen Komunikasi	5
2.2 Pimpinan	8
2.3 Kualitas Pelayanan.....	13
BAB III METODE PENELITIAN	16
3.1 Jenis Penelitian	16
3.2 Kerangka Konsep	16
3.3 Definisi Konsep	17
3.4 Kategorisasi Penelitian	18
3.5 Informan atau Narasumber	18
3.6 Teknik Pengumpulan Data	18
3.7 Teknik Analisis Data	19
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian	19
3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian	20
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Hasil Penelitian	21
4.2 Pembahasan	35
BAB V PENUTUP	39
5.1 Simpulan	39
5.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konsep.....	17
Gambar 4.1 Logo Brastagi Supermarket.....	22
Gambar 4.2 Bapak Muryani Eka (<i>Head Security</i>).....	24
Gambar 4.3 Bapak Harlen Lubis (<i>HRD</i>).....	28
Gambar 4.4 Bapak Pangeran (<i>Marketing</i>).....	32

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Brastagi Supermarket 2024..... 2

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian 18

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Suatu perusahaan khususnya supermarket akan berjalan dengan lancar jika mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Tanpa adanya kepercayaan dari masyarakat, maka sebuah perusahaan atau supermarket tidak akan memiliki pelanggan bahkan cenderung tidak beroperasi lagi alias bangkrut atau tutup. Hal ini disebutkan oleh (Ricky & Rahimallah, 2023) bahwa kepercayaan publik sangat penting bagi berbagai lembaga pemerintahan, perusahaan, dan lain sebagainya.

Bagi sebuah perusahaan atau supermarket, mempertahankan kepercayaan masyarakat merupakan hal yang sangat penting dilakukan untuk menjaga stabilitas keberlangsungan perusahaan atau supermarket tersebut. Oleh karena itu, perlunya sebuah perusahaan memprioritaskan cara atau upaya agar dapat mempertahankan dan menjaga kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan mereka.

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

beberapa makanan dari negara-negara lain.

Brastagi supermarket dapat berkembang salah satunya karena adanya dukungan dan dorongan dari sumber daya manusia yang bekerja pada perusahaan tersebut. Dengan sumber daya manusia yang handal atau berkualitas, maka suatu perusahaan akan dengan mudah mencapai sebuah tujuannya. Seperti yang disebutkan oleh (Siregar et al., 2019) bahwa karyawan yang berkualitas adalah aset sebuah perusahaan karena dapat menggapai tujuan-tujuan perusahaan yang diinginkan oleh perusahaan. Selain dengan karyawan yang berkualitas, perencanaan dan strategi manajemen komunikasi menjadi salah satu kunci kesuksesan dalam menggapai tujuan perusahaan (Bucăța & Rizescu, 2017; Hajar et al., 2022).

Fenomena yang terjadi pada kualitas pelayanan oleh brastagi supermarket dianggap sudah cukup baik, hal ini dibuktikan dengan jumlah konsumen yang belanja di brastagi supermarket. Berikut adalah data jumlah pengunjung brastagi supermarket beberapa bulan terakhir :

Tabel 1.1.
Jumlah Pengunjung Brastagi Supermarket 2024

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

Sumber: Brastagi Supermarket (2024)

Berdasarkan jumlah pengunjung tersebut, maka peneliti beranggapan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu hal yang baik dimiliki oleh brastagi supermarket, sebab mampu mempertahankan jumlah konsumen setiap bulannya di angka 140-an ribu konsumen. Jika tidak memiliki kualitas pelayanan yang baik,

maka konsumen akan berpindah dan berbelanja ke supermarket-supermarket lainnya.

Namun, permasalahan kualitas pelayanan juga pernah terjadi di brastagi supermarket pada beberapa hal, seperti petugas parkir yang tidak ramah saat mengatur kendaraan, atau petugas *security* yang tidak pandai dalam mengatur parkir, hingga penjaga karcis yang tidak memberikan ekspresi wajah yang baik kepada konsumen ketika hendak keluar. Padahal peningkatan kualitas pelayanan karyawan oleh brastagi supermarket dilakukan oleh pimpinan-pimpinan perusahaan dengan berbagai strategi manajemen komunikasi. Strategi manajemen komunikasi pimpinan sebuah perusahaan adalah kunci dari sistem manajerial dari sebuah perusahaan. Seperti yang disebutkan oleh (Sahputra, 2020) bahwa sistem manajemen komunikasi merupakan kunci dari sebuah perusahaan. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas peneliti tertarik ingin meneliti dengan judul penelitian Strategi Manajemen Komunikasi Pimpinan dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Karyawan Di Brastagi Supermarket Medan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah, bagaimana Strategi Manajemen Komunikasi Pimpinan dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Karyawan di Brastagi Supermarket Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi

manajemen komunikasi pimpinan dalam meningkatkan kualitas pelayanan karyawan di Brastagi Supermarket Medan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Secara Teoritis, dapat memberikan sumbangan pemikiran yang berkaitan dengan ilmu komunikasi dan dapat dijadikan referensi bagi penelitian- penelitian selanjutnya.
- b. Secara Praktis, hasil penelitian dapat menambah wawasan dan memberikan pengetahuan terhadap strategi manajemen komunikasi dalam perusahaan untuk meningkatkan kualitas karyawan.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I: Bab ini berisi tentang penjelasan terkait latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat dalam penelitian.

BAB II: Bab ini berisi tentang uraian-uraian teoritis yang terkait dalam penelitian yang diteliti, seperti manajemen komunikasi, pimpinan, dan kualitas pelayanan.

BAB III: Bab ini menguraikan mulai dari jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, informan atau narasumber, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data, serta lokasi dan waktu penelitian.

BAB IV: Bab ini menguraikan tentang hasil dan pembahasan dari penelitian.

BAB V: Bab ini merupakan penutup sekaligus menguraikan mengenai simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Manajemen Komunikasi

Manajemen komunikasi terdiri dari dua suku kata, yaitu manajemen dan komunikasi. Manajemen memiliki arti yakni sebuah proses dengan tujuan untuk mengefektifkan dan mengefesiensikan semua sumber daya yang ada dalam mencapai suatu tujuan yang dipimpin, diarahkan, atau dibimbing (Marzuki, 2003).

Sedangkan komunikasi adalah rumpun ilmu yang membahas tentang tindakan, aktivitas, atau interaksi sosial antara satu orang dengan orang lainnya, satu orang dengan beberapa orang, satu orang dengan kelompok, satu orang dengan khalayak ramai, yang dilakukan secara sadar. Proses komunikasi dilakukan secara sadar sangat penting agar proses tersebut dapat dipahami baik oleh si pemberi atau penerima pesan (Hardiyanto & Pulungan, 2019).

Berdasarkan definisi dua kata diatas, maka pengertian dari manajemen komunikasi menurut (Sjahrudin et al., 2023) adalah suatu proses yang terorganisir atau terstruktur dalam merencanakan, melaksanakan, mengkoordinasikan, mengatur, aliran informasi dalam suatu perusahaan, lembaga atau organisasi.

Sedangkan menurut (Ramadhan et al., 2023) manajemen komunikasi adalah sebuah proses dalam melaksanakan, mengendalikan, merencanakan,

mengorganisasikan, serta mengevaluasi efektivitas komunikasi sehingga proses komunikasi tersebut dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan baik organisasi atau perusahaan.

Manajemen komunikasi melibatkan berbagai aspek dalam mengelola sebuah organisasi, yakni komunikasi internal dan eksternal dari organisasi, seperti komunikasi antara pimpinan dan karyawan, departemen dengan departemen, komunikasi dengan pihak-pihak luar, bahkan mengelola komunikasi disaat-saat krisis (Sjahrudin et al., 2023).

Sedangkan menurut Harry Irwin dalam (Yusuf & Ridwan, 2018) mengatakan "*management communication is the process of using human, financial, and technical resources in understanding and performing the communication function within corporations and between those and their publics. This communication management involves administering and managing communication resources (personal, group, organizational, and technical) and communication processes to facilitate communication in corporate context*" yang artinya manajemen komunikasi adalah proses dalam menggunakan manusia, keuangan, dan alat-alat yang berfungsi untuk membentuk komunikasi antara seluruh elemen yang ada pada perusahaan, hingga mengatur, mengelola komunikasi sumber daya yang ada pada perusahaan.

Oleh karena itu, manajemen komunikasi dapat dikatakan yakni memastikan terjadinya proses dari pertukaran informasi secara baik, efektif, akurat, dan tepat waktu dari berbagai pihak yang terlibat, mencakup pesan

yang jelas dan terarah, memilih saluran atau media komunikasi yang digunakan, hingga pemantauan dan evaluasi kesuksesan komunikasi (Faustyna, 2023; Sjahrudin et al., 2023). Tujuan dari manajemen komunikasi itu sendiri adalah:

- a. Memastikan pertukaran informasi dengan baik dan efektif sehingga antar anggota organisasi/perusahaan tidak memiliki makna yang berbeda dari pesan yang diterimanya (Sjahrudin et al., 2023).
- b. Untuk meningkatkan partisipasi dan keterlibatan dari berbagai pihak bagi anggota/karyawan dalam organisasi sehingga dapat mendorong kontribusi berupa ide, masukan, hingga merasa dilibatkan dalam pengambilan keputusan pada organisasi/perusahaan tersebut (Sjahrudin et al., 2023).
- c. Membangun hubungan baik dengan berbagai pihak, seperti antara karyawan dan pelanggan, mitra bisnis, masyarakat, dan lain sebagainya.
- d. Untuk mendukung implementasi strategi dan mencapai tujuan organisasi.
- e. Untuk mengelola komunikasi pada situasi krisis
- f. Dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas komunikasi dalam organisasi/perusahaan.

Implementasi manajemen komunikasi dalam sebuah sistem kegiatan pada sebuah perusahaan atau organisasi dibagi menjadi empat tahap. Menurut (Suparmo, 2020) empat tahap tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menyusun informasi. Pada tahap ini informasi disusun kembali agar memudahkan para anggota/karyawan organisasi/perusahaan menjadi lebih mudah memahami dan melaksanakan pekerjaan sesuai dengan kebijakan serta arahan dari pimpinan. Informasi yang disusun harus sederhana dan mudah dipahami (Suparmo, 2020).
- b. Membedakan informasi. Pada tahap ini, informasi dibedakan mulai dari hal yang penting menjadi hal yang tak penting. Hal ini perlu dilakukan agar setiap anggota/karyawan organisasi atau perusahaan dapat memprioritaskan pekerjaan mereka sesuai dengan tingkatan kepentingannya (Suparmo, 2020).
- c. Membuat spesifikasi pekerjaan. Pada tahap ini, pimpinan harus pandai melihat hubungan antara permasalahan dengan kenyataan atau fenomena yang terjadi pada anggota/karyawan dilapangan, sehingga dengan membuat spesifikasi pekerjaan akan membantu karyawan untuk lebih bertanggung jawab atas pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya serta mampu mengantisipasi permasalahan yang mungkin akan terjadi (Suparmo, 2020).
- d. Merumuskan strategi. Tahap ini adalah tahap penentuan keberhasilan dari sebuah perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan tersebut. Dengan membuat rumusan strategi yang tepat dan mudah diimplementasikan oleh anggota/karyawan, maka akan menghasilkan suasana kerja yang kondusif hingga mendorong terciptanya kualitas kinerja karyawan yang baik atau memuaskan (Suparmo, 2020).

2.2 Pimpinan

Pada suatu organisasi atau perusahaan, salah satu elemen yang memiliki peranan penting dalam menjalankan organisasi atau Perusahaan adalah faktor pimpinan. Pimpinan menjadi penggerak dan mengarahkan sebuah organisasi dalam mencapai sebuah tujuan. Tugas pimpinan yakni menentukan bagaimana program kegiatan dilakukan dengan baik sesuai masing-masing bidang sehingga menghasilkan tujuan yang telah diinginkan (Lubis & Nasution, 2023).

Pimpinan memiliki banyak arti dan makna dari berbagai ahli. Menurut (Sutrisno, 2016) mengatakan bahwa pimpinan adalah tugas yang dilakukan oleh seseorang dalam mengarahkan, memengaruhi, dan mengatur aktivitas dari sebuah organisasi atau perusahaan berdasarkan tugas-tugas pada masing-masing bidang.

Sedangkan menurut (Hasibuan, 2011) pemimpin adalah seseorang yang mempunyai wewenang atau kuasa dalam mempergunakan kepemimpinannya untuk mengarahkan dan bertanggung jawab atas pekerjaan anggota yang dipimpin sehingga dapat mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan.

Pemimpin atau pimpinan memiliki gaya kepemimpinan masing-masing dalam menjalankan sebuah organisasi atau perusahaan. Menurut (Sutikno, 2014) terdapat berbagai gaya kepemimpinan, diantaranya sebagai berikut:

- a. **Kepemimpinan Otokratik.** Gaya kepemimpinan ini merupakan gaya yang menganggap bahwa kepemimpinan adalah hak pribadinya sehingga tidak perlu berkonsultasi dengan orang lain dan tidak perlu campur tangan orang lain. Seorang pimpinan dengan gaya ini akan

menunjukkan sikap egois, menonjolkan sikap angkuh, mengabaikan peranan bawahan, dan tidak menerima saran dan pendapat dari bawahannya.

- b. Kepemimpinan kendali bebas atau masa bodo. Gaya kepemimpinan ini adalah kebalikan dari gaya otoratik. Pada gaya kepemimpinan kendali bebas, seorang pemimpin akan bersifat pasif atau menghindar dari tanggung jawab. Pemimpin akan cenderung membiarkan sebuah organisasi atau perusahaan berjalan sesuai dengan temponya sendiri.
- c. Kepemimpinan paternalistik. Gaya kepemimpinan paternalistik merupakan gaya seorang pemimpin yang perannya diwarnai oleh harapan dari para bawahannya. Harapan tersebut berupa keinginan agar seorang pemimpin dapat berperan sebagai seseorang yang dapat melindungi, tempat bertanya dan diskusi, perhatian terhadap kepentingan dan kesejahteraan bawahannya.
- d. Kepemimpinan kharismatik. Pemimpin yang memiliki gaya dan karakteristik khusus seperti daya tarik yang memikat, sehingga mampu memperoleh pengikut yang begitu besar.
- e. Kepemimpinan militeristik. Pemimpin yang menggerakkan bawahannya cenderung lebih sering dengan menggunakan sistem perintah, sesuai dengan pangkat dan jabatannya. Selain itu, gaya kepemimpinan militeristik senang dengan sikap formalitas yang berlebih-lebihan dan menuntut disiplin yang tinggi sehingga karyawan menjadi kaku dan pemimpin sukar menerima kritik dari bawahan.

- f. Kepemimpinan pseudo-demokratik. Gaya kepemimpinan ini memiliki hal terselubung dengan menerapkan gaya demokrasi namun, pada nyatanya hanya berpura-pura untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan pribadinya. Gaya pseudo-demokratik hanya tampilan luarnya saja demokratik, akan tetapi dalamnya bersikap otokratis.
- g. Kepemimpinan demokratik. Gaya kepemimpinan yang selalu bersedia menerima dan menghargai saran-saran, pendapat, dan nasehat dari bawahan melalui forum musyawarah. Pemimpin yang demokratik biasanya lebih aktif, dinamis, dan terarah serta memiliki pengendalian tanggung jawab secara jelas.

Pimpinan menjadi seorang pemimpin memiliki fungsi-fungsi pokok yang harus dijalankannya sebagai seorang pimpinan. Maka dari itu, terdapat lima fungsi pokok dalam memimpin, yakni:

- a. Fungsi Instruksi

Fungsi instruksi mempunyai sifat komunikasi satu arah, dimana seorang pemimpin yang menentukan bagaimana, seperti apa, perintah itu harus dikerjakan sehingga keputusan dapat berjalan sesuai dengan perintah (Rivai & Mulyadi, 2011)

- b. Fungsi Konsultasi

Fungsi konsultasi memiliki komunikasi dua arah. Pemimpin pada umumnya melakukan diskusi kepada orang-orang yang dipimpinnya agar mendapati berbagai informasi sebelum menetapkan keputusan. Kemudian, keputusan yang dibuat diharapkan didukung oleh

anggotanya sehingga dapat menjalankan perusahaan secara efektif (Rivai & Mulyadi, 2011).

c. Fungsi Partisipasi

Fungsi partisipasi merupakan fungsi yang berusaha untuk membuat anggota-anggota yang dipimpin menjadi aktif dan berpartisipasi dalam mengambil sebuah keputusan atau melaksanakan sebuah keputusan. Berpartisipasi tidak bermaksud bebas berbuat semaunya, akan tetapi tetap dilakukan dibawah kendali dan terarah tanpa mengambil atau mencampuri tugas orang lain (Rivai & Mulyadi, 2011).

d. Fungsi Delegasi

Fungsi delegasi dilakukan dengan memberi berbagai wewenang atau menetapkan keputusan baik dengan persetujuan atau tanpa persetujuan dari siapapun. Prinsip dari fungsi ini adalah kepercayaan sehingga dapat membantu seorang pemimpin memiliki kesamaan prinsip, persepsi, dan aspirasi dengan anggotanya (Rivai & Mulyadi, 2011).

e. Fungsi Pengendalian

Fungsi pengendalian merupakan fungsi yang membuat kepemimpinan seseorang efektif karena dapat mengatur berbagai kegiatan atau aktivitas anggotanya secara terarah dan terkoordinir sehingga memungkinkan dapat mencapai tujuan bersama secara maksimal (Rivai & Mulyadi, 2011). Menurut (Kartono, 2011) menjadi seorang pemimpin memerlukan persyaratan agar senantiasa kepemimpinan yang dijalankan dapat berjalan secara efektif. Oleh karena itu, persyaratan menjadi seorang pimpinan adalah:

- a) Kekuasaan, dimana kekuasaan dapat dimaknai dengan memiliki kekuatan, otoritas, legalitas, wewenang dalam memengaruhi dan menggerakkan bawahannya.
- b) Kewibawaan, yakni kelebihan, keunggulan dalam mengatur orang lain sehingga orang-orang patuh dan bersedia melakukan kegiatan yang diperintah.
- c) Kemampuan, adalah kesanggupan atau keterampilan teknis maupun sosial yang dianggap lebih dari kemampuan dari anggota-anggota lain.

2.3 Kualitas Pelayanan

Sebuah perusahaan yang ingin stabilitasnya terjaga dan mampu bertahan dalam persaingan tentunya harus memiliki kualitas pelayan sehingga mendapatkan kepercayaan masyarakat. Menurut (Arianto, 2018) kualitas pelayanan adalah suatu hal yang terfokus pada pemenuhan kebutuhan, persyaratan, dan ketepatan waktu dalam memenuhi harapan pelanggan.

Sedangkan menurut (Tjiptono & Chandra, 2016) kualitas pelayanan adalah kegiatan atau aktivitas yang diberikan dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima dengan persepsi para pelanggan yang mereka harapkan terhadap pelayanan dalam sebuah perusahaan.

Menurut Vincent Gaspersz dalam (Ardana, 2018), seseorang yang selalu membahas tentang keunggulan profesional dan kualitas pelayanan menyebutkan bahwa terdapat beberapa aspek yang sangat perlu diperhatikan dalam memperthankan kualitas pelayanan pada industri khususnya yang bergerak pada

bidang jasa, yaitu:

- a. Ketepatan waktu kualitas pelayanan. Hal-hal ini berkaitan dengan waktu tunggu dan proses
- b. Akurasi kualitas pelayanan.
- c. Kesopanan dan ramah dalam memberikan pelayanan terutama yang berinteraksi langsung dengan konsumen, seperti operator, petugas keamanan, kasir, dan lain sebagainya. Citra kualitas pelayanan juga bergantung pada orang-orang perusahaan atau karyawan yang berada pada garis depan yang melayani konsumen.
- d. Tanggung jawab akan menerima pesanan atau menerima keluhan dari konsumen.
- e. Kelengkapan, yang meliputi ketersediaan sarana pendukung untuk kualitas pelayanan.
- f. Banyaknya outlet, petugas atau staff yang dapat memudahkan konsumen bertanya atau mencari informasi terkait yang mereka cari.
- g. Inovasi dalam memberikan pelayanan dengan pola-pola yang berbeda.
- h. Fleksibilitas dalam menangani permintaan khusus konsumen dan lain-lain.
- i. Jangkauan lokasi dalam memperoleh pelayanan, seperti tempat parkir kendaraan, petunjuk-petunjuk ruang, dan lain-lain.
- j. Atribut pendukung lainnya seperti kebersihan, AC, musik, dan lain-lain.

Oleh karena itu, untuk memperoleh kualitas pelayanan yang baik terdapat lima indikator didalamnya yang harus ada. Menurut (Tjiptono &

Chandra, 2016) terdapat lima indikator kualitas pelayanan, yakni:

1. *Tangible* (bukti fisik). Indikator ini berkaitan dengan tampilan fisik yang diberikan perusahaan, seperti pakaian karyawan, dan lain sebagainya.
2. *Reliability* (handal). Indikator ini berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang dijanjikan segera, akurat, dan memuaskan.
3. *Responsiveness* (daya tanggap). Indikator ini berkaitan dengan karyawan yang membantu para konsumen dan cepat memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Assurance* (jaminan). Indikator ini berkaitan dengan pengetahuan, kesopanan, sifat percaya diri, bebas dari bahaya resiko, dan lain-lain.
5. *Empathy* (empati). Indikator yang meliputi kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan konsumen.

BAB III

METODE PENELITIAN

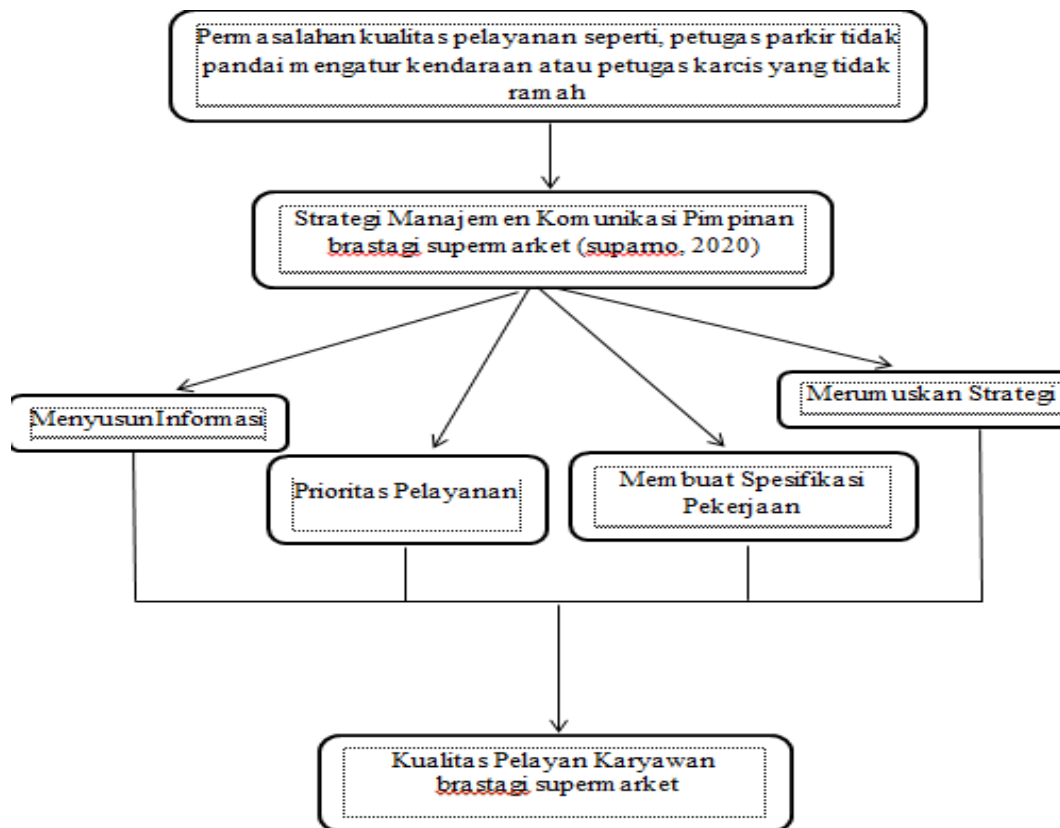
3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang mengeksplorasi tentang suatu fenomena sosial yang kemudian dideskripsikan sesuai dengan masalah atau unit yang diteliti. Pendeskripsian dilakukan untuk mengemukakan gejala-gejala secara lengkap dalam aspek yang diselidiki sehingga jelas keadaan ataupun sesuai kondisinya (Ardial, 2014).

Penelitian kualitatif memiliki prosedur dalam melaksanakan penelitiannya. Seperti yang diungkapkan oleh (Creswell, 2017) bahwa prosedur pelaksanaan penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan cara membuat pertanyaan penelitian, mengumpulkan dan menganalisis data, serta memberikan kesimpulan.

3.2 Kerangka Konsep

Dalam sebuah penelitian, kerangka konsep sangat diperlukan agar dapat menggambarkan konsep secara tepat terkait fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, kerangka konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1. Bagan Kerangka Konsep

3.3 Definisi Konsep

Definisi konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Strategi Manajemen Komunikasi Pimpinan: suatu proses yang terorganisir atau terstruktur dalam merencanakan, melaksanakan, mengkoordinasikan, mengatur, aliran informasi dalam suatu perusahaan, lembaga atau organisasi yang dilakukan oleh seorang pimpinan kepada bawahannya.
- b. Kualitas Pelayanan: kegiatan atau aktivitas yang diberikan dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima dengan persepsi para pelanggan yang mereka harapkan

terhadap pelayanan dalam sebuah perusahaan.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1. Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi	Indikator
Strategi Manajemen Komunikasi	a. Menyusun Informasi
Pimpinan dalam Meningkatkan	b. Membedakan Informasi
Kualitas Pelayanan Karyawan di	c. Membuat Spesifikasi
Brastagi Supermarket Medan.	Pekerjaan
	d. Merumuskan Strategi

Sumber: Olahan Peneliti, (2024)

3.5 Informan atau Narasumber

Informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni teknik untuk menentukan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu (Sugiyono, 2015). Narasumber dalam penelitian ini pimpinan divisi yang berkaitan dengan kualitas pelayanan karyawan, *Human Relation Development, Marketing, dan Head Security*.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan yang sangat penting dalam penelitian, sebab dengan menggunakan teknik pengumpulan data, seorang peneliti akan mendapatkan data penelitian yang dibutuhkannya. Maka dari itu, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Menurut (Bungin, 2013) wawancara

adalah proses berkomunikasi atau berinteraksi dengan melakukan tanya jawab guna mengumpulkan informasi antara peneliti dengan narasumber penelitian dimana, proses tersebut dilakukan secara langsung atau tatap muka.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan konsep Miles dan Haberman dalam (Sujarweni, 2014) yang menyebutkan teknik analisis data dalam penelitian, yaitu, pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

- a. Pengumpulan data dengan cara yang sudah ditentukan seperti observasi, wawancara, atau studi dokumen.
- b. Reduksi data yakni memilih dan memilah hal-hal pokok yang ada pada penelitian, dan fokus pada hal-hal yang penting.
- c. Penyajian data, yakni dengan cara membuat data dalam bentuk teks naratif, terstruktur, dan sistematis, lalu dianalisis untuk menemukan hubungan interaktif antara bagian-bagian data tersebut.
- d. Penarikan kesimpulan, yakni membuat kesimpulan yang menjawab rumusan masalah penelitian.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan mulai dari bulan Juni hingga Agustus 2024, sedangkan untuk lokasi penelitian berada pada Brastagi Supermarket pada jalan Gatot Subroto No.288, Sei Putih Tengah, Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara 20113.

3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Brastagi Supermarket berada di Jalan Jendral Gatot Subroto No. 288 Medan. Sebelum berdirinya Brastagi Supermarket, Diawali dari usaha penjualan buah-buahan dan makanan ringan dengan nama AWIE di Medan pada tahun 1961. Sebuah perusahaan Pasar Buah Brastagi (PT.Central Buah Utama/CBU) berada di jalan Wajir Medan. Untuk memperluas pasarnya, maka Pasar Buah Brastagi membentuk sebuah manajemen untuk mengelola usaha barunya tepatnya di Brastagi Supermarket di Jalan Gatot Subroto Medan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Profil Perusahaan

Sejarah Brastagi Supermarket bermula pada tahun 1992, dimana pada saat itu Brastagi Supermarket dimulai dari sebuah toko buah yang sederhana dengan luas 25 m². Toko buah tersebut berkonsep dengan menyediakan buah-buahan lokal, sayuran, makanan-makanan laut, hingga makanan lezat. Seluruh makanan laut dan makanan lezat disediakan dari berbagai wilayah Indonesia dan berbagai negara lainnya. Obsesi dan cinta terhadap buah, makanan dan sayuran yang membuat toko buah lokal sederhana membuat perlahan-lahan pelanggan memiliki kepercayaan dan kepuasan pada toko sederhana tersebut sehingga toko dapat berubah menjadi Brastagi Supermarket seperti saat ini.

Brastagi Supermarket berada di Jalan Jendral Gatot Subroto No. 288 Medan. Sebelum berdirinya Brastagi Supermarket, Diawali dari usaha penjualan buah-buahan dan makanan ringan dengan nama AWIE di Medan pada tahun 1961. Sebuah perusahaan Pasar Buah Brastagi (PT.Central Buah Utama/CBU) berada di jalan Wajir Medan. Untuk memperluas pasarnya, maka Pasar Buah Brastagi membentuk sebuah manajemen untuk mengelola usaha barunya tepatnya di Brastagi Supermarket di jalan Gatot Subroto Medan.

Kemudian tahun 1998 bersama PT. Mutiara Ritel Inti Mitra, bermitra membentuk ritel modern yang menjual buah-buahan dan kebutuhan sehari-hari yang diberi nama The Club Store. Pada saat itu belanja konsumen diberlakukan sistem keanggotaan. Namun pada kenyataannya sistem ini menghambat mobilitas konsumen, sehingga pada akhirnya dihapuskan.

Pada tanggal 6 juni 2006, The Club Store berubah menjadi CV. Sumber Segar Utama biasa lebih dikenal dengan The Brastagi Supermarket. Produk yang dijual pada ritel ini berfokus pada buah-buahan, sayuran, makanan dan minuman ringan kemudian ditambah kebutuhan sehari-hari dan peralatan rumah tangga. Pada tanggal 01 Januari 2016 CV. Sumber Segar Utama berubah nama menjadi PT. Jaya Anugrah Sukses Abadi. Kemudian Brastagi Supermarket telah membuka 3 cabang perusahaan diantaranya adalah Brastagi Supermarket-Rantau Prapat adalah Supermarket Bintang Lima yang ada di kota Rantau prapat. Dan merupakan cabang dari Brastagi Supermarket - Medan, setelah itu Brastagi Supermarket - Cambridge. Dan yang terakhir terletak di Jalan Gatot Subroto.

Sebagai supermarket bintang lima sudah seharusnya menjadi one stop solution bagi customer brastagi supermarket untuk memenuhi kebutuhan harian mereka, maka produk -produk *fresh* seperti buah *import*, buah lokal, sayur-sayuran, daging dan ikan juga di sajikan dengan tingkat higienis yang tinggi, di *control* oleh *quality control* dengan ketat dan harga yang dapat bersaing dengan pasar-pasar tradisional.



Gambar 4.1. Logo Brastagi Supermarket

"BRASTAGI BICARA QUALITY" Oleh Karena itu tentunya produk yang ditawarkan adalah produk-produk terbaik yang ada dipasaran, terlebih lagi dengan Produk - produk yang menjadi unggulan. Brastagi Supermarket tidak hanya menyediakan produk lokal namun Brastagi Supermarket juga menyediakan berbagai produk import.

"BELANJA DI BRASTAGI KELUARGA HAPPY" adalah sebuah hal yang ditawarkan kepada setiap keluarga yang berbelanja di Brastagi Supermarket, Karena Brastagi Supermarket telah menyediakan tempat bermain anak (funland), foodcourt (kedai pojok - kuliner nusantara), restoran italia (grand pizza) yang dapat dinikmati oleh seluruh keluarga anda.

Adapun visi dan misi perusahaan PT. Jaya Anugrah Sukses Abadi (Brastagi Supermarket) adalah sebagai berikut:

Visi Perusahaan: The Brastagi Supermarket berbicara kualitas pada setiap produknya. Visi ini menunjukkan bahwa The Brastagi Supermarket sangat menyadari bahwa produk *fresh* yang dijual, baik buah, sayuran, ikan, daging dan roti harus tetap berkualitas dan segar, sehingga strategi ini menjadi daya tarik yang utama untuk menjaring konsumen lebih banyak dan

menjadi *market leader*, khususnya produk *fresh* atau produk yang mudah rusak (*perishable*).

Misi Perusahaan:

1. Memberikan produk paling segar dan berkualitas setiap hari kepada konsumen.
2. Menjadi salah satu pilihan utama tempat berbelanja bagi warga Medan secara universal, dengan fokus kepada customer-middle (menengah) dan middle-up (atas).
3. Mengembangkan karyawan untuk mencapai potensi terbaiknya.
4. Berperan serta untuk memajukan lingkungan sekitar Brastagi Supermarket Medan melalui pembinaan UKM, pelatihan kewirausahaan, dan pelatihan lainnya untuk mengembangkan kepribadian positif dan ekonomi kerakyatan”.

4.1.2 Deskripsi Identitas Narasumber

Narasumber pertama adalah Head Security Brastagi Supermarket, yakni Bapak Murdani Eka Putra. Bapak Murdani berumur 60 tahun dan sudah bekerja sebagai Head Security di Brastagi Supermarket selama 7 tahun.

Gambar 4.2. Bapak Murdani Eka (*Head Security Brastagi Supermarket*)



Narasumber kedua adalah Bapak Harlen Lubis yang memiliki jabatan sebagai *Human Resource Development (HRD)* berumur 57 tahun.

Gambar 4.3. Bapak Harlen Lubis (*HRD Brastagi Supermarket*)



Narasumber ketiga adalah Bapak Pangeran berumur 43 Tahun yang memiliki jabatan sebagai pimpinan Marketing di Brastagi Supermaerket.

Gambar 4.4. Bapak Pangeran (*Marketing Brastagi Supermarket*)



Sumber : Hasil Photo Peneliti, 2024

4.1.3 Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara Bapak Murdani menyebutkan bahwa strategi manajemen komunikasi pimpinan dalam menyusun informasi di Brastagi Supermarket dengan cara menyiapkan informasi yang harus sesuai dengan SOP yang berlaku.

“yang dilakukan dalam menyusun informasi dengan menyiapkan informasi sesuai dengan SOP yang berlaku disini baru dibagikan kalau sudah sesuai.”

Selanjutnya, Bapak Murdani mengatakan bahwa informasi-informasi yang disusun untuk meningkatkan kualitas karyawan ada berbagai hal, yakni pertama, menyusun informasi yang berkaitan dengan motivasi dan semangat untuk para karyawan saat bekerja. Kedua, informasi yang disusun tentang

pengelolaan di pintu keluar, salah satunya yang paling penting adalah tidak lupa untuk memberikan salam kepada konsumen. Ketiga, informasi-informasi yang dapat membuat karyawan dapat menyampaikan dan berkomunikasi dengan baik pada konsumen.

“informasi disusun itu ada beberapa, pertama motivasi sama semangat untuk karyawan saat bekerja. Kedua, informasi tentang pengelolaan di pintu keluar, contohnya jangan lupa memberikan salam kepada konsumen. Ketiga, informasi yang dapat karyawan menyampaikan atau berbicara sesuatu kepada konsumen dengan baik.”

Bapak Murdani menyebutkan bahwa terdapat berbagai informasi penting yang harus disusun dan dibagikan pimpinan kepada karyawan guna dapat meningkatkan kualitas pelayanan, seperti cara bekerja, sikap disiplin dan bertanggung jawab, peduli, nilai-nilai kejujuran, tanggap terhadap situasi yang ada di lapangan, dan memiliki loyalitas yang tinggi.

“kalau informasi penting itu ada, misal cara kerja, disiplin kerja, dapat bertanggung jawab dipekerjaan, mempunyai sikap peduli dan nilai-nilai kejujuran, tanggap dengan situasi di lapangan, dan memiliki loyalitas tinggi.”

Kemudian, dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Brastagi Supermarket, prioritas pelayanan harus dilakukan. Bapak Murdani menyebutkan prioritas pelayanan yang harus dilakukan adalah dengan memberikan dedikasi dalam bekerja sehingga dapat melayani konsumen dengan baik. Kemudian, karyawan dapat memberikan edukasi tentang informasi-informasi apa saja yang diperlukan oleh konsumen.

“untuk prioritas pelayanan, karyawan harus berdedikasi dalam bekerja, sehingga dapat melayani konsumen dengan baik. lalu, karyawan dapat juga memberikan edukasi kepada konsumen terkait informasi yang dicari oleh konsumen.”

Selain prioritas pelayanan, merancang spesifikasi pekerjaan juga perlu dilakukan guna meningkatkan kualitas pelayanan di Brastagi Supermarket. Bapak Murdani mengatakan, untuk divisinya karyawan akan dijelaskan spesifikasi kerja yang akan dikerjakannya. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh sebagian karyawan, pertama fokus terhadap produk-produk makanan agar tidak bercampur dengan produk yang bukan makanan. Kedua, sebagian karyawan difokuskan untuk menangani area produk yang bukan makanan. Ketiga, penempatan barang makanan dan bukan makanan harus dipisah dan diberikan tanda agar konsumen mudah mencari produk yang diinginkannya.

“mengatur sebagian karyawan untuk fokus di mengurus barang-barang food agar tidak bercampur baur. Kemudian, sebagian karyawan berfokus pada area yang nonfood. Lalu, penempatan barang food dan nonfood harus dipisah dan diberikan tanda agar konsumen mudah mencarinya.”

Selanjutnya, Bapak Murdani mengatakan bahwa di Brastagi Supermarket melaksanakan strategi manajemen komunikasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan karyawan dengan cara melakukan monitoring kinerja karyawan yang telah dilakukan. Selain monitoring, mengevaluasi kinerja karyawan dalam melayani konsumen juga perlu diperhatikan. Terakhir, jika ada perilaku atau sikap yang negatif dalam melayani konsumen, pimpinan akan memberikan teguran dan memperingatkan jangan sampai hal tersebut terulang kembali.

“pertama, kita memonitor kinerja karyawan yang telah dilakukan. Kedua, mengevaluasi kinerja dalam melayani konsumen. Ketiga, bila ada perilaku atau sikap negatif dari karyawan dalam melayani konsumen, pimpinan akan memberikan teguran dan

memperingatkan jangan mengulangi hal itu lagi.”

Walau demikian, pelaksanaan strategi manajemen komunikasi di Brastagi Supermarket untuk meningkatkan kualitas karyawan terkadang mengalami kendala-kendala. Kendala yang dialami, yakni pelayanan yang belum maksimal sehingga konsumen merasa masih ada kekurangan dalam pelayanan. Selain itu, kesalahan-kesalahan yang dilakukan, setelah dievaluasi tetap kadang terulang kembali walau tidak berkesinambungan, namun ini menjadi kendala dilapangan.

“Kendala kita dilapangan itu seperti pelayanan yang belum prima atau maksimal mungkin ya, sehingga kadang-kadang konsumen merasa belum puas tentang pelayanannya. Lalu, kadang karyawan ada juga yang kesalahannya itu-itu aja, enggak sering atau berulang-ulang tapi kesalahannya tetap sama atau bagian itu aja kadang-kadang. Jadi kita terus harus mengingatkan akan hal tersebut.”

Terakhir dari hasil wawancara terkait pelaksanaan strategi manajemen komunikasi di Brastagi Supermarket untuk meningkatkan kualitas karyawan, Bapak Murdani menyebutkan bahwa melakukan evaluasi secara berkala dan rutin. Evaluasi dilakukan per hari, per minggu, hingga per bulan. Evaluasi dilakukan setelah merespon apa-apa saja yang perlu ditingkatkan setelah mendapat kritik, saran dan masukan dari para konsumen.

“kita sering lakukan evaluasi, harian, mingguan, bulanan. Pokoknya kita evaluasi secara berkala sesuai ketentuan yang berlaku. Lalu, dari hasil evaluasi kita bicarakan apa-apa saja yang menjadi kritik, saran, dan masukan dari konsumen, yang kedepannya bisa kita lebih tingkatkan lagi pelayanan kita.”

Kemudian, pada narasumber kedua peneliti menanyakan tentang strategi manajemen komunikasi pimpinan terkait penyusunan informasi

dalam meningkatkan kualitas karyawan, Bapak Harlen Lubis mengatakan bahwa dalam menyusun informasi biasanya pimpinan akan berdiskusi dengan sesama pimpinan lainnya tentang apa saja yang akan dibagikan dengan karyawan sebelum memulai bekerja sesuai bidangnya masing-masing.

“kami biasanya mengadakan diskusi dengan pimpinan-pimpinan terkait informasi apa yang akan disusun dan diberikan kepada karyawan buat pengerjaan tugas mereka hari ini yang disesuaikan dengan bidangnya masing-masing.”

Selanjutnya, Menurut Bapak Harlen Lubis dalam meningkatkan kualitas karyawan informasi-informasi yang disusun pimpinan Brastagi Supermarket, informasi yang disusun terdiri dari, pertama adalah deskripsi kerja dan tanggung jawab dari setiap pekerjaan masing-masing karyawan. Kedua, cara dan aturan-aturan dalam melayani konsumen. Dan ketiga, teknis-teknis penyelesaian masalah jika terjadi kendala di lapangan.

“pimpinan biasanya akan memberikan informasi terkait 3 hal, yaitu job description para karyawan, lalu cara dan apa-apa saja yang harus dilakukan dalam melayani konsumen, serta cara menyelesaikan masalah di lapangan jika terjadi hal-hal yang tak diinginkan.”

Kemudian, menurut Bapak Harlen Lubis informasi yang paling penting dalam strategi manajemen komunikasi pimpinan dalam meningkatkan kualitas karyawan di Brastagi Supermarket adalah terkait cara melayani dan menangani konsumen. Hal tersebut adalah informasi yang paling sangat penting, sebab tanpa pelayanan yang baik kepada konsumen, maka sebuah perusahaan tidak akan bisa bertahan lama dan bersaing di dunia usaha.

“informasi penting pasti tentang melayani dan menangani konsumen, karena di dunia usaha jika tidak memiliki konsumen, maka perusahaan tidak akan bertahan lama.”

Lalu, peneliti bertanya tentang strategi manajemen komunikasi pimpinan dalam memprioritaskan pelayanan di Brastagi Supermarket. Menurut Bapak Harlen Lubis menyebutkan bahwa prioritas pelayanan yang dilakukan oleh Brastagi Supermarket yakni tentang pelayanan yang baik, seperti membantu konsumen yang kesulitan menemukan produk yang dicari, bersikap sopan dan ramah kepada konsumen, dan berada pada setiap titik-titik lokasi guna memudahkan konsumen jika ingin bertanya tentang produk yang akan dibeli.

“biasanya prioritas pelayanan yang kami lakukan itu dengan memberikan pelayanan yang baik, misal kayak membantu konsumen yang lagi nyari produk, sikap harus ramah dan sopan, terus mereka berada pada titik-titik yang emang nantinya jika konsumen ingin bertanya, mereka bisa menjumpai karyawan kita.”

Kemudian, peneliti bertanya terkait strategi manajemen komunikasi pimpinan dalam merancang spesifikasi pekerjaan pada karyawan guna meningkatkan kualitas pelayanan di Brastagi Supermarket. Bapak Harlen Lubis mengatakan bahwa pimpinan selalu merancang spesifikasi pekerjaan bagi setiap karyawan. Hal ini dikarenakan pekerjaan setiap karyawan memiliki perbedaan tanggung jawab dari berbagai divisi, seperti penanggung jawab produk makanan, penanggung jawab produk *non-food*, dan lain sebagainya.

“kita selalu merancang spesifikasi pekerjaan karyawan karena setiap pekerjaan karyawan itu berbeda-beda tanggung jawabnya, misal penanggung jawab makanan, penanggung jawab produk bukan makanan, dan lain-lain. Jadi itu harus dirancang biar ga

salah kerjanya.”

Selanjutnya, menurut Bapak Harlen Lubis, membuat spesifikasi pekerjaan dilakukan dengan beberapa cara, yakni pertama dengan mengetahui jenis pekerjaan yang akan dilakukan karyawan, kedua menganalisis kemampuan karyawan yang sesuai dengan pekerjaan tersebut. Kedua cara tersebut yang menurut Bapak Harlen sebagai bentuk cara untuk dapat merancang spesifikasi pekerjaan dengan baik sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan di Brastagi Supermarket.

“merancangnya ada dua cara menurut saya, yang pertama itu dengan mengetahui jenis pekerjaan yang akan dilakukan oleh karyawan, dan yang kedua itu dengan menganalisis kemampuan karyawannya.”

Kemudian, peneliti bertanya tentang bagaimana strategi manajemen komunikasi perlu disiapkan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan di Brastagi Supermarket. Bapak Harlen Lubis mengatakan bahwa persiapan strategi manajemen komunikasi dilakukan sejak awal sebelum memulai pekerjaan, sebab dengan membuat strategi manajemen komunikasi, pimpinan dapat mempersiapkan segala hal bagi karyawan agar ketika melayani konsumen dengan baik dan mengurangi kendala-kendala yang terjadi selama melakukan pelayanan.

“ya itu perlu disiapkan di awal-awal sebelum memulai pekerjaan mungkin, karena dengan strategi manajemen komunikasi itu, pimpinan dapat menyiapkan karyawan untuk melayani konsumen dengan baik dan mengurangi masalah di lapangan.”

Lalu, peneliti menanyakan terkait pelaksanaan strategi manajemen komunikasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Brastagi

Supermarket. Menurut Bapak Harlen Lubis, pelaksanaan strategi manajemen komunikasi sudah berjalan dengan baik karena pimpinan saling berkoordinasi satu sama lain untuk mengatur manajemen komunikasi tersebut.

“sudah berjalan dengan baik pelaksanaannya, karena pimpinan selalu berkoordinasi satu sama lain untuk melaksanakan manajemen komunikasi tersebut.”

Terakhir, peneliti bertanya tentang kendala yang dihadapi dalam meningkatkan kualitas pelayanan karyawan di Brastagi Supermarket. Bapak Harlen Lubis mengatakan bahwa kendala yang dihadapi adalah ketika telah mempersiapkan strategi manajemen komunikasi dengan baik, namun menghadapi kendala yang tidak terduga di lapangan sehingga harus mempersiapkan solusi lain dalam menghadapi hal tersebut.

“pastinya ada kendala, ya menurut saya kendala yang sering kami hadapi itu ketika ada kendala tak terduga terjadi dilapangan. Pas di briefing enggak dibicarakan, enggak taunya kejadian di lapangan, jadi kami harus siap dengan solusi lain untuk hal tersebut.”

Selanjutnya, dengan narasumber ketiga peneliti bertanya tentang bagaimana strategi manajemen komunikasi pimpinan dalam menyusun informasi-informasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Brastagi Supermarket. Menurut Bapak Pangeran, informasi di susun berdasarkan rapat terlebih dahulu oleh pimpinan-pimpinan yang menaungi karyawan, setelah itu informasi tersebut dibagikan kepada karyawan.

“informasi disusun dari pimpinan kemudian nanti disampaikan ke karyawan”

Kemudian, menurut Bapak Pangeran informasi-informasi yang disusun oleh Pimpinan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada umumnya berkaitan dengan aturan dan tanggung jawab bekerja setiap pekerjaan yang dikerjakan. Selain itu, hal-hal yang diperlukan dalam melayani konsumen, seperti sikap, kerapian, dan kesopanan.

“informasi yang disusun ada banyak. Tapi menurut saya yang pada umumnya disusun itu hal-hal yang berkaitan dengan aturan dan tanggung jawab kerja, cara melayani konsumen, sikapnya, sopan, dan rapi.”

Kemudian, peneliti bertanya tentang informasi apa yang penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Brastagi Supermarket. Menurut Bapak Pangeran, informasi yang paling penting untuk disusun dalam meningkatkan kualitas pelayanan adalah informasi tentang aturan dan tanggung jawab kerja, sebab jika karyawan tidak mengetahui aturan dan tanggung jawab kerja, maka karyawan akan bekerja tidak sesuai *job description* yang telah disiapkan.

“menurut saya informasi yang paling penting itu terkait aturan dan tanggung jawab kerja, karena informasi itu jika ga diketahui oleh karyawan nanti kerjanya asal-asalan dan ga bagus”

Selanjutnya, peneliti bertanya tentang prioritas pelayanan seperti apa yang dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Brastagi Supermarket. Menurut Bapak Pangeran, prioritas pelayanan yang paling penting adalah ramah dan senyuman karena dengan bersikap ramah dan senyum, maka pelanggan akan merasa nyaman dalam berbelanja. Selain itu, sikap jujur juga perlu diterapkan agar pelanggan memiliki kepercayaan terhadap pelayanan di Brastagi Supermarket.

“prioritas pelayanan yang dilakukan seperti ramah dan senyum biar pelanggan nyaman. Kejujuran juga harus diterapkan biar pelanggan mempunyai kepercayaan terhadap pelayanan kita.”

Kemudian, peneliti bertanya tentang strategi manajemen komunikasi pimpinan dalam merancang spesifikasi pekerjaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Bapak Pangeran mengatakan bahwa pimpinan selalu merancang spesifikasi pekerjaan dengan cara mendiskusikannya baik sesama pimpinan atau dengan tim yang di pimpin. Merancang spesifikasi pekerjaan menurut Bapak Pangeran merupakan hal yang penting karena karyawan dapat mengetahui pekerjaan dan tanggung jawab dalam bekerja.

“tentu harus dirancang spesifikasi pekerjaan tersebut, dengan cara di diskusikan dengan pimpinan lain atau tim kita masing-masing. Dan ini hal yang penting karena merancang spesifikasi ini dapat membuat karyawan kita tau pekerjaannya seperti apa, tanggung jawabnya seperti apa.”

Menurut Bapak Pangeran, dalam menyiapkan strategi manajemen komunikasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diperlukan adalah pengetahuan dan komunikasi yang baik. Pengetahuan merupakan modal untuk menganalisis segala kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh karyawan, dan komunikasi yang baik untuk menemukan hal-hal yang perlu ditingkatkan atau dipertahankan.

“menurut saya ya dengan pengetahuan dan komunikasi yang baik. kalau kita tau tentang kelebihan dan kekurangan kita, pasti pelayanan akan meningkat. sama dengan komunikasi yang baik, kalau kita bisa berkomunikasi yang baik dengan tim, kita juga pasti tau gimana keadaan tim kita.”

Selanjutnya, peneliti bertanya tentang bagaimana pelaksanaan strategi manajemen komunikasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Brastagi

Supermarket. Bapak Pangeran menyebutkan bahwa pelaksanaan strategi manajemen komunikasi sudah berjalan dengan baik, karena dilakukan secara teratur dan sesuai aturan yang berlaku.

“pelaksanaannya sudah berjalan dengan baik, dan kami laksanakan secara teratur dan sesuai aturan yang berlaku.”

Terakhir, peneliti bertanya tentang kendala yang dihadapi dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Brastagi Supermarket. Menurut Bapak Pangeran, kendala yang dihadapi untuk meningkatkan kualitas pelayanan adalah kendala-kendala yang berada di lapangan dimana kendala tersebut tidak diperhitungkan sebelumnya dan di luar kendali strategi manajemen komunikasi yang telah di siapkan. Namun, walau demikian kendala-kendala yang dihadapi tetap dapat diselesaikan dengan baik.

“yaa kadang ada kendala-kendala yang di luar kendali kita tanpa kita sadari, jadi kendala nya terjadi tanpa kita perhitungkan sebelumnya. Tapi ya walau begitu, kita tetap bisa menyelesaikan masalah itu, tapi ya nama nya kendala, itu lah menurut saya kendala nya.”

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara penelitian yang telah dilakukan, strategi manajemen komunikasi pimpinan yang telah diterapkan oleh Brastagi Supermarket dalam meningkatkan kualitas pelayanan adalah dengan mempersiapkan *job description* karyawan yang akan membuat karyawan mengetahui bagaimana melakukan pekerjaan mereka masing-masing. Hal ini juga dapat membantu karyawan lebih bertanggung jawab terhadap pekerjaannya.

Seperti yang diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Garini & Rahman, 2024) menyebutkan bahwa untuk meningkatkan kinerja karyawan atau pegawai dapat dilakukan dengan cara seperti membagikan tugas-tugas pokok dan fungsi pekerjaannya yang disesuaikan dengan keterampilan masing-masing sehingga menghasilkan kualitas atau kinerja yang baik.

Selain mempersiapkan *job description* kepada karyawan, untuk meningkatkan kualitas pelayanan, pimpinan Brastagi Supermarket memberikan berbagai informasi penting untuk diketahui oleh karyawan, seperti *Standard Operating Procedure (SOP)*, yakni pedoman karyawan dalam mematuhi aturan-aturan yang telah ditetapkan, dan bentuk-bentuk sikap serta perilaku yang harus diterapkan karyawan selama bekerja, seperti ramah, sopan santun, memberikan senyum, disiplin, serta memiliki kejujuran.

Kemudian, Strategi manajemen komunikasi yang diterapkan oleh pimpinan dalam meningkatkan kualitas pelayanan adalah dengan memberikan prioritas pelayanan kepada pelanggan. Terdapat berbagai cara dalam memprioritaskan pelayanan, seperti bersikap ramah, sopan santun, memiliki kejujuran, dan membantu konsumen jika mengalami kendala atau kesulitan.

Selain itu, Brastagi Supermarket juga merancang spesifikasi pekerjaan kepada karyawan guna meningkatkan kualitas pelayanan. Seperti yang diungkapkan oleh (Suparmo, 2020) bahwa salah satu tahap dalam

melaksanakan strategi manajemen komunikasi dalam sebuah perusahaan adalah dengan merancang spesifikasi pekerjaan.

Spesifikasi pekerjaan yang dirancang oleh pimpinan Brastagi Supermarket diantaranya dengan melakukan komunikasi antar pimpinan yang berkaitan dengan melayani konsumen untuk menentukan karyawan-karyawan yang dapat bekerja sesuai dengan kemampuannya sehingga karyawan lebih bertanggung jawab akan pekerjaannya.

Kemudian, selain karyawan yang berfokus pada pelayanan pelanggan, manajemen komunikasi pimpinan juga mengarahkan sebagian karyawan untuk berfokus pada produk-produk makanan, sebab pelanggan Brastagi Supermarket pada umumnya mencari produk-produk yang berjenis makanan, seperti buah dan sayur. Oleh karena itu, jika produk-produk makanan tersebut dijaga dengan baik maka kualitas produk akan terjaga dan pelanggan akan merasa puas dengan kualitas makanan yang telah dijual.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Brastagi Supermarket, pelaksanaan strategi manajemen komunikasi dilakukan secara berkesinambungan. Berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa pelaksanaan tersebut dilakukan per hari, per minggu, dan per bulan. Pelaksanaan strategi tersebut terus di monitoring sehingga dapat mempertahankan atau meningkatkan kualitas pelayanan di Brastagi Supermarket.

Pelaksanaan dan penerapan strategi manajemen komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan Brastagi Supermarket dalam meningkatkan

kualitas pelayanan karyawan memerlukan dua faktor untuk keberhasilan hal tersebut, yakni memiliki pengetahuan, dan kedua komunikasi yang baik. Memiliki pengetahuan dapat digunakan dalam menyusun dan merancang berbagai pekerjaan yang akan diberikan kepada karyawan. Sedangkan komunikasi yang baik digunakan untuk membuat pesan yang sudah disusun dan dirancang dapat diterima dengan baik oleh karyawan sehingga karyawan dapat melaksanakan pekerjaan sesuai dengan instruksi dan rancangan.

Seperti yang disebutkan dalam penelitian dari (Sjahrudin et al., 2023) yang mengatakan bahwa strategi manajemen komunikasi harus menggunakan komunikasi yang baik dengan melibatkan berbagai aspek dalam mengelola sebuah organisasi sehingga pelaksanaan strategi manajemen komunikasi dapat berjalan dengan baik.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi Manajemen Komunikasi Pimpinan dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Karyawan di Brastagi Supermarket Medan sudah dilakukan dengan baik dengan menyusun dan merancang *job description* kepada karyawan, memberikan pengarahan untuk memiliki sikap ramah, sopan santu, murah senyum, dan memiliki kejujuran.
2. Faktor-faktor keberhasilan dari pelaksanaan dan penerapan strategi manajemen komunikasi pimpinan dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Brastagi Supermarket terdapat dua faktor, yakni faktor memiliki pengetahuan dan faktor komunikasi yang baik.
3. Membuat spesifikasi pekerjaan yang dilakukan oleh pihak manajemen Brastagi Supermarket seperti membedakan karyawan di bagian *food* dan *nonfood*. Hal ini dilakukan karena agar tidak terjadi kesalahan dalam penyusunan barang bekakas dan makanan.
4. Dalam rangka menerapkan strategi manajemen komunikasi yang dilakukan pimpinan dengan cara membuat pengerjaan tugas karyawan yang disesuaikan dengan bidangnya masing-masing.

5.2 Saran

Maka dari itu, saran dalam penelitian ini yang akan diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Kepada Pimpinan Brastagi Supermarket diharapkan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dengan memperhatikan berbagai aspek-aspek lain guna meningkatkan kualitas pelayanan.
2. Kepada Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan dengan memfokuskan kajian strategi manajemen komunikasi.
3. Kepada Karyawan diharapkan dapat terus mempertahankan kualitas pekerjaan yang sudah di jalani dengan baik dengan cara menerapkan disiplin, jujur, tanggung jawab, dan loyalitas kerja.
4. Kepada pihak Manajemen diharapkan senantiasa melakukan evaluasi secara berkala untuk meningkatkan kualitas sumber daya di Brastagi Supermarket.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardana. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Graha Ilmu.
- Ardial, H. (2014). *Paradigma Model Penelitian Komunikasi*. Bumi Aksara.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan
- Bucata, G., & Rizescu, A. M. (2017). The Role of Communication in Enhancing Work Effectiveness of an Organization. *Land Forces Academy Review*, 22(1), 49–57. <https://doi.org/10.1515/raft-2017-0008>
- Bungin, B. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media.
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Faustyna, F. (2023). *Management Komunikasi*. UMSU Press.
- Garini, D. P., & Rahman, M. Z. (2024). Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Banjar. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 15(01). <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i01.4440>
- Hajar, S., Faustyna, F., & Santoso, P. (2022). Strengthening Homestay Management Based On Local Wisdom In The Village Lumban Suhi Suhi Toruan. *Kaibon Abhinaya : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 115–120. <https://doi.org/10.30656/ka.v4i2.3658>
- Hardiyanto, S., & Pulungan, D. (2019). Komunikasi Efektif Sebagai Upaya Penanggulangan Bencana Alam di Kota Padangsidempuan. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 30–39. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v3i1.2694>
- Hasibuan, M. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Hasmawati, F. (2018). Manajemen Dalam Komunikasi. *Al-Idarah*, 5(6), 76–86.
- Kartono. (2011). *Pemimpin dan Kepemimpinan*. Raja Grafindo Persada.
- Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–1

- Lubis, N. K., & Nasution, A. I. L. (2023). Pengaruh Sistem Penghargaan Dan Gaya Komunikasi Pimpinan Untuk Meningkatkan Produktivitas Kinerja Karyawan (Studi Kasus Panglong Lucky Centra Jalan Besar Tembung). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 466–475. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Marzuki. (2003). *Seri Management Pengantar dan Kegiatannya*. Fakultas Ekonomi UII.
- Ramadhan, D. J., Saputra, N., Setiawan, A., & Mubarok, I. (2023). Strategi Manajemen Komunikasi Dalam Menghadapi Tantangan Multikulturalisme Dalam Konteks Islam. *Student Research Journal*, 1(6), 240–248. <http://journal-stiayappimakassar.ac.id/index.php/srj/article/view/841>
- Ramadhani, T. A., Pane, M. S., & Nasution, R. A. (2023). Strategi Manajemen Komunikasi Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Asuransi. *Dakwatussifa : Journal of Da'wah and Communication*, 2(2), 127–139.
- Ricky, R., & Rahimallah, M. T. A. (2023). Keterbukaan Informasi Publik Di Indonesia (Perspektif, Akuntabilitas, Transparansi Dan Partisipasi). *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja*, 12(2), 62–75. <https://doi.org/10.33701/jiwbp.v12i2.2911>
- Rivai, & Mulyadi. (2011). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Rajawali Pers.
- Sahputra, D. (2020). Manajemen Komunikasi Suatu Pendekatan Komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 6(2), 152–162. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v6i2.4069>
- Siregar, I. N. P., Taslim, N., Wijaya, C., Benny, & Butar, R. M. B. (2019). Pengaruh Komunikasi Dan Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pt. Jaya Anugrah Sukses Abadi (Brastagi Supermarket). *Wahana Inovasi*, 8(1), 2–9.
- Sjahrudin, H., Sulistiani, I., Fahrizal, M., & Dkk. (2023). *Manajemen Komunikasi* (P. T. Cahyono (ed.)). Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodelogi penelitian*. Pustaka Baru Perss.
- Suparmo, L. (2020). *Sistem Manajemen Komunikasi*. Simbioasa Rekatama Media.
- Sutikno. (2014). *Pemimpin Dan Gaya Kepemimpinan*. Holistica Lombok.

- Sutrisno, E. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Kencana Prenada Media Group.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality dan satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yusuf, B., & Ridwan, H. (2018). Manajemen Komunikasi Dalam Pengelolaan Informasi Pembangunan Daerah (Pada Biro Humas Dan PDE Sekretariat Daerah Propinsi Sulawesi Tenggara). *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 4(1), 50–64.

LAMPIRAN



PT. JAYA ANUGRAH SUKSES ABADI
Jl. Jend. Gatot Subroto No. 288 Medan 20118
Telp. (061) 4572371 (Hunting)
Fax. (061) 4572248 - 4572260

Medan, 30 Juli 2024

No. : 168/HRD/JASA/VIII/24
Hal : Izin Penelitian Mahasiswa

Kepada Yth,
Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
di
Medan.-

Dengan hormat,

Menunjuk Surat **Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP** Dekan Ilmu Sosial dan Politik UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA dengan Nomor : 1197/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2024 tanggal 05 Juli 2024. Perihal Permohonan Izin Penelitian Mahasiswa, maka dengan ini kami sampaikan kepada Bapak bahwa :

Nama : ASTRI DAMAYANTI
N P M : 2003110282
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan)
Judul Skripsi : " STRATEGI MANAJEMEN KOMUNIKASI PIMPINAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN DI BRASTAGI SUPERMARKET MEDAN "

Telah kita beri izin Penelitian Mahasiswa di perusahaan kami di PT. Jaya Anugrah Sukses Abadi (Brastagi Supermarket) Medan Jalan Jend. Gatot Subroto No. 288 Medan. Guna memperoleh data dalam Penulisan Skripsi Program Studi - SI serta memberikan tanggapan /penilaian terhadap yang bersangkutan tentang Penelitian tersebut.

Demikian surat ini kami sampaikan terimakasih.

Salam,

PT. JAYA ANUGRAH SUKSES ABADI
MEDAN

Harfen Lubis, SE
HR & GA Head



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU
 Unggul | Cerdas | Terpercaya

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/DAN-PT/AK.K/P/PTA/12022
 Pusat Administrasi: Jalan Muhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
 Email: info@umsu.ac.id | help@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan | umsumedan

Sk-1

**PERMCHONAN PERSETUJUAN
 JUDUL SKRIPSI**

Kepada Yth. Bapak/Ibu
 Program Studi Ilmu Komunikasi
 FISIP UMSU
 di
 Medan.

Medan, Rabu, 22 Mei 2024

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : Astri Damayanti
 N P M : 2003110282
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 SKS diperoleh : 132 SKS, IP Kumulatif 3,51

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi manajemen komunikasi pimpinan dalam meningkatkan kualitas pelayanan karyawan di brastagi supermarket medan	<i>[Signature]</i> 22 Mei 2024
2	Strategi Manajemen Komunikasi mempertahankan kualitas pelayanan karyawan di Brastagi Supermarket Medan	
3	Pengaruh pelayanan karyawan brastagi supermarket dalam meningkatkan minat pelanggan	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

- Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
 - Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.
- Demikianlah permohonan Saya, atas peneriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Program Studi:
 Diteruskan kepada Dekan untuk
 Penetapan Judul dan Pembimbing.

175.20.311

Pemohon,

Medan, tanggal 22 Mei 2024
 Ketua
 Program Studi.....

[Signature]
 (... Astri Damayanti ...)
 Dosen Pembimbing yang ditunjuk
 Program Studi.....

(.....)
 NIDN:

[Signature]
 NIDN: 0112118802





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/IBAN-PT/Ak.KP/PTX/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id # fisip@umsu.ac.id # umsumedan # umsumedan # umsumedan # umsumedan

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 837/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M Tentang Panduan Penulisan Skripsi dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 22 Mei 2024, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut

Nama mahasiswa : **ASTRI DAMAYANTI**
N P M : 2003110282
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2023/2024
Judul Skripsi : **STRATEGI MANAJEMEN KOMUNIKASI PIMPINAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN DI BRASTAGI SUPERMARKET MEDAN**
Pembimbing : **Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU Tahun 2021.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing skripsi sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 175.20.311 tahun 2024.
3. Penetapan judul skripsi, pembimbing skripsi dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 22 Mei 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 14 Dzulq'adah 1445 H
22 Mei 2024 M



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Bertanggungjawab

CS Scanned with CamScanner





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAH-PT/AK.KP/P/10/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fkip.umsu.ac.id> fkip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

SK-3

**PERMOHONAN
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Kepada Yth. Medan, 20 Juni 2024
 Bapak Dekan FISIP UMSU
 di
 Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap Astri Damayanti :
 NPM : 2003110282
 Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor. 037/SK/11.3.AU/UMSU-03/1/20.24 tanggal 22 Mei 2024 dengan judul sebagai berikut :

Strategi manajemen komunikasi pimpinan dalam meningkatkan kualitas pelayanan karyawan di Bristag Supermarket Medan

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Foto copy Surat Penetapan Judul Skripsi (SK-1);
2. Foto copy Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM (Transkrip Nilai Sementara) yang telah disahkan ;
4. Foto copy Kartu Hasil Studi (KHS) Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Behan SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :

Pemohon,

Pembimbing

(Astri Damayanti)

Dr. Sigit Hardiyanto .S.Sos.N. I.KG

UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 1101/UNDIL.3.AU/UMSU-03/F/2024



Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Sabtu, 29 Juni 2024
Waktu : 10.00 WIB s.d selesai
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORU, S.Sos., M.I.Kom.



SK-4

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PEMANGGAP	PEMIMPIN	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
1	RIZKI DWI LESTARI	2003110007	AKHYAR ANSHORU, S.Soc., M.I.Kom.	H. TENBERNAN, S.Soc., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. MAGIC DETAILING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN
2	RIZKY HARUL AMRY PARDEDE	2003110110	FAZAL HAZZAH LUBIS, S.Soc., M.I.Kom.	DR. HAJHAMAUD SAUD HARAHAP, S.Soc., M.I.Kom.	PELAINFAITAN MEDIA DIGITAL INSTAGRAM @MEDANTASTUDIO DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK TATO KE MASYARAKAT
3	INDAH ADITYA LESMANA	2003110008	DR. SIGIT HARDIYANTO, S.Soc., M.I.Kom.	COBRY NOVIRCA AP SIMAGA, S.Soc., M.A.	STRATEGI MANAJEMEN KOMUNIKASI 99.00 MOST FM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENDENGAR DI ERA PENYARAN DIGITAL
4	ASRI DAMAYANTI	2003110282	AKHYAR ANSHORU, S.Soc., M.I.Kom.	DR. SIGIT HARDIYANTO, S.Soc., M.I.Kom.	STRATEGI MANAJEMEN KOMUNIKASI PIMPINAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN DI PRASTASI SUPERMARKET MEDAN
5	FACHRI ANANDA	2003110278	COBRY NOVIRCA AP SIMAGA, S.Soc., M.A.	DR. RIBUT PRADI, S.Soc., M.I.Kom.	KOLABORASI HUMAS DAN MASYARAKAT PADA PROGRAM CSR BIDANG SOSIAL DI PT.PN 4 GUNUNG BAYU

Kedua, 20 Duhita, 1445 H
Sabtu, 29 Juni 2024 M





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/IBAN-PT/IAA.KP/PT/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Nuchtar Harli No. 3 Medan 20230 Telp. (061) 6622400 - 66224507 Fax. (061) 6625474 - 6631003
 Website: www.umsu.ac.id Email: info@umsu.ac.id umsu@umsu.ac.id umsu@umsu.ac.id umsu@umsu.ac.id umsu@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSIS

Nama Lengkap : Aste Damayanti
 N P M : 2003110282
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : Strategi Manajemen komunikasi pimpinan dalam
 meningkatkan kualitas pelayanan karyawan di
 Brastagi Supermarket Medan.

No.	Tanggal	Kegiatan & dvis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	22/05/2024	ACC judul skripsi	
2	04/06/2024	Bimbingan proposal (revisi latar belakang kerangka konsep, narasumber, daffpos)	
3	12/06/2024	Bimbingan proposal (revisi cover, margin)	
4	13/06/2024	ACC proposal	
5	09/07/2024	Pengajuan draft wawancara	
6	09/07/2024	revisi draft wawancara	
7	09/07/2024	ACC draft wawancara	
8	21/08/2024	Bimbingan bab IV-V (revisi penambahan identitas narasumber, daftar pustaka)	
9	22/08/2024	Bimbingan bab IV-V (revisi kesimpulan dan saran)	
10	22/08/2024	ACC skripsi	

Medan, 22 Agustus 2024

Dekan

Ketua Program Studi,

Pembimbing,

(Dr. Arifin Zahri, S.Sos.,MSP.)
 NIDN: 0030017402

(Achyar An Shori, S.Sos.,M.I.Kom.)
 NIDN: 0127048401

(Pr. Syah Handayani, M.I.Kom.)
 NIDN: 042118062



**UNIVERSITAS NUHAIMADIAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNDANG-UNDANG DAN TUGAS AKHIR
Materi : 15/14/13 AUDIOPUSU-03/F/2024

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari/Tanggal : Kamis, 29 Agustus 2024
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula Fkip UINCUU 2



SK-10

UMSU
Universitas Nuhaimadiah Sumatera Utara

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJIAN			Judul Studi
			PENGUJIAN I	PENGUJIAN II	PENGUJIAN III	
25	ELCA	2003110659	Dr. MUHAMMAD THURID S.Sos, M.Kom	Dr. ZULFIYAH, M.Kom S.Sos, M.Kom	Dr. UTRI B. SITI, S.Sos, M.Kom	PERAN KOMUNIKASI PENERBITAN DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT PADA PROGRAM PEMBANGUNAN DI KABUPATEN KABUPATEN PADANG LINGGAS
27	ASTA DAMAYANTI	2003110782	Asoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.Kom	FAZAL HAZWAN LUBIS, S.Sos, M.Kom	Dr. SIGIT HARJOANTO, S.Sos, M.Kom	STRATEGI MANAJEMEN KOMUNIKASI PERSYARAHAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN DI BRANSA SUPERMARKET LEBDAN
28	BELLA SYAFITRI	2003110159	Asoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	Asoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.Kom	Asoc. Prof. Dr. LETLIA KHAIRANI, M.Si	PENGARUH TREND "KIDZ" PADA AKTIVASI TIKTOK TERHADAP POLA PERILAKU SISWA DI SEKOLAH MANAULAH DUNGOAL
29	SATRIA FELDAMA	2003110214	YULIANA SAKARI MAGLITON, S.Sos, M.Kom	Dr. JUNWAL, S.Pd, M.Pd	Dr. MUHAMMAD SAUD HARUN, S.Sos, M. Kom	PENGELUARAN INSTAGRAM @EKSPLORASANTAR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA P. SUMPUR
30	M. HANUO YUSUF ALFANU	2003110112	Dr. E. BUT PRADI, S.Sos, M.Kom	Asoc. Prof. Dr. LETLIA KHAIRANI, M.Si	Asoc. Prof. Dr. RUDHANTO, M.Si	STUDI ETNOGRAFI POST TRUTH TENTANG PERCEPATAN POLA PERILAKU PRECISEN 2024 PADA MASYARAKAT KELURAHAN TERJIN KOTA MEDAN

1. **Survei Sistem**

Medan, 22 Agustus 1449 H
21 Agustus 2024 M

Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.Kom

Dr. ABRIN SALEH, S.Sos, M.SP.

Asoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.Kom



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DATA PRIBADI

Nama : Astri Damayanti
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 06 April 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Anak ke : 3 (tiga) dari 3 (tiga) Bersaudara
Alamat : Jl. Kapten M Basri Asr Bintara 3F
Email : astridamayanti2001@gmail.com
No. Hp : 082167061026

DATA KELUARGA

Nama Ayah : Alm. Suryadi
Pekerjaan : -
Nama Ibu : Sukasmi
Pekerjaan : IRT
Alamat : Jl. Kapten M Basri Asr Bintara 3F

RIWAYAT PENDIDIKAN

2007 – 2013 : MIN 3 Medan Timur
2013 – 2016 : SMP Negri 37 Medan
2016 – 2019 : SMA Swasta Dharmawangsa Medan