

## BAB 7

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 7.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil suatu simpulan berikut:

- ✓ Pada dewasa ini PT CLI menghadapi suatu lingkungan yang berubah dengan cepat; oleh karenanya, para manajer harus membantu perusahaan dan menyesuaikan diri sesuai dengan perubahan-perubahan yang terjadi
- ✓ Perubahan iklim komunikasi dan organisasi yang cepat pada PT CLI perlu menjadi perhatian seorang pimpinan organisasi karena faktor tersebut banyak sedikitnya ikut mempengaruhi kepada tingkah laku karyawan.
- ✓ Perusahaan saat ini mengalami masalah yaitu *salesman* tertentu mempunyai pembawaan bahwa merasa tidak suka pada pekerjaannya dan berusaha menghindarkan pekerjaan itu sedapat mungkin.
- ✓ Perusahaan menetapkan perlu adanya aturan-aturan, pengarahan, strategi paksaan yang banyak ditetapkan oleh pihak manajemen untuk mengarahkan performance dari para *salesman*-nya.
- ✓ Perusahaan memberikan pelatihan *selling skill*, membuat suatu data yang harus diisi oleh para sales dinamakan *customer history record*, pemberian brosur yang diberikan perusahaan tiap bulan yang bersifat meningkatkan

mental dan motivasi sikap para sales. Namun hal tersebut di atas masih belum sesuai dengan harapan para sales.

- ✓ Perusahaan ingin menumbuhkan *commitment* dari para sales terhadap tujuan adalah satu yang perlu ditanamkan pada para sales sehingga kepuasan diri dan kebutuhan aktualisasi diri dapat diarahkan hasilnya untuk mencapai tujuan organisasi
- ✓ Terdapat kemungkinan besar bahwa pola-pola perilaku para karyawan berubah, maka struktur baru tersebut tidak menimbulkan dampak besar atas efektivitas organisasi yang bersangkutan. Agar dampaknya terasa pada seluruh organisasi, maka perilaku baru karyawan yang konsisten dengan tuntutan lingkungan organisasi tersebut harus muncul.

## 7.2 Saran

Dengan adanya pendekatan Strategi komunikasi internal korporasi yang dilakukan oleh PT CLI untuk meningkatkan motivasi kinerja para salesnya maka saran yang diberikan perusahaan yaitu:

1. Pihak manajemen menumbuhkan penampilan pekerja yang terletak pada tingkat *commitment* terhadap suatu pekerjaan daripada kontrol perusahaan
2. *Salesman* diberi pembelajaran di bawah kondisi yang pantas, tidak hanya menerima tetapi juga mencari rasa tanggung jawab

3. Memberi kesempatan kepada para *salesman* mungkin akan dapat membuat keputusan yang baik tentang bagaimana menyelesaikan tugas-tugas
4. *Salesman* lebih suka dihargai dan dipercayai daripada diperlakukan seolah-olah tidak bertanggung jawab
5. Melakukan pembinaan dengan mengutamakan motivasi dan semangat, maka pertemuan merupakan cara paling efektif.
6. Adakan pertemuan dan diskusi.
7. Pertemuan kelompok kecil untuk menyelesaikan masalah dan membuat perencanaan baru
8. Pertemuan kelompok besar bertujuan untuk mengumumkan sales yang berprestasi untuk menyampaikan presentasi mengenai keberhasilannya. Saat ini digunakan untuk memberikan penghargaan atas prestasinya.
9. Melakukan pembinaan dan membantu *salesman* mencapai target pribadinya. Masing-masing sales dibuatkan target yang disesuaikan dengan kemampuan dan harapan.

Manajer melakukan komunikasi yang memotivasi dengan *salesman* dengan cara:

1. Terus berhubungan, sekedar *say hello* untuk membina keakraban dengan mereka

2. Melakukan *monitoring*, jangan ada kesan menyuruh, memerintah, atau memaksa, tetap dalam rangka menawarkan bantuan
3. Kalau lesu, kehilangan motivasi, cepat-cepat berikan suntikan motivasi
4. *Reward* atau apresiasi meskipun sekedar menepuk bahu ucapkan penghargaan atau pujian
5. Memberikan contoh teladan *leader*
6. Melakukan pembinaan dan membantu anggotanya mencapai target pribadinya. Masing-masing sales dibuatkan target yang disesuaikan dengan kemampuan dan harapan.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Adi, Rianto dan Prasadja, Heru, 1993, *Langkah-langkah Penelitian Sosial*, Jakarta: Penerbit Arcan
- Argenti, Paul A., and Janis Forman, 2002, *The Power Of Corporate Communication*, New York: McGraw Hill Companies
- Argenti, Paul A., 1998, *Corporate Communication*, Second Edition, New York: McGraw Hill Companies
- Armstrong, Michael, 1995, *Menjadi Manajer yang Lebih Baik Lagi*, (Penerjemah: Daniel Wirajaya), Jakarta: Binarupa Aksara
- Blundel, Richard, 1998, *Effective Business Communication: Principles and Practice For The Information Age*, London: Prentice Hall Europe
- De Vito, Joseph A., 1997, *Komunikasi Antar Manusia*. Terjemahan oleh Agus Maulana, Jakarta: Professional Books
- Dimbleby, Richard, 1996, *More Than Words: An Introduction To Communication*, Second Edition, New York: Routledge
- Davis, K., 1976, *Human Behaviour Of At Work*, New York: McGraw Hill Book Co.
- Depari, Eduar, 1992, *Komunikasi Organisasi*, Yogyakarta: Paradigma
- Dominick, Josep R., 1999, *The dynamics of Mass Communication*, International Edition, Six Edition, New York: The McGraw Hill Companies Inc
- Effendy, O. 2000, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Gibson, Jane Whitney dan Hodgetts, Richard M., 1991, *Organizational Communication: A Managerial Perspective*, Second Edition, New York: Harper Collins Publishers Inc
- Goldhaber, GERALD M., 1986. *Organizational Communication*, Iowa: Brown Publisher

- Hadjar, I. 1999, *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Isaac, S., dan Michael, W.B., 1981, *Handbook in Research and Evaluation*, San Diego: Edits Publishers
- Jones, Gareth R. 1993, *Organization Theory*, Reading Mass: Addison Wesley Publishing Company
- Kadarman, A.M. dan Jusuf Udaya. 2001, *Pengantar Ilmu Manajemen Buku Paduan Mahasiswa*, Jakarta: PT Prenhallindo
- Kartono Kartini, 2001, *Pemimpin dan Kepemimpinan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Koehler, Jerry W., Anatol, 1981, *Organizational Communication : Behavioral Perspective*, New York: Holt Rinehart and Winstons
- Lesikar, Raymond V., et al, 1999, *Lesikar's Basic Business Communication*, International Edition, Eight Edition, New York: The McGraw Hill Companies Inc
- Cooper, W., dan Emory, C., 1996, *Experimental Designs*, New York: John Wiley
- Margono, S., 2000, *Metodologi Penelitian dan Pendidikan*, Jakarta: PT Rineka Cipta
- Muhammad, Arni, 2002, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: PT Bumi Aksara
- Mitchell, Terence R., 1982, *Motivation: New Directions For Theory Research and Practice*, Jan:Academy of Management Review
- Namawi, Hadari, 2001, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Pace, R Wayne dan Faules, Don F., 1989, *Organizational Communication*, New Jersey: Prentice Hall
- Rakhmat, J., 2001, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya

- Robins, P Stephen. 1996, *Perilaku Organisasi*, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: PT Prenhallindo
- Schein, Edgar H., 1989, *Organizations*, New York: John Wiley and Sons
- Siregar, A. Dan Rondang Pasaribu, 2000, *Bagaimana Mengelola Media Korporasi Organisasi*, Yogyakarta: Penerbit Kanisius
- Stoner, A.F.J., Freeman, R.E., dan Daniel, R. Gilbert Jr. 1996, *Manajemen*, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: PT Prenhallindo
- Winardi, J., 2001 *Motivasi dan Pemotivasian Dalam Manajemen*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Wood, Lecia Vonne, 2002, *Corporate Storytelling: Planning and Creating Internal Communication*, Loveland: Grendel Press