

# ANALISIS PERAN BUDAYA ORGANISASI DALAM MEMBANGUN LOYALITAS KARYAWAN PT MLM

Giacinta Evania  
giacintaevania@gmail.com  
Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya,  
Jakarta

El Chris Natalia, S.I.Kom., M.Si.  
elchris.natalia@atmajaya.ac.id

Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya,  
Jakarta

## ABSTRAK

PT MLM merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang spare part motor dan sudah berdiri di Indonesia selama 20 tahun. Fokus penelitian ini terletak pada budaya organisasi dan loyalitas karyawan di PT MLM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran budaya organisasi dalam membangun loyalitas karyawan PT MLM. Teori yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah Komunikasi Organisasi, Budaya Organisasi, dan Loyalitas Karyawan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran budaya organisasi di PT MLM mampu membangun loyalitas karyawan melalui budaya mutu, inovasi, terpercaya, ramah, dan ahli yang diterapkan oleh seluruh karyawan. Selain itu, PT MLM juga menerapkan budaya organisasi dengan dengan alur komunikasi ke bawah dan alur komunikasi ke samping.

**Kata kunci:** komunikasi organisasi, budaya organisasi, loyalitas karyawan

## ABSTRACT

*PT MLM is a company engaged in motorbike spare part and has been established in Indonesia for 20 years. The focus of this research lies in the organizational culture and employee loyalty at PT MLM. This study aims to determine the role of organizational culture in building employee loyalty of PT MLM. The theory that becomes the reference in this research is Organizational Communication, Organizational Culture, and Employee Loyalty. This research uses descriptive qualitative method. Data collection techniques used in this research are in-depth interview, observation, and document study. The results show that the role of organizational culture in PT MLM is able in building employee loyalty through a culture of quality, innovation, trusted, friendly, and expert that is applied by all employees. In addition, PT MLM also implements an*

*organizational culture with downward and horizontal communication.*

**Keywords:** *organizational communication, organizational culture, employee loyalty*

## **A. PENDAHULUAN**

Pada sebuah organisasi, terdapat anggota organisasi yang saling bekerja sama dan berkomunikasi untuk mencapai tujuan dari organisasi. Menurut Weick (dalam Destianti, 2017), organisasi merupakan sebuah proses mengumpulkan, mengolah dan menggunakan informasi yang diterima oleh para anggotanya. Kast dan Rosenz (dalam Azizah, 2014) menyatakan bahwa organisasi merupakan beberapa orang yang memiliki hubungan secara formal baik kepada atasan maupun bawahan yang bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan bersama. Dari dua definisi tersebut, maka dapat dikatakan bahwa sebuah organisasi terbentuk berdasarkan adanya hubungan formal dari para anggotanya dan juga kepada atasannya. Selain itu, terdapat juga struktur organisasi yang mengandung aturan dan peranan para anggotanya. Ada peranan penting dalam pertukaran informasi di organisasi dan cara para anggota untuk dapat mengelola informasi tersebut. Contoh organisasi yang baik adalah memiliki identitas resmi, mampu memberikan status kepada karyawan, memiliki visi dan misi, manajemen mampu bersikap transparan, dan memperhatikan kebutuhan karyawan (Naomi, 2020). Segala aturan, nilai-nilai, etika, kebiasaan yang ada di dalam organisasi merupakan suatu budaya yang diikuti oleh anggota organisasinya. Menurut Schein (dalam Ariwibowo, 2010), budaya organisasi merupakan sebuah filosofi yang mendasari adanya kebijakan organisasi, aturan dalam bermain, untuk berinteraksi dari satu dengan yang lain dan juga baik perasaan maupun iklim yang dibawa oleh sebuah organisasi. Hal tersebut menjelaskan bahwa budaya organisasi memiliki aturan untuk melakukan setiap tindakan dalam sebuah organisasi. Para anggota yang berada dalam sebuah organisasi harus mematuhi segala aturan yang ada dan sudah disepakati bersama untuk mengurangi kesalahan yang dapat terjadi karena kelalaian dalam bekerja. Salah satu budaya organisasi yang dapat dilihat adalah budaya yang diterapkan oleh Google, dimana terdapat ruangan kerja yang dirancang sesuai dengan budaya perusahaan, menghindari adanya kerahasiaan antara departemen dengan unit kerja dan lainnya (Schmidt dan Rosenberg dalam itjen.dephub.go.id, 2017).

Loyalitas karyawan sangat diperlukan untuk kesuksesan dari sebuah organisasi itu sendiri. Menurut Malik (dalam Fatkhurohmah, 2019), bila seseorang memiliki loyalitas dan kepercayaan terhadap suatu hal, maka orang tersebut harus rela berkorban dan setia terhadap hal-hal yang dipercayainya. Hal tersebut menjelaskan bahwa loyalitas juga merupakan sebuah pengorbanan sepenuhnya terhadap suatu hal yang kita

sukai. Tingginya loyalitas seseorang dapat memudahkan bagi sebuah organisasi untuk mencapai tujuannya. Contohnya, para karyawan yang memiliki loyalitas terhadap perusahaan adalah karyawan yang memiliki integritas dalam bekerja, menjadi teladan bagi karyawan lain, kritis dalam membangun perusahaannya, nyaman dan mencintai pekerjaannya (Laksmita, 2019).

Penelitian ini befokus pada budaya organisasi dan loyalitas karyawan yang dilakukan di PT MLM. Praktik kerja yang dilakukan oleh karyawan PT MLM adalah dengan memberikan jasa yang terbaik, agar dapat menjadi suatu nilai tambah baik bagi konsumen maupun perusahaan. Hal tersebut wajib untuk dilaksanakan oleh setiap karyawan karena konsumen tidak hanya melihat kualitas produk yang ditawarkan. Konsumen juga melihat bagaimana pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dalam memberikan jasa untuk memperbaiki maupun meng-upgrade kendaraan yang mereka miliki. Hal tersebut juga dilakukan oleh para karyawan dalam perusahaan PT MLM sebagai bentuk kerja keras dalam membangun loyalitas karyawan dan membantu organisasi dalam mencapai tujuan bersama.

PT MLM dikenal sebagai perusahaan yang mampu memberikan kepuasan bagi para pecinta sepeda motor, dimana perusahaan tersebut sudah berkembang di Indonesia selama 20 tahun. PT MLM menyediakan berbagai keperluan para pengguna kendaraan bermotor, mulai dari power system hingga maintenance dan memiliki dua cabang perusahaan di Indonesia, yaitu di Lodan, Jakarta Utara dan Cakung, Jakarta Timur. Perusahaan tersebut juga dikenal dengan mereknya yaitu TDR, yang menyediakan berbagai suku cadang dan juga jasa untuk melakukan *upgrade* motor, mulai dari motor yang biasa digunakan untuk sehari-hari hingga motor sport untuk pembalap. TDR juga tidak hanya berkembang dan juga dikenal oleh masyarakat Indonesia, melainkan sudah meluas ke Asia bagian tenggara pada tahun 2008 mulai dari Thailand, Malaysia, Filipina dan Vietnam (Septian, 2019)

Tabel 1.1 Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Kendaraan di Provinsi DKI Jakarta, 2019

Kota	Jumlah Kendaraan Mobil Penumpang	Jumlah Kendaraan Bus	Jumlah Kendaraan Truk	Jumlah Kendaraan Sepeda Motor	Total Kendaraan
DKI Jakarta	2.805.989	295.370	543.972	8.194.590	11. 839.921

Sumber: Dinas Perhubungan Provinsi DKI Jakarta (2020)

Tabel yang dipaparkan di atas merupakan data jumlah pengguna motor yang dicatat setiap tahunnya. Data terbaru pada tahun ini mencapai delapan juta pengguna motor. Hal tersebut menjadi tujuan atau sasaran perusahaan PT MLM dalam mengembangkan kualitas produk dan jasa yang diberikan oleh karyawannya. Perusahaan tersebut sudah berdiri selama 20 tahun dan merupakan salah satu perusahaan yang terkenal dalam bidang otomotif, karena sudah tersebar hampir di seluruh bagian Asia Tenggara. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari perusahaan, PT MLM juga memiliki tingkat keluar masuk karyawan yang cukup rendah, karena kepercayaan organisasi kepada hasil kinerja karyawannya yang tinggi. Hal tersebut adalah yang menjadi keingintahuan peneliti untuk meneliti mengenai peran budaya organisasi yang ada dalam perusahaan dalam membangun loyalitas para karyawannya sehingga mampu memberikan kualitas yang terbaik, baik bagi konsumen maupun pelanggan setia.

Peneliti ini menggunakan dua penelitian terdahulu sebagai rujukan dalam melakukan penelitian ini. Penelitian pertama merupakan penelitian tentang hubungan antara budaya organisasi dan loyalitas pekerjaan di antara karyawan hotel bintang 4 dan 5 (Razali et al., 2018). Penelitian pertama ini menggunakan metode kuantitatif melakukan survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga dimensi budaya organisasi (budaya birokrasi, inovatif dan suportif) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas karyawan. Persamaan penelitian pertama dengan penelitian ini adalah membahas tentang budaya organisasi dan loyalitas pekerjaan atau karyawan dalam sebuah organisasi. Namun, perbedaannya terletak pada metode penelitian yang digunakan. Penelitian terdahulu ini menggunakan kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kedua adalah mengenai peranan budaya organisasi dan komitmen karyawan pada PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang (Ali et al., 2013). Penelitian kedua dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian adalah PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang menumbuhkan suatu budaya organisasi yang memiliki cerminan pemahaman tentang nilai-nilai budaya dan dipahami serta diterapkan oleh para karyawannya. Para karyawan dapat meningkatkan komitmen terhadap kewajibannya bagi perusahaan atau organisasi dimana tempat mereka bekerja. Persamaan penelitian terdahulu kedua dengan penelitian ini adalah salah satu fokus penelitian terletak pada budaya organisasi dan menggunakan metode kualitatif. Namun, perbedaannya adalah organisasi yang diteliti dan fokus penelitian lainnya adalah pada komitmen karyawan. Penelitian ini melihat pada loyalitas karyawan.

Berdasarkan latar belakang serta pengamatan pada penelitian terdahulu sebagai referensi penelitian tersebut, maka peneliti melakukan penelitian tentang budaya

organisasi dan loyalitas karyawan pada PT MLM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran budaya organisasi dalam membangun loyalitas karyawan di PT MLM.

## **B. LANDASAN TEORI**

### **1. Komunikasi Organisasi**

Menurut Bangun (dalam Destianti, 2017), sebuah organisasi tidak dapat mencapai suatu tujuan tanpa adanya komunikasi yang efektif di dalamnya, sehingga setiap anggota seharusnya mampu membaca situasi agar dapat menentukan komunikasi yang sesuai pada saat itu. Pola komunikasi organisasi merupakan sebuah proses yang dibentuk untuk mewakili kenyataan, unsur-unsur yang termasuk dalam keberlangsungan sebuah komunikasi, sehingga memudahkan adanya gagasan yang disusun secara sistematis dan logis (Effendy dalam Destianti, 2017).

Effendy (dalam Destianti, 2017) juga memaparkan pola komunikasi menjadi beberapa bagian, yaitu:

#### **a. Pola Komunikasi Satu Arah**

Pola komunikasi satu arah tersebut menjelaskan bahwa proses penyampaian pesan yang dilakukan dari komunikator kepada komunikan menggunakan media dan juga tanpa media. Hal tersebut dilakukan tanpa adanya umpan balik dari komunikan dan komunikan hanya bertindak sebagai pendengar saja.

#### **b. Pola Komunikasi Dua Arah**

Pola komunikasi dua arah menjelaskan dimana adanya pola komunikasi antara komunikator dan juga komunikan yang saling bertukar fungsi yang mereka jalani. Teori tersebut menjelaskan bahwa komunikator menyampaikan pesan terlebih dahulu kepada komunikan, lalu komunikan juga melakukan hal yang sama untuk menanggapi pesan yang disampaikan oleh komunikator.

#### **c. Pola Komunikasi Multi Arah**

Pola komunikasi multi arah menjelaskan bahwa pola komunikasi atau proses yang terjadi dalam komunikasi berada dalam satu kelompok yang memiliki banyak anggota, dimana komunikator dan komunikan saling bertukar pikiran secara verbal.

### **2. Budaya Organisasi**

Menurut Schein (dalam Ariwibowo, 2010), budaya organisasi merupakan sebuah filosofi yang mendasari adanya kebijakan organisasi, aturan dalam bermain, untuk berinteraksi dari satu dengan yang lain dan juga adanya iklim yang dibawa oleh sebuah organisasi. Hal tersebut menjelaskan bahwa budaya organisasi memiliki aturan untuk

melakukan setiap tindakan dalam sebuah organisasi. Para anggota yang berada dalam sebuah organisasi harus mematuhi segala aturan yang ada dan sudah disepakati bersama untuk mengurangi kesalahan yang dapat terjadi karena kelalaian dalam bekerja.

Budaya organisasi memiliki peran yang sangat penting dalam tercapainya sebuah tujuan organisasi, sehingga berikut adalah unsur-unsur peranan dari sebuah organisasi (Wirawan dalam Ariwibowo, 2010):

a. Identitas Organisasi

Budaya organisasi memiliki rangkaian karakteristik yang melukiskan sebuah organisasi dan hal tersebut dapat membedakan dari organisasi lainnya. Budaya organisasi juga dapat digunakan sebagai identitas saat berhadapan dengan orang yang berasal dari beberapa organisasi luar.

b. Menyatukan Organisasi

Budaya organisasi memiliki sistem normatif yang mampu menyatukan atau merekatkan berbagai unsur organisasi menjadi sebuah suatu kesatuan. Budaya organisasi mampu menyatukan dan mengkoordinasi anggota organisasi dengan adanya aturan, nilai, norma, dan kode etik. Ketika seseorang memiliki tujuan untuk masuk ke dalam sebuah organisasi, biasanya memiliki sebuah identitas atau latar belakang budaya dan juga karakteristik yang berbeda. Hal tersebut menjadi sebuah tantangan sehingga diperbolehkan diterima sebagai anggota dari sebuah organisasi, dengan syarat menerima dan menerapkan budaya organisasi yang ada.

c. Reduksi Konflik

Budaya organisasi seringkali digambarkan sebagai perekat antar organisasi. Budaya organisasi mengembangkan adanya ketergantungan antar anggota organisasi dimana memiliki latar belakang, pola pikir, asumsi, dan juga filsafat organisasi yang sama. Hal tersebut dibutuhkan dengan adanya tujuan untuk mengurangi terjadinya sebuah persoalan di antara anggota organisasi.

d. Komitmen Kepada Anggota Organisasi dan Kelompok

Budaya organisasi tidak hanya dibentuk untuk menyatukan, melainkan memberikan sarana untuk komitmen antar anggota organisasi kepada organisasi maupun kelompok kerjanya. Budaya organisasi juga mampu mengembangkan rasa memiliki dan juga komitmen yang tinggi terhadap organisasi dan kelompok kerjanya.

e. Reduksi Ketidakpastian

Budaya organisasi dapat mengurangi ketidakpastian dan juga meningkatkan adanya kepastian dari antar anggotanya. Organisasi dalam mencapai tujuannya menghadapi berbagai ketidakpastian dan juga kompleksitas lingkungan, sama halnya yang dilalui oleh para anggotanya dalam menjalani aktivitas organisasi.

#### f. Menciptakan Konsistensi

Budaya organisasi mampu menciptakan adanya konsistensi dalam berpikir, berperilaku dan juga merespon lingkungan organisasi. Budaya organisasi memberikan berbagai peraturan, panduan, prosedur, pola produksi, dan juga adanya kesepakatan untuk memberikan segala sesuatu yang diinginkan konsumen dan juga pelanggan organisasi.

#### g. Motivasi

Budaya organisasi memiliki kekuatan yang tidak dapat dilihat secara kasat mata, hal tersebut dikarenakan budaya organisasi menjadi sebuah energi sosial bagi para anggotanya agar dapat bergerak untuk memberikan semangat satu dengan yang lain.

#### h. Kinerja Organisasi

Budaya organisasi mampu menciptakan, meningkatkan dan juga mempertahankan kinerja yang tinggi. Hal tersebut juga mampu menciptakan kepuasan dalam bekerja dan etos kerja, sehingga menjadi sebuah tujuan munculnya nilai positif bagi organisasi.

#### i. Keselamatan Kerja

Budaya organisasi dapat mempengaruhi keselamatan pekerja, dimana adanya sebuah relasi yang positif antara budaya organisasi dan kecelakaan dalam bekerja (Richard L. Gardner dalam Ariwibowo, 2010).

#### j. Sumber Keunggulan Kompetitif

Budaya organisasi merupakan salah satu sumber keunggulan kompetitif dimana memunculkan adanya motivasi, konsistensi, efektivitas, dan juga menurunkan ketidakpastian dalam bekerja dan kesuksesan sebuah organisasi dalam persaingan.

### **3. Loyalitas Karyawan**

Menurut Tommy (dalam Purba, 2016), loyalitas dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu hal, bukan hanya dalam hal fisik melainkan juga adanya pikiran dan perhatian yang bersifat non-fisik. Hal tersebut memperlihatkan bagaimana loyalitas karyawan sangat diperlukan untuk kesuksesan dari sebuah organisasi itu sendiri. Menurut teori tersebut kita juga dapat mengartikan semakin tinggi loyalitas seseorang terhadap sebuah perusahaan, maka semakin mudah bagi sebuah organisasi untuk mencapai tujuannya.

Loyalitas adalah sebuah kesetiaan terhadap suatu perusahaan tempat bekerja, hal tersebut merupakan syarat yang seringkali dipakai untuk promosi. Loyalitas merupakan kesetiaan, adanya kemauan untuk menaati, melaksanakan dan mengamalkan sesuatu dengan penuh kesadaran dan juga tanggung jawab (Nitisemito dalam Destianti, 2017).

Fatkhurohmah (2019) menyatakan bahwa loyalitas karyawan atau anggota dari

sebuah organisasi adalah sebuah kesetiaan, pengabdian dan kepercayaan. Hal tersebut akan terwujud jika setiap anggotanya bersedia untuk mencurahkan segala keunggulan, keterampilan, pikiran dan juga waktu untuk mencapai tujuan perusahaan.

### **C. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Menurut Creswell (dalam Destianti, 2017), penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Peneliti dapat mengetahui gejala yang ditimbulkan tersebut dengan melakukan wawancara dengan narasumber atau partisipan yang bersangkutan dengan gejala tersebut. Peneliti juga dapat mengajukan beberapa pertanyaan, baik pertanyaan umum maupun pertanyaan yang luas cakupannya.

Menurut Nazir (dalam Benedita, 2017) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif mempelajari berbagai masalah yang terjadi, tata cara yang berlaku dalam masyarakat. Nazir (dalam Benedita, 2017) juga menyebutkan bahwa berbagai situasi terkait hubungan, kegiatan, sikap-sikap, pandangan serta proses yang berlangsung dari suatu fenomena dapat dijadikan sebagai penelitian deskriptif.

Peneliti menerapkan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, dimana peneliti akan mencari berbagai fakta yang ada dan juga menginterpretasikan data dengan tepat. Tujuan dari studi deskriptif yang digunakan oleh peneliti adalah untuk menggambarkan secara sistematis, menggunakan berbagai fakta yang akurat. Studi deskriptif yang dilakukan oleh peneliti juga mengandung sifat dan penyelidikan hubungan antar fenomena yang terjadi. Data deskriptif yang dikemukakan oleh peneliti dapat berupa kata-kata dan gambar, bukan dengan kumpulan angka.

Peneliti menentukan narasumber dengan memilih narasumber berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti. Peneliti ingin mewawancarai anggota karyawan yang mempunyai kedudukan atau jabatan yang sesuai dalam organisasi dan juga memiliki pengalaman yang cukup dalam perusahaan sehingga informasi yang didapatkan akan lebih akurat. Data-data terkait narasumber yang akan peneliti wawancara dapat diketahui dan akan dijelaskan setelah peneliti melakukan wawancara dengan enam karyawan PT MLM, yaitu HH, NL, MAN, DT, AS, dan SAR.

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui observasi non-partisipan, wawancara mendalam, dan studi dokumen. Observasi non-partisipan yang dilakukan peneliti dengan melihat proses kegiatan secara tidak langsung atau secara virtual dan dapat mencatat data-data yang penting untuk penelitian. Peneliti menggunakan pedoman



wawancara, seperti daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada narasumber, alat perekam untuk merekam dan menyimpan data-data wawancara dan alat tulis untuk mencatat hal-hal yang penting. Studi dokumen yang diterapkan peneliti dengan melakukan pencarian berbagai informasi dan juga data yang mendukung penelitian dengan membaca dari berbagai buku, artikel, jurnal, skripsi atau penelitian terdahulu yang bersifat online. Kumpulan informasi maupun data yang didapat tentunya memiliki kaitan dengan topik yang diteliti oleh peneliti.

Peneliti juga menggunakan triangulasi dalam menentukan keabsahan suatu data. Teknik triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan berbagai sumber data yang telah ada dan peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda dari sumber yang sama (Sugiyono, 2015). Triangulasi yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara dengan karyawan PT MLM, observasi nonpartisipan, dan studi dokumen yang mendukung penelitian ini.

## **D. HASIL ANALISIS DAN DISKUSI**

### **1. Komunikasi Organisasi PT MLM**

Penting bagi anggota karyawan untuk mengetahui alur komunikasi yang ada dalam perusahaan, selain untuk mencapai suatu tujuan dengan komunikasi yang efektif, agar karyawan juga mampu membaca situasi sehingga mampu menentukan komunikasi yang sesuai (Bangun dalam Destianti, 2017). Berdasarkan hasil wawancara dengan HH, alur komunikasi yang dibangun oleh perusahaan adalah dari pimpinan, kepada setiap kepala bagian, lalu dari kepala bagian kepada ketua subdivisi, dari ketua subdivisi kepada bawahannya. Berdasarkan HH, terdapat komunikasi organisasi dengan alur komunikasi ke bawah dan ke samping yang dilakukan oleh karyawan dalam perusahaan tersebut. Menurut Bangun (dalam Destianti, 2017), komunikasi ke bawah adalah dimana aliran informasi yang disampaikan mengalir dari atasan kepada bawahan sesuai dengan garis hierarki dalam suatu organisasi. Komunikasi ke samping adalah anggota organisasi yang memiliki jabatan yang sama dapat saling bertukar informasi pada divisi yang sama.

Berdasarkan jawaban dari NL, MAN, SAR, AS, dan DT, para informan ini juga menyatakan bahwa komunikasi organisasi yang dibangun dalam perusahaan untuk menyampaikan suatu informasi sudah efektif. Komunikasi dalam organisasi yang dibangun sudah efektif karena juga didukung adanya pola komunikasi satu arah yaitu dalam briefing, pola komunikasi dua arah dalam meeting, dan pola komunikasi multi arah yang dilakukan dalam setiap divisinya. Pola komunikasi menurut Effendy (dalam Destianti, 2017) adalah sebuah proses yang dibentuk untuk mewakili kenyataan,

unsur-unsur yang termasuk dalam keberlangsungan komunikasi dengan adanya gagasan yang disusun secara sistematis dan logis. Fungsi komunikasi organisasi yang ada dalam perusahaan juga sudah dijalankan dengan adanya salah satu fungsi yaitu pengendalian, dimana setiap anggotanya sudah menggunakan bahasa formal saat bekerja di dalam perusahaan yang sudah disepakati bersama.

Menurut HH, yang juga sesuai dengan pernyataan dari NL, MAN, SAR, AS, dan DT, media utama yang digunakan dalam komunikasi di PT MLM adalah Whatsapp untuk menyampaikan informasi antar karyawan dalam perusahaan. Hal tersebut mendukung teori yang dikemukakan oleh McQuail (dalam Destianti, 2017) dimana media komunikasi organisasi yang digunakan adalah media baru, yang memiliki teknologi dan penggunaan yang berbeda seperti adanya transmisi, miniaturisasi, penyimpanan, dan pencarian informasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan, saat menyampaikan suatu informasi baik terkait pekerjaan maupun budaya organisasi, PT MLM menggunakan komunikasi organisasi dengan alur komunikasi ke bawah dan alur komunikasi ke samping. Setiap anggota karyawan menerapkan komunikasi organisasi dengan alur ke bawah, yaitu komunikasi dari atasan kepada setiap kepala bagian, lalu kepada sub-divisinya, lalu kepada anggotanya. Alur komunikasi ke samping yaitu menyampaikan informasi setiap anggotanya yang berada di satu divisi. Anggota karyawan juga menggunakan beberapa media baru dalam menyampaikan suatu informasi, media yang utama adalah Whatsapp. Media baru lainnya yang digunakan untuk mendukung penyampaian data atau informasi adalah e-mail, Telegram, Google Meet, dan Zoom.

## **2. Budaya Organisasi dan Loyalitas Karyawan PT MLM**

Menurut Kreitner dan Kinicki (dalam Ariwibowo, 2010), fungsi budaya organisasi adalah nilai dan keyakinan bersama yang mendasari identitas dari sebuah perusahaan. HH, selaku direktur PT MLM menyatakan bahwa terdapat beberapa budaya yang diterapkan oleh anggota atau karyawan dalam perusahaan itu sendiri. Menurut HH, budaya perusahaan, seperti mutu, inovasi, tepercaya, ramah dan ahli sudah menjadi identitas bersama, karena setiap anggotanya menjalankan pekerjaannya dengan menggunakan pedoman budaya organisasi tersebut.

Berdasarkan NL, perusahaan tidak hanya berpegang pada satu budaya perusahaan, melainkan memiliki budaya-budaya pendukung lainnya seperti 5R dan *I Care*. NL juga menyatakan bahwa budaya organisasi yang ada tidak hanya untuk dijalankan, tetapi juga dikembangkan oleh setiap anggotanya untuk menumbuhkan semangat dalam bekerja. Motivasi dalam budaya organisasi memang dibutuhkan, karena dapat

menjadi sebuah energi sosial bagi para anggotanya agar dapat memberikan semangat satu dengan yang lain (Wirawan dalam Ariwibowo, 2010).

Berdasarkan MAN, budaya organisasi yang diterapkan di PT MLM berbeda dengan visi dan misi yang ada dalam perusahaan, dan MITRA (Mutu, Inovasi, Tepercaya, Ramah, dan Ahli) merupakan budaya organisasi yang mendasari setiap budaya, aturan, dan norma yang ada di PT MLM. MAN sebagai salah satu karyawan dalam PT MLM sudah menerapkan salah satu nilai utama yang dominan. Menurut Luthan (dalam Azizah, 2014), nilai dominan adalah dimana sebuah organisasi mendukung dan mengharapkan anggotanya untuk membagikan nilai-nilai yang utama. MAN mengatakan bahwa dalam divisinya, tim selalu membacakan visi dan misi perusahaan terlebih dahulu, lalu diberitahukan atau dikomunikasikan pemahaman terkait pekerjaan di dalam departemen kerja masing-masing, terkait budaya organisasi. Namun, menurut SAR, budaya organisasi yang sudah diterapkan adalah menjadi nomor satu bagi pengguna motor Indonesia, budaya tersebut sama dengan visi dari PT MLM. SAR juga mengatakan terdapat sosialisasi *I Care* yang dilakukan secara rutin di setiap bulannya.

Berdasarkan DT, budaya organisasi yang diterapkan di PT MLM mampu menyatukan setiap anggotanya untuk bekerja sesuai dengan budaya yang ada, yaitu MITRA, dan memahami cara praktik suatu budaya organisasi saat bekerja. Peran budaya organisasi yang menyatukan organisasi menurut Wirawan (dalam Ariwibowo, 2010) adalah budaya organisasi yang mampu menyatukan dan mengkoordinasi anggota organisasi dengan adanya aturan, nilai, norma, dan kode etik. Dalam hal ini, DT sudah menerapkan peran budaya organisasi dalam menyatukan organisasi.

Terkait dengan identitas karyawan yang muncul karena penerapan budaya organisasi, HH menyatakan bahwa pimpinan tidak mengetahui bahwa terdapat beberapa budaya organisasi yang dibawa keluar oleh anggotanya dan hanya mengetahui saat anggotanya berinteraksi dengan pelanggannya. Namun, berdasarkan NL, MAN, SAR, AS, dan DT, budaya organisasi yang ada dalam perusahaan juga dibawa ke luar lingkungan perusahaan. Budaya organisasi yang sudah menjadi identitas anggota PT MLM juga diterapkan, baik di lingkungan keluarga maupun kerabat. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa anggota karyawan PT MLM menerapkan karakteristik budaya organisasi, yaitu filosofi. Filosofi dalam karakteristik budaya organisasi menurut Luthan (dalam Azizah, 2014) adalah dimana budaya organisasi dapat membentuk suatu kepercayaan sebuah organisasi mengenai karyawan atau pelanggan. Anggota karyawan juga sudah menerapkan nilai budaya organisasi yaitu nilai terminal, yang merupakan suatu hasil output yang diharapkan atau ingin dicapai oleh setiap anggota

yang berada dalam suatu organisasi (Wirawan dalam Ariwibowo, 2010).

Berdasarkan beberapa pernyataan dari informan, maka budaya organisasi yang sudah diterapkan oleh PT MLM adalah karakteristik, fungsi, peran, dan nilai-nilai organisasi. Budaya organisasi yang sudah diterapkan, berdasarkan pernyataan dari anggota karyawan mampu menyatukan masing-masing anggota karena menerapkan satu budaya organisasi yang sama, yaitu MITRA. Hal tersebut sudah menjadi tantangan bagi setiap anggotanya untuk menerapkan budaya organisasi yang ada, agar dapat diterima sebagai anggota dari sebuah anggota organisasi.

Loyalitas karyawan dapat tumbuh dengan adanya ketaatan pada peraturan yang diterapkan oleh perusahaan, tanggung jawab pada perusahaan, kemauan untuk bekerja sama, adanya rasa memiliki, hubungan antar pribadi, dan kesukaan terhadap pekerjaan (Siswanto dalam Destianti, 2017). Karyawan PT MLM memiliki ketaatan terhadap aturan dan budaya organisasi yang sudah diterapkan oleh masing-masing anggotanya, sehingga loyalitas yang ada dapat tumbuh dari waktu ke waktu. Berdasarkan hasil wawancara dengan HH, budaya organisasi yang diterapkan sudah mampu membangun adanya loyalitas dari anggota karyawan, didukung dengan adanya komunikasi dan pendekatan personal. Hal tersebut yang mampu menumbuhkan loyalitas dari para anggotanya.

Berdasarkan NL, sudah menjadi tugas dan tanggung jawabnya sebagai HRD untuk mampu mengelola hubungan setiap anggotanya. Hal tersebut menunjukkan bahwa NL tidak hanya menjalankan tugasnya untuk melaporkan dan memberikan data, tetapi juga ikut terjun langsung untuk mengelola hubungan antar karyawannya karena adanya rasa memiliki dan kesukaan terhadap pekerjaannya. MAN juga menyatakan bahwa sebelum adanya budaya organisasi yang mampu mengatur anggota karyawan, perusahaan masih belum tertata dengan rapi. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa dengan adanya budaya organisasi yang diterapkan mampu membangun adanya loyalitas dari setiap karyawan dengan lebih taat pada aturan dan budaya organisasi di PT MLM. AS juga menguatkan pernyataan MAN bahwa budaya organisasi yang diterapkan mampu membangun adanya loyalitas karena terdapat beberapa karyawan yang memiliki umur kerja yang cukup lama. Loyalitas karyawan yang terdapat dalam masing-masing karyawan dapat dikatakan tumbuh dari waktu ke waktu. DT juga mengatakan bahwa setiap poin yang dibutuhkan untuk membangun adanya loyalitas karyawan sudah dipahami dan diterapkan oleh setiap karyawan. Hal tersebut memperlihatkan bahwa budaya organisasi mampu menjadi landasan untuk menumbuhkan sikap loyalitas karyawan.

Menurut HH, fasilitas yang sudah diberikan kepada karyawan merupakan hal

yang utama, karena perusahaan sudah menjadi rumah kedua bagi karyawan itu sendiri. HH juga menyatakan bahwa fasilitas yang diberikan oleh perusahaan juga menjadi salah satu hal yang dapat membangun loyalitas dari setiap karyawannya. NL, MAN, AS, dan DT mengatakan bahwa fasilitas perusahaan yang sudah diberikan sudah cukup memenuhi kenyamanan anggotanya dalam bekerja. Fasilitas yang diberikan oleh perusahaan sudah mencakup infrastruktur, media untuk pengembangan diri, fasilitas kesehatan, fasilitas untuk karyawan yang merantau, dan kualitas makanan serta kebersihan perusahaan yang diberikan setiap harinya.

Maka, dari pernyataan informan, dapat disimpulkan bahwa budaya organisasi yang diterapkan oleh perusahaan mampu membangun adanya loyalitas karyawan yang ada dalam PT MLM. Loyalitas karyawan tidak hanya mampu mempertahankan budaya organisasi yang ada, tetapi juga memberikan semangat untuk memberikan yang terbaik bagi perusahaan yang sudah menjadi rumah kedua bagi karyawan.

Budaya organisasi yang sudah diterapkan oleh PT MLM dan dipahami oleh setiap karyawannya adalah sesuai dengan visi, misi, dan budaya MITRA itu sendiri. PT MLM memiliki karakteristik organisasi, fungsi organisasi, peran organisasi, dan nilai-nilai organisasi. Budaya organisasi yang diterapkan terus digaungkan setiap harinya dalam briefing, dan diterapkan saat bekerja, tidak hanya di dalam perusahaan melainkan juga dibawa ke luar lingkungan perusahaan. Beberapa anggota karyawan yang sudah berkeluarga menerapkannya pada anak-anak, seperti terkait *update* dan *upgrade*, dimana tidak hanya belajar untuk mengetahui, tetapi juga belajar untuk mengembangkan kualitas yang ada dalam diri.

Budaya organisasi yang disebarakan dalam perusahaan juga tidak hanya sebatas komunikasi organisasi, melainkan juga adanya beberapa kriteria atau syarat yang terdapat dalam loyalitas karyawan. PT MLM tidak hanya berhenti dalam menyampaikan budaya organisasi dalam perusahaan, tetapi juga membantu para karyawannya menerapkan sesuai dengan pemahamannya masing-masing. PT MLM juga terus memperbaiki hal-hal yang dirasa masih kurang dan memberikan yang terbaik, seperti fasilitas yang dapat dinikmati oleh karyawan. Fasilitas yang diberikan adalah infrastruktur yang selalu dirawat juga oleh karyawannya, media pengembangan diri untuk melakukan *update* dan *upgrade skill*, disediakan mess untuk karyawan yang merantau, fasilitas kebersihan dan kesehatan yang selalu dijaga, dan masih banyak lagi. Sikap loyal terhadap perusahaan yang tumbuh dalam setiap anggota karyawan sangat membantu, baik pimpinan maupun perusahaan untuk mencapai tujuan bersama. Jika karyawan tidak memiliki sikap loyal terhadap perusahaan, perusahaan tidak akan mampu untuk berdiri cukup lama hingga sampai saat ini. Penting bagi pimpinan perusahaan juga

dalam memperhatikan kesejahteraan karyawannya, agar terus memberikan *feedback* berupa kerja keras yang baik untuk mencapai keinginan dan kesuksesan bersama.

## **E. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis peneliti dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, maka terdapat beberapa kesimpulan pada penelitian ini. Pertama, dalam menyampaikan budaya organisasi, terdapat komunikasi organisasi PT MLM berupa alur komunikasi organisasi, pola komunikasi organisasi, fungsi komunikasi organisasi, dan media komunikasi organisasi. Alur komunikasi organisasi yang dilakukan adalah alur komunikasi ke bawah yaitu dari atasan hingga kepada staffnya, dan alur komunikasi ke samping yaitu antar karyawannya yang memiliki jabatan yang sama. Pola komunikasi organisasi yang diterapkan adalah satu arah saat *briefing*, dua arah saat meeting, dan multi arah saat bekerja. Fungsi komunikasi organisasi yang diterapkan adalah fungsi pengendalian saat *briefing*, fungsi motivasi saat bekerja dalam divisi, dan fungsi informasi saat berkomunikasi. Media komunikasi organisasi yang digunakan adalah media baru, untuk komunikasi antar karyawan adalah Whatsapp, *e-mail*, Telegram, Google Meet.

Kedua, PT MLM mengutamakan peran budaya organisasi, karakteristik budaya organisasi, fungsi budaya organisasi, dan nilai-nilai budaya organisasi. Karakteristik budaya organisasi yang dapat dilihat adalah adanya norma, nilai dominan, filosofi, dan aturan. Fungsi budaya organisasi yang diterapkan adalah memberikan identitas dan menciptakan komitmen pada karyawan. Peran budaya organisasi yang dapat dilihat adalah menyatukan organisasi, motivasi, dan kinerja organisasi. Nilai-nilai budaya organisasi yang diterapkan adalah nilai terminal dan instrumental yang dapat dilihat dari hasil wawancara.

Ketiga, kriteria loyalitas karyawan yang sudah di terapkan oleh PT MLM adalah taat pada peraturan, tanggung jawab pada perusahaan, kemauan untuk bekerja sama, rasa memiliki, hubungan antarpribadi, kesukaan terhadap pekerjaan. Anggota karyawan yang sudah diterima dan masuk dalam PT MLM taat pada peraturan yang ada, dengan mengetahui kapan waktu untuk bekerja, istirahat, dan pulang. Terdapat tanggung jawab dan rasa memiliki yang kuat pada karyawan di PT MLM. Hubungan antarpribadi yang baik juga dibangun dalam perusahaan ini, dimana karyawan membangun relasi di luar pekerjaan bersama dengan anggota lainnya yang berada di divisi yang berbeda. Kesukaan terhadap pekerjaan dapat dilihat terdapat beberapa karyawan yang sangat mendalami pekerjaan yang diberikan dan juga memahami segala oprasional yang dijalankan oleh perusahaan.

Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian lebih mendalam, misalnya dengan menggunakan metode studi kasus dan narasumber yang lebih beragam. Peneliti juga menyarankan untuk tidak hanya mewawancarai dari pihak internal melainkan melakukan wawancara juga dengan pihak eksternal atau pihak-pihak lainnya dalam penelitian. Peneliti juga menyarankan bagi PT MLM untuk mempertahankan dan menguatkan budaya organisasinya dan meningkatkan loyalitas karyawannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, R. E. F., Djahmur, Hamidah. (2013). *Peran Budaya Organisasi dalam Peningkatan Untuk Kerja Perusahaan*.
- Ariwibowo, O. (2010). *Peran Budaya Organisasi Studi Eksplorasi pada PT. SIMOPLAS (Simongan Plastic Factory Semarang)*. Universitas Diponegoro.
- Azizah, N. (2014). *Budaya Organisasi Dan Kinerja Pegawai Pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Madya Makassar*. Universitas Negeri Makassar, 1–14.
- Benedita, N. (2017). *Media Relations Kementerian Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia (Studi Deskriptif Mengenai Strategi Humas Melalui Media Relations Dalam Mengoptimalkan Publisitas Kemenristekdikti RI)*.
- Destianti, A. K. (2017). *Peran Komunikasi Internal Organisasi Dalam Membangun Loyalitas Karyawan Studi Komparasi: (Starbucks Margo City dan Starbucks Universitas Indonesia)*. Atma Jaya Catholic University of Indonesia.
- Fatkurohmah, Pratiwi, P. H., & Martiana, A. (2019). *Manajemen Organisasi Dalam Membangun Loyalitas Anggota ( Studi Pada Organisasi : Ikatan Pelajar Muhammadiyah Di Diy )*. Pendidikan Sosiologi 2, 3, 2–10.
- Jakarta, D. P. P. D. (2020). *Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Kabupaten\_Kota dan Jenis Kendaraan di Provinsi DKI Jakarta (unit), 2019*. BPS.
- Kementerian Perhubungan. (2017). *Menilik Budaya Organisasi Dari Google. Inspektorat Jenderal Kementerian Perhubungan Republik Indonesia*. Diakses dari : <https://itjen.dephub.go.id/2017/01/25/menilik-budaya-organisasi-dari-google/>
- Laksmi, F. (2019). *5 Ciri Karyawan yang Memiliki Loyalitas Tinggi Bagi Perusahaan*. *IDN Times*.
- Naomi, C. (2020). *Contoh Budaya Organisasi yang Ideal dalam Dunia Kerja Ciri-Ciri Perusahaan Memiliki Budaya Organisasi Contoh Budaya Organisasi*. *Lifepal*.
- Perhubungan, K. (2017). *Menilik Budaya Organisasi Dari Google. Inspektorat Jenderal Kementerian Perhubungan Republik Indonesia*.
- Purba, I. I. W., Tobing, J., & Sinaga, S. (2016). *Hubungan Budaya Organisasi Dengan*

*Loyalitas Karyawan Pada PT. Spanset Indonesia. Fundamental Management Journal*, 1(1), 16–27.

Razali, N. S. ., Zahari, M. S. ., Ismail, A. ., & Jasim, A. . (2018). *Relationship between Organizational Culture and Job Loyalty among Five-star and Four-star Hotel Employees Relationship between Organizational Culture and Job Loyalty among Five-star and Four-star Hotel Employees. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(15), 14–32. <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v8-i15/5090>

Septian, R. (2019). *Blak-blakan Teddy Hartono : Bisnis Aksesoris Motor Hingga Dirikan TDR*. GridOto.com. <https://www.gridoto.com/read/221603120/blak-blakan-teddy-hartono-bisnis-aksesoris-motor-hingga-dirikan-tdr?page=all/>

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.