

BAB II LANDASAN TEORI KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS

A. Prestasi Kerja

1. Pengertian Prestasi Kerja

Organisasi dalam hal ini yaitu instansi pemerintah merupakan suatu kumpulan orang-orang yang memiliki kompetensi yang berbeda-beda, yang saling tergantung satu dengan yang lainnya, yang berusaha untuk mewujudkan kepentingan bersama mereka, dengan memanfaatkan berbagai sumber daya. Pada dasarnya tujuan bersama yang ingin di wujudkan oleh organisasi adalah mencari keuntungan. Oleh karena itu, di perlukan pegawai-pegawai yang mempunyai prestasi yang tinggi.

“Prestasi kerja merupakan hasil kerja yang telah di capai seseorang dari tingkah laku kerjanya dalam melaksanakan aktivitas kerja” (Edi Sutriso, 2011:149-151).

Penilaian prestasi merupakan sebuah proses formal untuk melakukan peninjauan kembali dan evaluasi prestasi kerja seseorang secara periodik, proses penilaian prestasi di tujukan untuk memahami prestasi kerja seseorang, tujuan ini memerlukan proses yaitu serangkaian kegiatan yang saling berkaitan.

Penilaian prestasi pegawai memberikan suatu gambaran yang akurat mengenai prestasi kerja pegawai, untuk mencapai tujuan ini, sistem-sistem penilaian harus mempunyai hubungan dengan pekerjaan, praktis,

mempunyai standar-standar dan menggunakan berbagai ukuran yang dapat di andalkan.

“Prestasi adalah catatan tentang hasil-hasil yang di peroleh dari fungsi-fungsi pekerjaan – pekerjaan tertentu selama kurun waktu tertentu”. (Sutrisno, 2014:150).

“Pendapat lain mengemukakan bahwa, Prestasi adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman, dan kesungguhan serta waktu”. (Hasibuan, 2011:94).

Dari beberapa pendapat di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa, prestasi adalah kemampuan diri seseorang yang melakukan suatu pekerjaan atau kegiatan dengan hasil yang membanggakan. Prestasi yang dimaksudkan didalam penelitian ini adalah prestasi Kerja Pegawai pada kecamatan.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prestasi Kerja

Dalam setiap usaha sudah semestinya dipengaruhi adanya beberapa faktor. Faktor tersebut dimungkinkan ada dua segi yaitu faktor pendukung dan faktor penghambat.

Adapun kedua faktor yang memberikan pengaruh terhadap prestasi kerja diuraikan sebagai berikut:

a. Faktor Pendukung

- 1) Kerjasama antara pegawai
- 2) Suasana kerja yang menyenangkan
- 3) Fasilitas kerja yang mendukung
- 4) Kebijakan-kebijakan yang baik dari pimpinan
- 5) Kualitas Sumber Daya Manusia yang

tinggi b. Faktor Penghambat

- 1) Rendahnya disiplin kerja
- 2) Kurangnya kerjasama antar pegawai
- 3) Suasana kerja kurang harmonis
- 4) Fasilitas kerja kurang mendukung
- 5) Pemimpin yang otoriter
- 6) Kualitas Sumber Daya Manusia rendah

3. Upaya-Upaya Meningkatkan Prestasi Kerja

Untuk mencapai prestasi kerja pada setiap pegawai dilakukan beberapa upaya untuk meningkatkan kemampuan dan hasil kerja yang maksimal.

Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan prestasi kerja adalah sebagai berikut:

a. Diberikan Motivasi

Upaya ini dilakukan agar setiap pegawai dapat lebih bergairah dalam melakukan setiap pekerjaan.

b. Diberikan Tanggungjawab

Tanggung jawab ini diberikan agar setiap pegawai lebih berhati-hati dalam melakukan pekerjaan.

c. Diberikan Sangsi Bila Melakukan Pelanggaran

Hal ini dilakukan agar setiap pegawai dalam melakukan tugas tidak sewenang-wenang dan sesuai dengan aturan yang ada.

d. Diberikan Evaluasi

Upaya ini dilakukan agar seluruh pekerjaan dapat terlaksana dengan baik dan berjalan sesuai dengan rencana dan program kerja.

4. Jenis-Jenis Prestasi Kerja

Ada beberapa prestasi kerja pegawai yang dapat dicapai

yaitu: a. Prestasi Kerja Pegawai Kategori Tinggi

- 1) Frekuensi kehadiran tinggi
- 2) Melakukan kegiatan kerja dengan baik
- 3) Melakukan kerja tepat pada waktu yang ditentukan
- 4) Melakukan evaluasi kerja dengan baik
- 5) Membuat laporan hasil kerja dengan

baik b. Prestasi Kerja Pegawai Kategori Sedang

- 1) Frekuensi kehadiran cukup
- 2) Melakukan kegiatan kerja cukup baik
- 3) Menyelesaikan kerja tepat waktu
- 4) Melakukan evaluasi hasil kerja cukup baik

- 5) Membuat laporan cukup baik
- 6) Prestasi Kerja Pegawai Kategori rendah
- 7) Frekuensi kehadiran sangat kurang
- 8) Melakukan kegiatan kerja kurang disiplin
- 9) Tidak menyelesaikan kerja tepat pada waktunya
- 10) Kurang melakukan evaluasi kerja
- 11) Tidak membuat laporan hasil kerja

5. Indikator Prestasi Kerja

Menurut Heidjrachman dan Suad Husnan (2017 : 124) Indikator-indikator Prestasi Kerja adalah sebagai berikut :

- a. Kualitas Kerja
Dapat dilihat dari akurasi, ketelitian dan kerapian karyawan dalam melaksanakan tugas pekerjaan, mempergunakan dan memelihara alat-alatkerja, keterampilan dan kecakapan.
- b. Kuantitas kerja
Dapat dilihat dari volume keluaran (output), target kerja dalam kuantitas dan kontribusi lain seperti menyelesaikan pekerjaan tambahan berupa penambahan jam kerja (lembur).
- c. Hubungan kerja
Merupakan penilaian berdasarkan sikap terhadap sesama karyawan maupun terhadap atasannya, serta kesediaan menerima perubahan-perubahan dalam bekerja.
- d. Kepemimpinan
Merupakan cara atau gaya pemimpin dalam memimpin perusahaan.
- e. Kehati-hatian
Menyangkut bagaimana perhatian karyawan terhadap keselamatan kerja, baik bagi dirinya sendiri maupun orang lain. Dalam hal ini termasuk sikapnya terhadap keselamatan kerja.
- f. Pengetahuan
Kemampuan karyawan ditinjau dari pengetahuannya mengenai suatu hal yang berhubungan dengan tugas dan prosedur kerja.
- g. Kerajinan
Ditinjau dari kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugas diluar pekerjaannya maupun adanya tugas baru, disamping itu kecakapan

berpikir dan bertindak sebelum bekerja serta tingkat disiplin dalam menjalankan tugas dan kemampuan dalam mengeluarkan inisiatif.

- h. Kesetiaan
Kesetiaan karyawan terhadap perusahaan dalam hal ini dapat dilihat dari masa kerja karyawan.
- i. Keandalan kerja
Pengukuran dari segi keandalan seseorang atau keandalan dalam melaksanakan tugas.
- j. Inisiatif
Kemampuan karyawan dalam menyelesaikan hal-hal baru atau dalam mengerjakannya.

6. Tujuan Penilaian Prestasi Kerja

Perusahaan maupun organisasi menggunakan penilaian prestasi kerja bagi karyawan mempunyai maksud sebagai langkah administratif dan pengembangan. Perusahaan atau organisasi dapat menjadikan penilaian prestasi kerja sebagai acuan atau standar di dalam membuat keputusan berkenaan dengan kondisi pekerjaan karyawan, termasuk untuk promosi pada jenjang karir yang lebih tinggi, pemberhentian, dan penghargaan atau penggajian.

Menurut Ruky S. (2013: 224), Tujuan dari penilaian prestasi kerja yaitu :

- a. Meningkatkan prestasi kerja karyawan sampai setinggi-tingginya
- b. Merangsang minat dalam pengembangan pribadi
- c. Sebagai instrumen utama bagi pengembangan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia.

B. Strategic Management

1. Pengertian Strategic Management

Manajemen strategis adalah seni dan ilmu penyusunan, penerapan, dan pengevaluasian keputusan-keputusan lintas sahashanashsafinisinya, manajemen strategis berfokus pada proses penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai sasaran, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi.

Manajemen strategi adalah Perencanaan berskala besar (disebut perencanaan strategis) yang berorientasi untuk mencapai masa depan yang jauh (disebut visi), dan didefinisikan sebagai keputusan pemimpin tertinggi ini (keputusan yang fundamental dan pokok), sehingga memungkinkan organisasi untuk berinteraksi secara efektif (disebut misi), dalam upaya untuk menghasilkan sesuatu (perencanaan operasional untuk menghasilkan barang dan / atau jasa serta layanan) kualitas, optimasi diarahkan pada pencapaian tujuan (disebut tujuan strategis) dan sasaran (tujuan operasional) organisasi, (Nawawi, 2018 : 211).

Menurut Huasai Umar (2019 : 81) Manajemen strategis sebagai suatu seni dan ilmu dalam hal pembuatan (merumuskan), aplikasi dan evaluasi keputusan strategis antara fungsi yang memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuan di masa depan.

Menurut Bambang Haryadi (2017 : 113), pengertian manajemen strategi adalah sebuah proses yang disusun secara sistematis oleh manajemen untuk merumuskan strategi, mengimplementasikan strategi, dan melakukan evaluasi

terhadap strategi yang dijalankan. Semua rangkaian kegiatan tersebut bertujuan untuk mewujudkan visi dan misi sebuah organisasi.

Penulis memberikan kesimpulan bahwa, Manajemen strategis secara umum didefinisikan sebagai suatu proses yang berorientasi masa depan yang memungkinkan organisasi untuk membuat keputusan hari ini untuk memposisikan diri untuk kesuksesan pada masa mendatang. Pandangan yang lebih tradisional dari manajemen strategis menggunakan pendekatan linear dimana pertama dilakukan pemantauan terhadap lingkungan organisasi (baik internal dan eksternal), strategi dirumuskan, strategi yang diimplementasikan dan lantas kemajuan organisasi terhadap strategi kemudian dievaluasi.

2. Tujuan Manajemen Strategi

Setelah mengetahui pengertian manajemen strategi menurut para ahli, tentunya kita juga harus mengetahui apa tujuannya. Seperti namanya, dalam manajemen startegis seorang manajer bertugas untuk menyusun serangkaian strategi perusahaan dan biasanya lebih dikaitkan dengan pemasaran. Manajer menyusun, mengatur, mengimplementasi dan juga mengevaluasi strategi-strategi yang sudah disepakati dengan tujuan untuk mencapai target.

Berikut ini 4 tujuan utama manajemen startegis dalam bisnis

perusahaan: a. Memberikan Arah dalam Mencapai Tujuan

Seperti yang sudah disampaikan dalam pengertian manajemen organisasi diatas bahwa manajer berperan untuk mengarahkan semua pihak dalam hal ini sumber daya perusahaan untuk melakukan kegiatan yang mengarah pada tujuan perusahaan. Arah kegiatan yang jelas harus menjadi landasan untuk mengendalikan dan mengevaluasi keberhasilan.

b. Menjaga Kepentingan Berbagai Pihak

Manajer dalam menyusun strategi dengan mempertemukan kebutuhan masing-masing pihak seperti supplier, karyawan, pemegang saham, perbankan dan juga masyarakat secara luas. Komponen tersebut berperan dalam berhasil atau tidaknya kebijakan yang dibuat.

c. Mengantisipasi Setiap Perubahan Secara Merata

Dengan adanya manajemen strategis memungkinkan para eksekutif untuk mengantisipasi perubahan serta menyiapkan pedoman untuk pengendalian. Tujuannya untuk memperluas kerangka berpikir secara perspektif.

d. Berkaitan Dengan Efektivitas dan Efisiensi

Manajer strategi bertanggung jawab tidak hanya untuk mengkonsentrasikan kemampuan diatas kepentingan efisiensi melainkan juga memiliki perhatian yang serius terhadap sumber daya untuk bekerja keras dengan melakukan pekerjaan secara efektif. Pada pelaksanaannya tujuan manajemen strategis adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengimplementasikan dan melakukan evaluasi strategi yang telah dipilih secara efektif dan efisien.
- 2) Bertujuan untuk mengevaluasi kinerja, meninjau, mengkaji ulang, melakukan koreksi dan penyesuaian jika ditemukan penyimpangan dalam implementasi strategi.
- 3) Untuk membuat strategi baru yang dirumuskan agar sesuai dengan perkembangan lingkungan eksternal.
- 4) Bertujuan untuk meninjau ulang kekuatan dan kelemahan organisasi, melihat peluang dan ancaman dalam bisnis
- 5) Agar organisasi dapat berinovasi atas produk atau layanan sehingga bisa terus diterima oleh konsumen.

3. Manfaat Manajemen Strategi

Dalam uraian di atas, manajemen strategi mutlak diperlukan dalam berbagai kegiatan untuk bisa mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

Berikut ini 8 manfaat manajemen strategi diantaranya:

- a. Manajemen strategi dapat menghasilkan keputusan terbaik bagi organisasi
- b. Kegiatan merumuskan strategi akan membantu meningkatkan kemampuan organisasi dalam menghadapi berbagai tantangan
- c. Keterlibatan pegawai dalam merumuskan strategi akan membuat mereka mengerti dan menghargai produktivitas yang pada akhirnya meningkatkan motivasi kerja

- d. Implementasi manajemen strategi akan membuat sebuah organisasi menjadi lebih peka terhadap ancaman dari luar
- e. Manajemen strategi yang baik akan membantu mencegah berbagai masalah yang berasal dari dalam ataupun dari luar
- f. Implementasi manajemen strategi akan membuat proses operasional sebuah organisasi menjadi lebih efektif dan efisien
- g. Strategi manajemen membantu perusahaan untuk bisa beradaptasi terhadap perubahan
- h. Pelaksanaan manajemen strategi akan membuat organisasi lebih profitable ketimbang organisasi yang belum menerapkannya

4. Proses dan Tahapan Manajemen Strategi

Bagi pengusaha pemula, khususnya bisnis pada skala yang kecil, biasanya cenderung mengabaikan dasar-dasar dalam melakukan bisnis. Pebisnis pemula cenderung memulai bisnis tanpa rencana, bahkan sebatas penentuan sasaran tanpa membuat strategi.

Dalam sebuah perusahaan terutama pada bisnis komersial tentu saja menyusun manajemen strategis sangat dibutuhkan. Berikut 3 tahapan dalam proses menyusun manajemen strategis:

- a. Merumuskan Strategi

Pada tahap ini organisasi akan melakukan pengembangan visi dan misi, melakukan analisis SWOT, menentukan dan menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, dan beberapa strategi alternatif lainnya.

b. Menerapkan Strategi

Pada tahap ini, strategi yang telah ditetapkan kemudian diimplementasikan misalnya merancang struktur organisasi, distribusi sumber daya, membuat kebijakan, pengembangan proses pengambilan keputusan, dan pengelolaan sumber daya manusia, usaha pemasaran dan lainnya.

c. Mengevaluasi

Strategi Lingkungan terus berubah seiring berjalannya waktu sehingga diperlukan evaluasi secara berkala. Tujuannya untuk melihat faktor-faktor baik secara internal maupun eksternal perusahaan.

Ada tiga kegiatan utama dalam evaluasi strategis, diantaranya:

- a. Mengkaji ulang berbagai faktor internal dan eksternal yang menjadi landasan perumusan strategi yang telah diterapkan sebelumnya
- b. Mengukur kinerja saat ini
- c. Melakukan upaya perbaikan terhadap kekurangan kinerja sebelumnya demi keberhasilan di masa depan.

5. Tugas Manajemen Strategis

Dalam Manajemen strategis terdapat sembilan tugas penting diantaranya:

- a. Merumuskan misi perusahaan, termasuk pernyataan yang luas mengenai maksud, filosofi, dan sasaran perusahaan.
- b. Melakukan suatu analisis yang mencerminkan kondisi dan kapabilitas internal perusahaan.
- c. Menilai lingkungan eksternal perusahaan, termasuk faktor persaingan dan faktor kontekstual umum lainnya.
- d. Menganalisis pilihan-pilihan yang dimiliki oleh perusahaan dengan cara menyesuaikan sumber dayanya dengan lingkungan eksternal.
- e. Mengidentifikasi pilihan paling menguntungkan dengan cara mengevaluasi setiap pilihan berdasarkan misi perusahaan.
- f. Memilih satu set tujuan jangka panjang dan strategi utama yang akan menghasilkan pilihan paling menguntungkan tersebut.
- g. Mengembangkan tujuan tahunan dan strategi jangka pendek yang sesuai dengan tujuan jangka panjang dan strategi utama yang telah ditentukan.
- h. Mengimplementasikan strategi yang telah dipilih melalui alokasi sumber daya yang dianggarkan, dimana penyesuaian antara tugas kerja, manusia, struktur, teknologi, dan sistem penghargaan ditekankan.
- i. Melakukan evaluasi keberhasilan proses strategis sebagai masukan pengambilan keputusan di masa mendatang.

6. Indikator manajemen Strategis

Dari uraian diatas, diharapkan kita mulai memahami tentang definisi manajemen strategi dan pentingnya strategi dalam menjalankan suatu bisnis.

Akan tetapi, kita belum memiliki jurus yang ampuh dalam menyusun strategi bisnis yang baik. Berikut ini 5 indikator menurut Nawawi (2017 : 201):

- a. **Berpikir Kritis**
Seseorang yang berfikir kritis akan lebih mudah dalam mengetahui masalah-masalah yang ada saat ini. Dengan mengetahui suatu masalah, seseorang nantinya akan berusaha mencari jalan keluar. Nah, dalam menjalankan strategi yang baik, seseorang perlu berfikir kritis untuk dapat mengidentifikasi masalah yang terjadi dalam lingkup internal maupun eksternal sehingga akan mengurangi resiko kegagalan dalam bisnis.
- b. **Berpikir Kreatif**
Dalam melakoni usaha bisnis, kita dituntut untuk berfikir kreatif terutama dalam menentukan jenis produk atau barang yang akan diproduksi. Keunggulan suatu produk atau jasa serta kebutuhannya dalam kehidupan masyarakat akan membantu menarik minat mereka untuk menggunakannya.
- c. **Berani Mengambil Risiko**
Bisnis adalah dunia yang keras, penuh liku dan tidak ada yang berjalan mulus. Untuk memulai suatu bisnis dibutuhkan orang-orang yang berani mengambil resiko. Orang yang ragu akan mengalami kesulitan bahkan untuk memulai sekalipun. Akan tetapi, pada pelaksanaannya seseorang yang berani mengambil resiko juga perlu bekerja keras agar usaha yang dijalankan berbuah manis.
- d. **Berpikir Terbuka dan Oportunis**
Berpikir terbuka sangat penting dalam bisnis, terutama melihat bisnis Anda dalam sudut pandang yang berbeda untuk memunculkan ide baru. Orang yang berfikir terbuka akan lebih mudah bankit dan membangun terhadap kritik dari orang lain. Seseorang yang oportunis akan lebih mudah dalam mencari dan memanfaatkan peluang yang ada.
- e. **Memiliki Ciri Khas yang Unik**
Ciptakan produk yang dapat menjadi ciri khas dari usaha yang Anda geluti tanpa perlu menjiplak orang lain, karena itulah yang membedakan produk Anda dari produk lain di mata konsumen.

7. Proses Strategic Management

Proses manajemen strategis dapat diuraikan sebagai pendekatan yang obyektif, logis, sistematis untuk membuat keputusan besar dalam suatu organisasi.

Proses ini berusaha untuk mengorganisasikan informasi kualitatif dan kuantitatif dengan cara yang memungkinkan keputusan efektif diambil dalam kondisi yang tidak menentu.

Proses Manajemen Strategi merupakan kombinasi dari tiga proses utama sebagai berikut:

1. Melakukan analisis situasi, evaluasi diri dan analisis pesaing: baik internal maupun eksternal; baik lingkungan mikro maupun makro.
2. Bersamaan dengan penafsiran tersebut, kemudian tujuan dirumuskan. Tujuan yang dirumuskan harus bersifat paralel dalam rentang jangka pendek dan juga jangka panjang.
3. Dalam manajemen strategi termasuk di dalamnya penyusunan pernyataan visi (cara pandang jauh ke depan dari masa depan yang dimungkinkan), pernyataan misi (bagaimana peran organisasi terhadap lingkungan publik), tujuan perusahaan secara umum (baik finansial maupun strategis), tujuan unit bisnis strategis (baik finansial maupun strategis), dan tujuan taktis.

Sederhananya, manajemen strategi merupakan sebuah penyusunan rencana strategis oleh perusahaan, yang dimulai dengan analisis dan evaluasi internal, merumuskan tujuan jangka pendek dan panjang sampai penyusunan visi, misi, tujuan perusahaan secara komprehensif (menyeluruh).

C. Komunikasi Downward

1. Pengertian Komunikasi

Kata kepuasan (*satisfactions*) berasal dari kata “ *Statis* “ (artinya cukup baik, memadai), dan “ *Facio* “ (melakukan atau membuat), kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gem bira, menurut Kotler yang dikutip kembali oleh Fandy Tjiptono (2016:312) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Kotler dan Keller (2019:138) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak

puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2017:57) secara garis besar, kepuasan pelanggan memberikan dua manfaat utama bagi perusahaan, yaitu berupa loyalitas pelanggan dan penyebaran (advertising) dari mulut ke mulut atau yang biasa disebut dengan istilah *gethok tular positif*.

Dengan demikian komunikasi adalah keseluruhan tingkat kepuasan yang dirasakan karyawan dalam lingkungan total komunikasinya”. komunikasi karyawan adalah keseluruhan tingkat kepuasan yang dirasakan karyawan atas pesan-pesan, media-media, dan hubungan- hubungan dalam organisasi

2. Pengertian Komunikasi Downward

Komunikasi Organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukkan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian suatu organisasi tertentu. Dalam suatu sistem komunikasi, keadaan itu adalah hubungan antara orang-orang dan hubungan antara orang-orang dalam jabatan-jabatan (posisi-posisi).

Komunikasi ke bawah (*downward communication*) adalah penyampaian informasi dari atasan ke bawahan sesuai dengan struktural di organisasi. Penggunaan komunikasi ini sangat efektif untuk penyampaian instruksi,

pengarahan, pengontrolan kepada anak buah. Komunikasi dapat tertulis maupun lisan yang dapat disesuaikan dengan konteks serta kontennya.

Informasi dalam suatu perusahaan atau organisasi mengalir secara berkesinambungan, mulai dari penciptaan, penyampaian, dan interpretasi pesan merupakan proses yang mendistribusikan pesan-pesan ke seluruh karyawan atau anggota organisasi. Komunikasi yang berlangsung dalam perusahaan biasa disebut dengan komunikasi vertikal.

Komunikasi vertikal merupakan hal yang penting dilakukan dalam perusahaan, karena komunikasi vertikal dapat membuat elemen yang satu dengan yang lainnya dapat berhubungan untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Komunikasi dalam perusahaan ini terjadi setiap harinya demi kelangsungan suatu perusahaan.

Menurut Yulianita dalam buku Dasar-Dasar Public Relations menyatakan bahwa komunikasi vertikal yaitu: Komunikasi vertikal yaitu komunikasi yang di lakukan dari atas kebawah (downward communication) dan komunikasi dari bawah ke atas (upward communication) yaitu komunikasi antara pimpinan dengan bawahan dan komunikasi antara bawahan dengan pimpinan (Yulianita, 2017 :92).

Dari definisi diatas menunjukkan bahwa komunikasi vertikal merupakan penyampaian pesan atau informasi yang berlangsung di dalam perusahaan atau organisasi antara pimpinan dengan bawahannya. Begitu pula sebaliknya, komunikasi antara bawahan dengan pimpinannya. Komunikasi vertikal disebut juga sebagai komunikasi formal, dikatakan formal karena berada di dalam lingkungan kerja. Proses penyampaian informasi melalui saluran komunikasi formal dalam konteks komunikasi vertikal di lakukan dalam kondisi kerja.

Dari pendapat di atas, jelas bahwa komunikasi vertikal yaitu komunikasi yang terjadi dua arah antara pimpinan dan bawahan secara timbal balik dalam suatu organisasi dengan menggunakan lambang-lambang yang bermakna, dalam rangka mencapai tujuan di dalam organisasi. Komunikasi yang dilakukan secara timbal balik dalam suatu organisasi sangat mempunyai peranan penting, karena bila komunikasi hanya berlangsung satu arah saja dari pimpinan ke bawahannya, roda komunikasi tidak akan berjalan sesuai dengan tugas antara pimpinan dengan bawahannya.

3. Keuntungan Komunikasi Downward

Menurut Wursanto (2017:52). dalam bukunya yang berjudul Etika Komunikasi Kantor mengemukakan keuntungan dari komunikasi vertikal secara dua arah adalah sebagai berikut :

- a. Adanya kejelasan antara kedua belah pihak sehingga merasa puas.

- b. Semua informasi dapat diterima dengan lebih jelas, akurat, dan tepat, karena segala sesuatunya dapat dimintakan penjelasan.
- c. Kesalahpahaman dapat diterima.
- d. Dapat menimbulkan suasana kerja yang penuh keakraban, kekeluargaan, dan demokratis.

Berdasarkan penejelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dengan melakukan komunikasi vertikal dapat memberikan efek yang positif, baik untuk atasan maupun bawahan didalam perusahaan atau organisasi. Serta dengan melakukan komunikasi vertikal dapat membuat informasi yang disampaikan berjalan dengan lancar, karena langsung mendapatkan kejelasan atas penyampaian informasi tersebut. Komunikasi vertikal juga meminimalkan kesalah pahaman antara atasan dengan bawahan. Dalam menyelenggarakan komunikasi antar atasan dan bawahan perlu di sadari bahwa komunikasi yang terjadi dengan frekuensi yang tinggi tidak identik dengan keefektifan komunikasi. Demikian pula dengan banyaknya media yang digunakan tidak berarti komunikasi tersebut efektif. Banyaknya cara dan media tersebut hanya berarti meningkatkan kuantitas komunikasi, bukan kualitasnya.

4. Ruang Lingkup Komunikasi Downward

Menurut Yulianita (2007 : 93) dalam bukunya yang berjudul Dasar-Dasar Public Relations, komunikasi vertikal secara formal melalui alur-alur komunikasi

sebagai berikut : 1) Komunikasi dari atas ke bawah (downward communications)
2) Komunikasi dari bawah ke atas (upward communications). Dari penjabaran ruang lingkup komunikasi di atas, dapat dijelaskan bahwa komunikasi yang terjadi antara pimpinan dan bawahan maupun dari bawahan ke pimpinan perlu sekali dalam suatu perusahaan atau organisasi, karena jika hanya satu arah saja dari pimpinan ke bawahan saja maka roda organisasi tidak dapat berjalan dengan baik dan tidak dapat mencapai tujuan yang di kehendaki. Berikut penjelasan mengenai komunikasi dari atas ke bawah (downward communication) dan komunikasi dari bawah ke atas (upward communication).

5. Faktor-Faktor yang mempengaruhi komunikasi ke bawah/ Downward

Selanjutnya peneliti akan menjelaskan mengenai Faktor-Faktor yang mempengaruhi komunikasi ke bawah, sebagai berikut :

a. Keterbukaan

Kurangnya keterbukaan antara pimpinan akan menyebabkan terhambatnya penyampaian pesan yang berlangsung serta gangguan dalam pesan. Sebagai pimpinan alangkah baiknya memberikan tugas yang disertai dengan arahan-arahnya, dengan tujuan agar pekerjaan yang diberikan kepada karyawan dapat berjalan sesuai dengan rencana. Untuk itu dibutuhkan keterbukaan dari pimpinan kepada bawahannya.

b. Kepercayaan

pada pesan tulisan Biasanya pimpinan lebih menyukai pesan yang tertulis dan penyampaian pesan melalui alat-alat elektronik seperti buletin, dibandingkan dengan penyampaian pesan secara tatap muka atau lisan. Namun komunikasi tatap muka lebih disenangi oleh karyawan karena dianggap lebih jelas.

c. Pesan yang berlebihan

Dengan banyaknya pesan yang berupa tulisan membuat karyawan merasa terbebani, karena harus mengecek setiap pesan yang disampaikan pimpinan melalui buletin. Hal ini membuat karyawan cenderung untuk tidak membacanya, sehingga menjadikan karyawan hanya membaca pesan yang dianggap penting saja yang dapat mengakibatkan kurangnya informasi untuk karyawan.

d. Timming (ketepatan waktu)

Dalam penyampaian pesan membutuhkan waktu yang tepat, maka hendaklah atasan memikirkan hal tersebut. Jika penyampaian pesan diwaktu yang tepat maka kemungkinan besar akan membuat kedua belah pihak mendapatkan keuntungan. Jadi penyampaian pesan harus disesuaikan dengan kebutuhan dari karyawan agar pesan yang disampaikan sesuai dengan tujuan dari atasan.

e. Penyaringan

Pesan yang telah disampaikan oleh atasan tidak diterima mentah-mentah oleh bawahan. Bawahan akan menyaring terlebih dahulu pesan mana

yang diperlukan. Penyaringan pesan ini dilakukan karena terdapat perbedaan persepsi antara karyawan yang satu dengan karyawan lainnya. Komunikasi dari atasan ke bawahan akan berlangsung secara kontinyu dan berkelanjutan. Alur komunikasi ini sangat perlu dilakukan dalam sebuah perusahaan atau organisasi agar intruksi maupun pesan yang diberikan kepada bawahan dapat disampaikan dengan jelas dan sesuai dengan tujuan yang dikehendaki.

6. Indikator Komunikasi Downward

Adapun indikator komunikasi organisasi kebawah menurut Muhammad Arni (2016 : 210) adalah:

- a. Instruksi Tugas yaitu pesan yang disampaikan kepada bawahannya mengenai apa yang diharapkan kepada dilakukan mereka dan bagaimana melakukannya.
- b. Rasional adalah pesan yang menjelaskan mengenai tujuan aktivitas dan bagaimana kaitan aktivitas lain dalam organisasi atau objektif organisasi.
- c. Ideologi adalah merupakan perluasan dari pesan rasional.
- d. Informasi adalah pesan berisi informasi mengenai ketepatan individu dalam melakukan pekerjaannya.
- e. alikan adalah pesan yang berisi informasi mengenai ketepatan individu dalam mengerjakan pekerjaan.

D. Kerangka Pikir

Menurut Uma Sekaran dalam Sugiyono (2018: 60) mengemukakan bahwa:

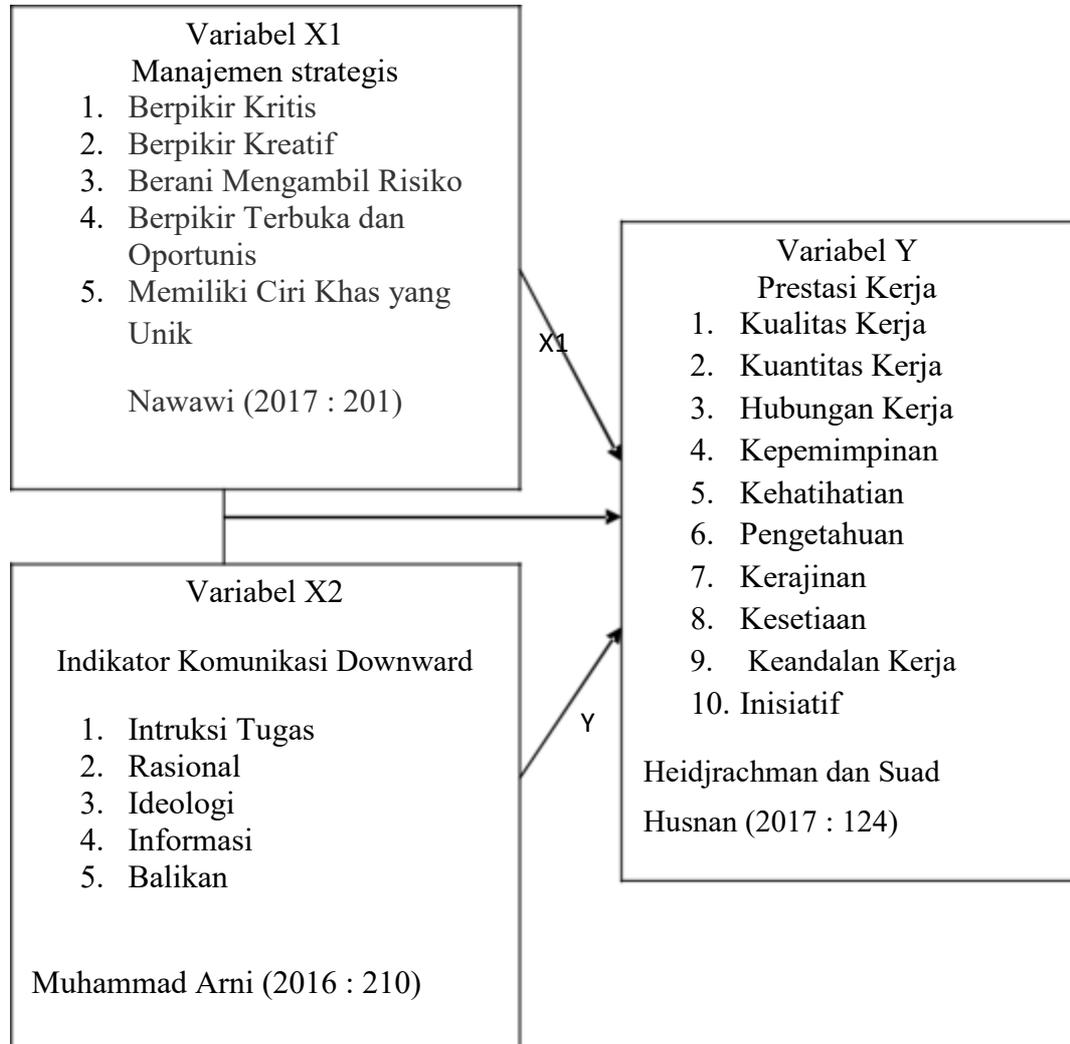
“Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kerangka pikir adalah sebuah

pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan akan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan penelitian yang akan dilakukan.

Prestasi kerja pada suatu organisasi pemerintahan merupakan faktor yang penting dalam rangka melaksanakan tanggungjawabnya yaitu sebagai abdi negara yang kaitannya dengan pemerintahan di pekon tersebut. Beberapa hal yang dilakukan adalah melakukan perlengkapan terkait dengan hal kantor, melakukan pembinaan rumah tangga pekon dan melakukan pengolahan asset daerah selain itu juga terkait dengan surat menyurat baik internal maupun eksternal atau umum. Dalam suatu organisasi pemerintahan Prestasi kerja yang baik akan sangat menunjang organisasi pemerintahan tersebut untuk mencapai tujuannya. Dengan kondisi prestasi kerja ini semua lini bagian dari organisasi tersebut akan bekerja sesuai dengan ketentuan dan bertanggungjawab sesuai dengan bidang –bidang yang di jalannya.

Upaya memperjelas hubungan antara variabel tersebut di atas, maka kerangka pemikiran dapat digambarkan dalam suatu bagan, sebagai berikut:

Gambar 1
Bagan Kerangka Pikir



E. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018: 64) hipotesis merupakan “jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah

dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan”. Adapun hipotesis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Strategi Manajemen berpengaruh terhadap prestasi kerja pegawai kantor Camat Banyumas Kabupaten Pringsewu.
2. Komunikasi downward berpengaruh terhadap prestasi kerja pegawai kantor Camat Banyumas Kabupaten Pringsewu.
3. Strategi manajemen dan komunikasi downward berpengaruh terhadap prestasi kerja pegawai kantor Camat Banyumas Kabupaten Pringsewu.