

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Nike Indonesia merupakan salah satu perusahaan multinasional yang bergerak di industri ritel produk olahraga dan memiliki peranan penting dalam menciptakan hubungan kerja yang kondusif di berbagai unit operasionalnya, termasuk di wilayah Surabaya. Dalam proses pengelolaan bisnisnya, Nike Indonesia di Surabaya tidak hanya berfokus pada target penjualan dan ekspansi pasar, akan tetapi juga berupaya untuk menjaga keseimbangan antara kebutuhan bisnis dengan kesejahteraan karyawan melalui praktik *employee relations*. Nike sebagai brand global yang beroperasi di berbagai negara dengan budaya yang beragam dituntut untuk dapat menjalankan kebijakan hubungan kerja yang mampu menjawab tantangan lokal dan global secara bersamaan.

Surabaya menjadi salah satu titik sentral bagi perkembangan ritel Nike di Indonesia. Dengan jumlah karyawan yang cukup banyak dan dengan keberagaman karakteristik pekerja di wilayah ini, tentu terdapat tantangan tersendiri bagi perusahaan dalam membangun hubungan kerja yang harmonis, produktif, dan berkelanjutan. Praktik hubungan kerja yang sehat dan kuat antara perusahaan dengan karyawan akan sangat menentukan lingkungan atau iklim dan produktivitas kinerja yang ingin dicapai perusahaan. Nike sendiri pernah menjadi sorotan global akibat persoalan hubungan kerja di kawasan Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk melakukan

perubahan kebijakan secara menyeluruh, salah satunya dengan memastikan pengelolaan hubungan kerja di tingkat ritel berjalan sesuai standar internasional namun tetap mengakomodasi budaya lokal.

Pada tahun 2018 seperti yang diberitakan oleh Sindonews, Nike Indonesia mengumumkan kebijakan kenaikan gaji bagi kurang lebih 7.000 karyawan secara menyeluruh sebagai upaya konkret memperbaiki hubungan kerja dan membangun kembali citra perusahaan yang sempat mendapat tekanan publik terkait isu ketenagakerjaan. Langkah ini tidak hanya ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan tetapi juga untuk memperkuat rasa memiliki mereka terhadap perusahaan. Namun demikian, kesejahteraan finansial saja tidak cukup untuk membangun ikatan emosional dan komitmen jangka panjang karyawan terhadap perusahaan. Perlu adanya strategi komunikasi internal dan penguatan *employee relations* agar hubungan kerja yang terjalin bisa lebih humanis dan berdampak pada performa perusahaan.

Dalam konteks tersebut, pendekatan hubungan kerja di perusahaan tidak terlepas dari peran penting komunikasi organisasi. Menurut Pace dan Faules (2005), komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan menukar pesan di antara anggota organisasi yang saling bergantung satu sama lain, guna menghadapi ketidakpastian lingkungan dan mencapai tujuan bersama. Melalui komunikasi organisasi yang efektif, perusahaan mampu menciptakan jalur interaksi yang kuat antara manajemen dengan karyawan sehingga tercipta keselarasan antara kepentingan perusahaan dan kebutuhan karyawan. Komunikasi

organisasi menjadi kerangka besar yang di dalamnya terdapat komunikasi internal sebagai saluran utama untuk membangun hubungan kerja yang harmonis.

Hubungan internal yang harmonis tidak dapat dilepaskan dari peran *public relations*. *Public relations* dalam perusahaan memiliki tanggung jawab bukan hanya dalam membina hubungan dengan publik eksternal tetapi juga membangun komunikasi yang efektif di internal organisasi. Maria (2018) menegaskan bahwa *public relations* tidak sekadar menyampaikan dan menjelaskan informasi, tetapi juga berperan dalam menghimpun dan menyeleksi informasi yang relevan untuk disampaikan kepada pimpinan dan publik internal perusahaan. *Public relations* juga diharapkan bekerja secara transparan dan jujur kepada masyarakat, termasuk dalam komunikasi kepada karyawan.

*Public Relations* atau yang sering disebut dengan hubungan masyarakat itu sendiri adalah sekelompok orang yang berada didalam ruang lingkup atau lingkaran internal yang menjadi salah satu pemandu dari proses jalannya suatu kegiatan yang telah direncanakan. Sekelompok orang yang berada dalam lingkaran internal tersebut merupakan sebuah bagian yang tidak dapat dipisahkan karena mereka memiliki hubungan timbal balik dan keterlibatan dalam sebuah perusahaan. Hubungan tersebut harus terjalin dengan baik didalam ruang lingkup perusahaan sehingga dapat membuat suatu motivasi guna mencapai tujuan yang diharapkan oleh perusahaan atau organisasi. Namun, apabila kondisi yang terjadi di lingkungan internalnya tidak bagus dan terdapat masalah, maka akan terjadi beberapa kendala dan kesulitan pada proses jalannya kegiatan untuk mencapai

sebuah tujuan yang diinginkan oleh perusahaan atau organisasi (Maulana & Afifi, 2021). Oleh karena itu, suatu perusahaan tidak dapat dipisahkan dari produktivitas dan totalitas karyawannya dalam bekerja. Kehadiran *Public Relations* inilah yang sebenarnya harus dilihat sebagai unsur paling penting guna mencapai suasana kerja yang baik di dalam perusahaan itu sendiri.

*Public Relations* dalam menjalankan strateginya tidak terlepas dari adanya peran komunikasi internal yang akan mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan. Komunikasi internal yang berjalan dengan baik akan membawa pengaruh terhadap persepsi para karyawan terhadap perusahaan dalam meningkatkan semangat bekerja dan mempererat hubungan di berbagai pihak perusahaan. Komunikasi internal bukan hanya berkaitan dengan penyampaian sumber informasi, akan tetapi juga sebagai sarana yang dapat menciptakan interaksi diantara pihak manajemen dan para karyawan. Dengan begitu, hadirnya komunikasi internal akan membuat komunikasi secara transparan dan jelas, sehingga akan memperkuat rasa kepercayaan karyawan dengan perusahaan, mengurangi konflik yang terjadi, dan menciptakan lingkungan kerja yang saling menguntungkan. Fungsi ini sejalan dengan pembentukan komunikasi internal yang efektif, yang menjadi salah satu instrumen utama dalam implementasi *employee relations*.

Komunikasi internal menjadi aspek yang sangat berpengaruh dalam membangun hubungan antara perusahaan dan karyawan. Menurut Farikha Rachmawati (2020), komunikasi internal yang baik dapat menciptakan kedekatan

emosional antara perusahaan dan karyawan. Dengan adanya komunikasi yang terbuka, setiap permasalahan yang muncul bisa segera diklarifikasi dan diselesaikan dengan cepat. Ini menunjukkan bahwa komunikasi internal bukan sekadar jalur informasi satu arah dari atasan kepada bawahan, tetapi juga ruang diskusi dan aspirasi yang memperkuat hubungan dua arah

Komunikasi internal akan berusaha membangun kegiatan *employee relations* sebagai penghubung komunikasi yang efektif dan baik sehingga dapat terciptanya hubungan yang harmonis di sebuah perusahaan. *Employee relations* adalah kegiatan yang dilakukan untuk mempererat jalinan hubungan antar sesama karyawan atau karyawan dengan atasan. Dengan begitu, *employee relations* akan membuat program untuk mencapai tujuan tersebut. Menurut Ruslan dalam jurnal yang ditulis oleh Anisa Septia Maheldi (Riau et al., 2016), *Employee Relations* sendiri adalah sebuah bagian khalayak yang meliputi pihak yang bekerja seperti karyawan dan merupakan komponen penting dalam kegiatan perusahaan.

Suatu perusahaan pada umumnya cenderung lebih banyak memperhatikan keinginan dan kebutuhan publik eksternalnya dalam kegiatan menciptakan citra dan reputasi yang baik di masyarakat umum, hanya sedikit perusahaan yang ingin memperhatikan dan mencermati publik internalnya yakni karyawan. Saat ini masih banyak perusahaan yang kurang kesadaran dalam menjaga hubungan dengan karyawannya, justru sesungguhnya karyawan adalah faktor yang sangat penting dalam mencapai tujuan yang diinginkan sebuah perusahaan. Karena

dengan kinerja karyawan yang baik atau tidak, dapat menentukan tercapainya tujuan perusahaan.

Permasalahan akan muncul di dalam lingkungan pekerjaan saat rasa nyaman dan ruang komunikasi yang terjadi tidak diperhatikan dengan baik. Maka disitulah karyawan dapat merasa tidak nyaman dalam pekerjaannya dan dapat menimbulkan suasana komunikasi yang tidak berjalan dengan lancar. Akibat dari ketidaknyaman tersebut akan berdampak bukan hanya pada produktivitas karyawan, namun bisa berpengaruh pada meningkatnya jumlah angka keluar masuknya karyawan dan berdampak pada stabilitas perusahaan itu sendiri.

*Employee relations* akan membentuk komunikasi dua arah antara perusahaan dengan karyawannya dalam usaha menjalin hubungan dan kerjasama yang baik di antara keduanya. Dengan arti lain, *employee relations* berguna untuk menggapai kerjasama, efektivitas dan rasa saling mengerti diantara perusahaan dengan karyawan. Praktik kegiatan *employee relations* yang mengatur sumber daya manusia yang bagus tentunya akan membawa pengaruh yang sangat positif, seperti adanya bentuk tindakan apresiasi dan perhatian yang lebih sehingga karyawan akan merasa sangat dihargai dan dipedulikan oleh pimpinanya. Wujud pelaksanaan kegiatan hubungan internal mampu menciptakan motivasi semangat kerja yang tinggi dan bisa menjangkau standart performa yang ideal sehingga dapat berpengaruh pada hasil produksi atau pelayanan jasa kepada konsumen, dan pada akhirnya mampu menggapai prestasi kinerja secara maksimal mungkin.

Oleh karena itu, terciptanya lingkungan kerja yang baik dan sehat pada sebuah perusahaan dengan karyawannya akan menjadi kunci untuk perkembangan perusahaan tersebut. Seorang atasan dan bawahan akan mempunyai sifat setia dan rasa saling memiliki terhadap perusahaan tempat mereka bekerja. Hubungan yang baik dalam perusahaan inilah mampu menjadikan karyawan bekerja dan produktif (Widjaja, 2010).

Pelaksanaan *employee relations* memberikan semangat dan dorongan kepada karyawan dalam melaksanakan berbagai pekerjaannya. Bentuk aktivitas dari implementasi tersebut terdiri atas program-program upaya kegiatan yang berguna bagi para karyawan sehingga mereka dapat bekerja dengan segenap hati yang pada akhirnya membuat peningkatan dan kemajuan perusahaan. Kemampuan menghasilkan sesuatu secara efektif dan baik dari karyawan juga merupakan bagian kualitas dari kegiatan yang dilakukan *employee relations* yang bisa mempengaruhi kinerja para karyawan.

Dengan demikian, Nike bagian ritel di Surabaya dalam pengelolaan hubungan kerja menjadi semakin penting untuk memastikan karyawan tidak hanya bekerja sebatas memenuhi kewajiban tetapi juga merasa menjadi bagian dari keluarga besar perusahaan. Praktik *employee relations* yang baik akan menciptakan sinergi yang kuat antara perusahaan dan karyawan sehingga membentuk iklim kerja yang sehat, produktif, dan berkelanjutan. Sehingga, di tengah dinamika bisnis ritel yang begitu cepat berubah, kekuatan sumber daya manusia yang solid menjadi aset penting yang harus terus dijaga.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji secara lebih dalam mengenai bagaimana implementasi *employee relations* di Nike Indonesia Bagian Ritel Surabaya. Penelitian ini penting dilakukan untuk melihat bagaimana strategi hubungan kerja dijalankan oleh perusahaan dalam menjawab kebutuhan internal sekaligus menjawab tantangan eksternal yang ada. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran lebih luas bagi perusahaan lain dalam menerapkan *employee relations* yang tidak hanya fokus pada produktivitas tetapi juga pada keharmonisan hubungan kerja di dalam perusahaan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalahnya adalah “bagaimana implementasi *employee relations* di Nike Indonesia Bagian Ritel Surabaya?”.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan bentuk implementasi *employee relations* di Nike Indonesia Bagian Ritel Surabaya dalam membangun hubungan kerja antara manajemen dan para karyawan perusahaan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat akademis maupun manfaat praktis dalam berbagai bidang kehidupan. Berikut manfaat penelitian ini :

#### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Menambah wawasan tentang ilmu pengetahuan dalam kajian ilmu komunikasi terutama bidang peran komunikasi internal dalam *public relations* dan meningkatkan pengetahuan mengenai *employee relations*. Selain itu, peneliti juga mengharapkan dalam hasil penelitian ini bisa memperdalam pemahaman pada proses perencanaan, proses pengorganisasian, dan proses pengawasan serta mengetahui khususnya bagaimana keterkaitannya *employee relations* untuk menciptakan dan menjaga hubungan baik antar karyawan agar tujuan atau target yang diinginkan bersama dapat tercapai secara maksimal.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan seluruh perusahaan yang ingin mengembangkan implementasi *employee relations* dalam memelihara hubungan baik antar karyawan dalam sebuah perusahaan.