



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 I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Masalah

Perusahaan *start-up* belakangan ini telah menjadi tren tersendiri bagi kalangan pebisnis di Indonesia. Beberapa perusahaan-perusahaan *start-up* yang ada di Indonesia telah terbukti mampu meraup kesuksesan besar, sebut saja perusahaan *start-up* seperti Go-jek, Tokopedia, Bukalapak dan lain-lain. Hal demikian tentu sangat menarik para calon investor untuk berinvestasi di Indonesia.

Beberapa perusahaan *start-up* seperti yang telah disebutkan tadi merupakan *trigger* awal munculnya perusahaan-perusahaan *start-up* lain di Indonesia. Hal ini tentu memengaruhi tingkat perkembangan perusahaan *start-up* yang ada di Indonesia. Istilah perusahaan *start-up* di Indonesia kerap dikenal sebagai perusahaan yang menjalankan bisnis mereka dengan basis teknologi digital karena memang pada dasarnya perusahaan *start-up* yang berhasil meraih sorotan publik di Indonesia mayoritas berasal dari perusahaan-perusahaan tersebut.

Sampai saat ini *E-commerce* merupakan industri *start-up* yang paling banyak diminati di Indonesia. Berdasarkan artikel yang dikutip dari Tech In Asia (2015, Para. 3) nilai dari bisnis *start-up* di bidang *E-commerce* sudah mencapai angka 18 miliar USD dengan jumlah total investasi sebesar 700 juta USD, hal ini tentu merupakan angka yang besar. Peringkat ke-2 dan ke-3 di duduki oleh industri *Search and Discovery* dan industri Media dengan total pendanaan masing-masing sebesar 9,3 juta USD dan 4,4 juta USD. Jumlah pendanaan kelas pemula (*seed funding*) pada tahun 2014 ke 2015 telah meningkat sekitar 37 *deal*. Hal ini menandakan bahwa hanya berselang waktu satu tahun jumlah perusahaan *start-up* di Indonesia sudah semakin banyak. Para investor seolah-olah berebut untuk mendanai beberapa perusahaan-perusahaan *start-up* yang menurut mereka cukup menjanjikan di masa depan

Berdasarkan pemaparan sekilas mengenai perkembangan perusahaan *start-up* di atas dapat kita simpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan *start-up* di Indonesia cukup drastis dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini tidak lepas dari minat serta tren anak muda Indonesia untuk mendirikan *start-up* sebagai sarana industri berbisnis mereka.

Berbagai kendala tentu dialami oleh perusahaan *start-up*, dimulai dari kendala kecil maupun kendala besar seperti modal. Kendala utama dari beberapa perusahaan *start-up* tentu berasal dari masalah uang yaitu *funding* perusahaan yang terbatas, penjualan yang masih sepi sehingga tidak dapat meraup keuntungan, gaji karyawan yang tiap bulan harus dibayar dan tentunya masih banyak lagi permasalahan yang diakibatkan oleh perihal uang semata.

Selain pendanaan, ada kendala lain yang kerap dirasakan oleh beberapa perusahaan *start-up*. Kendala tersebut adalah pembentukan tim yang solid. Menurut artikel pada website Techinasia “3 Masalah Terbesar Yang Dihadapi Entrepreneur Ketika Mengembangkan *Start-up*”(2015, para. 21) Daniel dari LawCanvas berpendapat bahwa untuk mempertahankan dedikasi tim, membuat dan mempertahankan budaya kerja merupakan hal yang sangat penting. Pemimpin perusahaan harus mengetahui cara untuk memotivasi karyawan mereka dengan cara yang berbeda karena perusahaan *start-up* akan lebih sering mengalami masa-masa sulit pada tahap perkembangannya. Pada faktanya masih banyak perusahaan *start-up* yang sulit memperoleh tim yang dapat membuat mereka nyaman dalam bekerja dan akhirnya perusahaan tersebut gagal. Seperti yang dikatakan Doerr (2012, dikutip dalam Arjanti dan Mosal 2012, h. 286) “*your biggest challenge will be building a great team*”.

Salah satu ciri perusahaan *start-up* adalah perusahaan tersebut belum memiliki kondisi stabil dalam bidang finansial. Hal ini yang kemudian menjadi sebuah tantangan dalam mengelola SDM pada perusahaan *start-up*. Dalam artikel

yang diperoleh dari liputan6.com yang berjudul “5 Penyebab Utama Karyawan Meninggalkan *Start-up Company*” salah satu hal yang dapat menyebabkan seorang karyawan berpindah tempat dari perusahaan *start-up* mereka ke perusahaan adalah adanya penawaran gaji yang jauh lebih baik. Selanjutnya faktor lain yang menyebabkan karyawan meninggalkan perusahaan *start-up* mereka adalah perbedaan individu. Hal ini lebih dikaitkan dengan masalah iklim organisasi dan pola komunikasi internal yang terdapat pada perusahaan. Pentingnya sebuah budaya yang ditanamkan pada tahap awal perkembangan perusahaan sangat berperan dalam membentuk lingkungan kerja yang nyaman bagi para karyawan.

Dalam kenyataannya praktik komunikasi internal di perusahaan *start-up* tidak selalu berjalan dengan mulus. Dibutuhkan seorang pemimpin yang ahli dalam mengelola komunikasi di sebuah organisasi untuk mengatasi masalah-masalah komunikasi yang terjadi pada sebuah perusahaan. Di setiap perusahaan memiliki budaya organisasi tersendiri. Budaya dalam sebuah organisasi ini sangatlah penting dalam membentuk persepsi karyawan mereka mengenai perusahaan di tempat mereka bekerja. Penanaman budaya dari sebuah organisasi ini tidak lepas dari peran pemimpin perusahaan serta karyawan-karyawan yang bekerja pada perusahaan tersebut. Budaya yang terdapat pada sebuah organisasi dapat membangun sebuah iklim organisasi.

Iklim organisasi berperan sangat penting terhadap pembentukan dan pengembangan motivasi kerja para karyawan. Hal ini dapat menjadi faktor utama dalam pembentukan tim yang solid pada sebuah perusahaan *start-up*. Iklim organisasi yang baik dapat membuat karyawan menjadi sangat nyaman dalam melakukan pekerjaan mereka. Karyawan yang sudah nyaman dengan lingkungan kerja mereka akan berdampak pada tingkat kepuasan serta loyalitas karyawan tersebut pada kantor di tempat mereka bekerja.

Untuk menciptakan hal-hal seperti itu tentu butuh upaya yang besar. Titik utama dari upaya tersebut berawal dari para pemimpin perusahaan yang memiliki kuasa terhadap perusahaan. Nilai dan norma yang diterapkan oleh para pemimpin perusahaan dapat menjadi sebuah pedoman dan identitas tersendiri bagi

perusahaan. Dari identitas perusahaan ini lah yang pada akhirnya dapat membentuk iklim sebuah organisasi.

Ketika iklim organisasi sudah mulai terbentuk di suatu perusahaan. Di saat itulah para karyawan mulai merasakan nyaman atau tidaknya bekerja pada perusahaan tersebut. Karena yang memengaruhi terbentuknya iklim organisasi selain pemimpinnya sendiri adalah karyawan yang berada di organisasi tersebut. Semakin banyak konflik yang terjadi antara para pegawai dapat berdampak pada iklim organisasi yang sangat tidak nyaman. Hal ini lah yang memengaruhi banyak perusahaan *start-up* gagal dalam tahapan awal (Arjanti dan Rosal, 2012, h.279).

Pada penelitian ini penulis akan lebih fokus membahas mengenai peran budaya organisasi dalam membangun iklim komunikasi organisasi yang terdapat pada perusahaan *start-up*. Hal ini dilatarbelakangi oleh fakta-fakta yang menyebutkan bahwa masalah atau kendala utama perusahaan *start-up* terletak pada pembentukan tim.

Peneliti ingin mencari sebenarnya bagaimanakah proses sebuah perusahaan *start-up* dalam mengelola SDM mereka. Karena dibalik kesuksesan sebuah perusahaan *start-up* tentu terdapat kinerja yang baik dari sebuah tim. Hal ini pula yang kerap tidak dilihat oleh publik. Kinerja baik dari sebuah tim tidak lepas dari budaya organisasi serta iklim komunikasi organisasi di sebuah perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman atau sumber informasi yang berkaitan dengan pengembangan sebuah organisasi di perusahaan *start-up*.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah yang ingin dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana peran budaya organisasi dalam pembentukan iklim komunikasi organisasi dalam perusahaan *start-up*. Dari hal ini akan dapat ditemukan beberapa solusi ataupun saran bagi perusahaan *start-up* dalam mengelola sistem komunikasi yang tepat bagi perusahaan mereka sehingga dapat meminimalisir konflik-konflik yang dapat terjadi pada perusahaan.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui peran budaya organisasi dalam pembentukan iklim komunikasi organisasi di dalam perusahaan *start-up*. Dengan adanya penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan jawaban mengenai perusahaan-perusahaan *start-up* yang sempat gagal pada tahap awal perkembangan yang diakibatkan oleh masalah pada internal mereka.

1.4 Kegunaan Penelitian

Salah satu syarat yang tidak dapat dipungkiri dalam sebuah penelitian adalah bahwa penelitian itu haruslah bermanfaat. Di dalam kegunaan penelitian tentu dapat dibagi menjadi dua kegunaan penelitian yaitu kegunaan praktis dan kegunaan akademis.

Kegunaan praktis dari penelitian ini adalah penelitian ini akan sangat bermanfaat bagi perusahaan-perusahaan *start-up*. Terutama perusahaan-perusahaan yang sedang memiliki kendala pada komunikasi internal mereka. Penelitian ini akan mengkaji secara spesifik peran dari budaya organisasi dalam pembentukan iklim organisasi yang baik. Dengan demikian konflik-konflik *minor* antar para staf dapat dicegah. Penelitian ini akan berguna bagi para karyawan maupun atasan untuk memperluas perspektif mereka mengenai pentingnya sebuah komunikasi sebagai suatu aspek yang harus mereka pelihara sejak awal pembentukan perusahaan.

Kegunaan Akademis dari penelitian ini adalah pada penelitian ini akan menjelaskan mengenai konsep komunikasi organisasi khususnya konsep budaya organisasi menurut Schein serta konsep iklim komunikasi organisasi. Pembahasan mengenai konsep ini akan mempermudah penulis dalam mengkaji penelitian yang bersangkutan. Diharapkan dengan adanya penelitian ini maka dapat memperlengkap pemahaman mengenai konsep komunikasi organisasi khususnya pada bagian budaya organisasi menurut Schein serta konsep iklim komunikasi organisasi.