



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebuah perusahaan tidak bisa berjalan dan berkembang tanpa kehadiran dan kerja keras dari seluruh karyawannya. Karyawan merupakan ujung tombak perusahaan dalam mendapatkan pendapatan dan prestasi. Sebaliknya karyawan juga membutuhkan kelangsungan hidup sebuah perusahaan untuk mencari nafkah mereka. Kerja keras dan pemikiran karyawan untuk keberlangsungan perusahaan dihargai oleh perusahaan dengan memberikan gaji. Bukan hanya itu, perusahaan juga diwajibkan memberikan berbagai tanggungan bagi masa depan karyawannya di luar gaji. Semua fasilitas ini diharapkan mampu meningkatkan motivasi dan loyalitas karyawan kepada perusahaan. Namun ternyata hal ini belum mampu terjadi jika perusahaan tidak melakukan pengelolaan *employee relations* berkelanjutan.

PT.Fajarindo Faliman Zipper merupakan perusahaan manufakturing yang memproduksi retsleting terbesar kedua di Indonesia. Walaupun secara operasional perusahaan ini sudah sukses membawa nama perusahaan dan produknya ke mancanegara, tapi pengelolaan *employee relations* masih belum optimal. Ini terlihat dari menurunnya kinerja beberapa divisi perusahaan.

Perusahaan belum optimal dalam melakukan pengelolaan *employee relations*. Padahal praktik *employee relations* dianggap mampu meningkatkan motivasi dan loyalitas karyawan dalam bekerja yang nantinya akan berdampak pada tingginya kuantitas dan kualitas produktivitas. Sedangkan bagi perusahaan, dengan tingginya kualitas dan kuantitas produktivitas karyawan, perusahaan mampu mencapai tujuan utama, dan dapat mencapai potensi pengembangan yang baik.

Pengelolaan *employee relations* di sebuah perusahaan sudah menjadi poin terpenting yang harus selalu dilakukan dan program-program yang dibuat sebuah perusahaan harus selalu berkelanjutan, apalagi untuk perusahaan manufakturing. Bagian dari *Corporate Communications* ini merupakan divisi khusus yang menangani segala hal yang berhubungan dengan karyawan. Mulai dari pengelolaan alur komunikasi antardivisi, iklim dan budaya organisasi yang tentu dipengaruhi oleh karyawan, pengelolaan pemenuhan kebutuhan karyawan baik yang diatur dan tidak diatur dalam undang-undang. *Employee relations* juga mampu membuat komunikasi dua arah yang menghasilkan *win-win solutions* bagi karyawan dan *top management*. Dengan adanya *win-win solutions* ini, kebutuhan karyawan dan *top management* yang mewakili perusahaan tercapai tanpa ada yang dirugikan.

Karyawan memang membutuhkan perusahaan sebagai tempat mencari nafkah tetapi perusahaan juga sangat membutuhkan karyawan sebagai penggerak perusahaan. Perusahaan juga wajib memupuk dan mempertahankan loyalitas dan motivasi karyawan untuk selalu meningkatkan produktivitas mereka dengan memberikan fasilitas layak. Selain itu, perusahaan atau *top management* wajib mengelola, mengawasi dan mengevaluasi kinerja karyawan sehingga perusahaan tahu kapan saatnya meningkatkan kinerja karyawan dengan berbagai program yang dibuat dan diimplementasikan. Menurut Fraser P.Seitel *employee relations* yang kuat dan berkelanjutan menghasilkan perusahaan yang solid dan konsisten dengan keberhasilan.

Pentingnya *employee relations* bukan hanya dilihat dari keadaan internal perusahaan tapi juga keadaan masyarakat saat ini. Contohnya di Indonesia saat ini, dimana keadaan ekonomi masyarakat yang masih belum sepenuhnya membaik, menimbulkan keinginan masyarakat atau karyawan mendapatkan gaji yang besar untuk kebutuhan hidup. Sehingga setiap tahun demo dan sweeping menjadi acara utama dalam menyambut kenaikan Upah Minimum Regional (UMR).

Peran Public Relations dalam hal ini adalah menangani, mengelola, mengevaluasi, membuat program employee relations untuk perusahaan. Seorang Public Relations officer (PRO) dituntut untuk peka dalam berbagai masalah dan isu negatif diantara karyawan maupun di luar perusahaan. Gosip diantara karyawan tidak bisa dianggap remeh oleh seorang PRO. Karena sebuah gosip yang diremehkan dan dikesampingkan mampu berubah menjadi isu negatif dan potensi krisis dalam perusahaan. Beberapa potensi krisis perusahaan manufakturing antara lain mogok kerja, demo, pengaduan ke pengadilan atau serikat pekerja atas perlakuan perusahaan yang dianggap kurang adil atau tidak sesuai dengan undang-undang, yang mungkin saja hanya berasal dari kesalahpahaman.

Seorang praktisi public relations mampu menerapkan komunikasi dua arah baik secara langsung antara karyawan dengan top management misalnya dalam *face to face meeting*, atau diwakili oleh praktisi public relations sebagai penyambung lidah. Praktisi public relations akan mewakili pihak karyawan untuk membicarakan dan berusaha mendorong top management dalam pemenuhan kebutuhan karyawan, maupun menjalankan operasional perusahaan sesuai dengan batas kemampuan karyawan. Tapi sebelumnya praktisi public relations akan menganalisa apakah permintaan karyawan kepada perusahaan itu layak dan tidak merugikan perusahaan atau sebaliknya. Jika memang perusahaan tidak mampu memenuhi sebuah permintaan atau tuntutan karyawan, maka praktisi public relations dapat melakukan *face to face meeting* dengan karyawan. Bukan untuk menolak permintaannya tetapi mendiskusikan jalan keluar untuk kedua pihak yang menghasilkan win-win solutions.

Dalam sebuah perusahaan, kinerja *employee relations* dapat dilihat dari beberapa hal. Pertama *employee empowerment* dan *involvement*, seorang *public relations* akan sangat memperhatikan lingkungan kerja karyawan yang akan sangat mempengaruhi karyawan dalam bekerja. Bukan hanya dari segi kenyamanan tempat tapi juga bagaimana lokasi kerja tersebut mampu membuat karyawan menghasilkan ide-ide yang inovatif, kreatif, bekerja sama dengan antar

karyawan dari berbagai divisi, serta saling berkonsultasi terutama dalam mengambil keputusan saat terjadi krisis (Ivancevich, 2001).

Kedua *initiating employee suggestion*, dengan memberikan sistem *reward* dan *punishment* bagi karyawan. Reward dapat berupa apa saja seperti bonus dalam bentuk uang atau benda lain secara moneter, penghargaan seperti piagam, sertifikat, kenaikan jabatan, atau sanjungan dari *top management* secara langsung. Ini akan secara otomatis memunculkan sikap percaya diri dan kebanggaan bagi karyawan dalam berinovasi karena sangat terlihat jelas apa yang akan mereka dapatkan dari hasil kerja mereka (Yusof and Aspinwall, 2000).

Ketiga adalah *facilitating collective bargaining*, yaitu proses antara karyawan dan *top management* melakukan diskusi untuk mendapatkan *mutual understanding* dari suatu isu atau masalah perusahaan. Kesuksesan dalam mendapatkan *mutual understanding* berasal dari sikap baik dan mau menerima dan menghargai dari setiap pihak (Windmuller, 1987 dan Cordova, 1990). Ini dikarenakan top management selaku pengambil keputusan sering kali mengambil keputusan yang kurang sesuai dengan keadaan lapangan dan posisi dari karyawan yang melakukan praktik langsung di lapangan. Ada *power* yang dimiliki *top management* baik dari kedudukan maupun tingkat pemikiran yang menciptakan *spiral of silince* kepada karyawan untuk menerima segala keputusan dari *top management*.

Keempat adalah *dynamic union – management relationship*, dimana sebuah perusahaan pada zaman sekarang ini memerlukan rasa saling percaya, saling memiliki antara perusahaan dengan karyawannya dalam mendapatkan pangsa pasar mereka dan perkembangan operasional perusahaan (Gomez-Meija, 2001). Employee relations yang efektif berasal dari beberapa hal seperti penerimaan top management dan penghargaan untuk karyawan, sistem komunikasi yang transparan, kepedulian management dalam meningkatkan kemampuan dan pemikiran karyawan dalam berinovasi (Srivastava, 1998). Tapi di zaman sekarang, semua itu semakin mudah dengan bantuan teknologi modern, pemikiran dan inovasi yang semakin maju, yang semuanya perlahan sudah diadopsi dan diterapkan dengan baik dalam berbagai perusahaan (Taylor, 1998).

1.2 Tujuan Kerja Magang

- Mengetahui aktivitas *Employee Relations* di PT. Fajarindo Faliman Zipper.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Penulis mengikuti ketentuan yang telah ditetapkan pihak kampus yaitu minimal pelaksanaan kerja magang selama 2 bulan atau 45 hari, dan maksimal 4 bulan. Pelaksanaan magang yang diberikan oleh PT.Fajarindo Faliman Zipper dimulai pada 7 Oktober 2014 hingga 12 Desember 2014, atau tepatnya 49 hari bekerja.

Pelaksanaan kerja magang yang penulis lakukan sesuai dengan kesepakatan antara penulis dengan PT. Fajarindo Faliman Zipper yaitu sesuai dengan jam masuk kerja mulai dari pukul delapan pagi hingga pukul lima sore, dan dilaksanakan setiap hari Senin hingga Jumat.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Prosedur pelaksanaan magang yang penulis lakukan dimulai dari melamar ke PT.Fajarindo Faliman Zipper dengan menyertakan KM-01 dari pihak kampus. Pada 4 Oktober 2014, penulis diterima bekerja setelah melakukan interview. Penulis pun memulai pelaksanaan kerja magang pada 7 Oktober 2014.

Prosedur selanjutnya adalah penulis mengembalikan surat tanda penerimaan magang dari perusahaan ke pihak kampus, untuk mendapatkan lampiran KM-03 hingga KM-07.

Prosedur lainnya adalah saat pelaksanaan kerja magang yang dijalankan penulis selama 49 hari atau 2 bulan di PT.Fajarindo Faliman Zipper sebagai Public Relations atau Internal Relations. Sesuai dengan persyaratan kampus yaitu minimal pelaksanaan magang adalah 2 bulan atau 45 hari. Serta harus dengan job desk dan divisi yang tepat sesuai dengan jurusan mahasiswa.

Prosedur selanjutnya adalah pengembalian KM-03 hingga KM-06 ke pihak kampus sekaligus laporan kerja magang yang telah penulis selesaikan, untuk mengikuti sidang magang.

Sedangkan KM-07 adalah lampiran yang akan diisi oleh pihak perusahaan dan dikembalikan kepada pihak kampus jika laporan magang itu telah diberikan kepada pihak perusahaan sebagai bukti kerja magang dan analisa penulis terhadap perusahaan secara teoritis.



UMN