

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pola kerja merupakan sistem, tata cara, atau metode yang digunakan individu maupun kelompok dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab di lingkungan kerja untuk mencapai tujuan tertentu. Pola kerja yang efektif memungkinkan suatu organisasi untuk meningkatkan efisiensi, memperjelas pembagian tugas, serta memperkuat koordinasi antara anggota tim. (Rosyid, 2013) berpendapat bahwa pola kerja adalah proses penataan kerja dan aktifitas kerja kelompok maupun individu untuk mencapai tujuan organisasi tertentu.

Dalam dunia industri, pola kerja memiliki peran yang sangat penting, terutama di sektor manufaktur dan kerajinan. Salah satu sektor yang berkembang pesat di Indonesia adalah industri rotan. Beberapa daerah utama yang menjadi pusat pengrajin rotan di Indonesia antara lain Cirebon, Jepara, Sukoharjo, Katingan, dan Bantul. Menurut Kompas.com (2021), daerah-daerah ini tidak hanya menjadi pusat produksi rotan di dalam negeri, tetapi juga berkontribusi dalam ekspor rotan ke pasar internasional. Produk yang dihasilkan mencakup mebel, cendera mata, dan berbagai peralatan rumah tangga yang banyak diminati di berbagai negara seperti Amerika Serikat, Eropa, Jepang, Irak, dan Iran.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri ini adalah Kay Group Home Decor Yogyakarta, yang berfokus pada produksi furniture berbahan dasar rotan. Perusahaan ini mengandalkan keterampilan pengrajin lokal serta sistem kerja yang terorganisir untuk meningkatkan kepercayaan antar anggota, efisiensi produksi, serta pengembangan bisnis. Dalam struktur organisasi Kay Group, divisi marketing memegang peranan penting dalam strategi pemasaran, promosi, serta pengembangan pasar guna meningkatkan penjualan dan daya saing perusahaan.

Divisi marketing memiliki beberapa fungsi utama, seperti melakukan riset pasar, menentukan strategi promosi yang efektif, mengelola distribusi produk, serta

membangun hubungan baik dengan pelanggan melalui layanan purna jual. Selain itu, divisi ini juga bertanggung jawab dalam menganalisis strategi kompetitor agar perusahaan tetap memiliki daya saing di pasar. Menurut Philip Kotler (2003), marketing adalah proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan,

penawaran, serta pertukaran produk atau nilai dengan pihak lain. Sementara itu, Lamb, Hair, & McDaniel (2011) menyatakan bahwa divisi marketing berperan dalam perencanaan dan pelaksanaan konsep pemasaran, termasuk harga, promosi, dan distribusi, guna memenuhi kebutuhan perusahaan dan pelanggan.

Berkaitan dengan paparan di atas, penelitian ini dilakukan terhadap Kay Group Home Decor Yogyakarta dengan dua alasan utama, yaitu alasan praktis dan akademis. Secara praktis, peneliti pernah terlibat langsung dalam program *Internship* di perusahaan ini, sehingga memiliki pemahaman mendalam tentang pola kerja yang diterapkan di masing-masing divisi. Secara akademis, berdasarkan kajian pustaka, penelitian-penelitian sebelumnya telah banyak membahas tentang peran divisi dalam organisasi (Nurdin, 2022), model kerja sama (Faturohman, 2016), dan upaya pengembangan strategi (Saputro, 2010). Namun, belum ada penelitian yang secara spesifik mengkaji pola kerja divisi marketing dalam perusahaan rotan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan meneliti pola kerja divisi marketing di Kay Group Home Decor Yogyakarta, sehingga dapat memberikan wawasan baru dalam pengelolaan strategi pemasaran di industri ini.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pola kerja di divisi marketing Kay Group Home Decor Yogyakarta dalam menjalankan pekerjaan ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memaparkan bagaimana pola kerja di divisi marketing Kay Group Home Decor Yogyakarta

dalam menjalankan pekerjaan.

1.4. Kajian Pustaka

Dalam penelitian yang dilakukan ini, sebelum melakukan penelitian, peneliti telah mengumpulkan berbagai data dengan beberapa cara, salah satunya adalah mengumpulkan beberapa penelitian terdahulu dengan pembahasan yang terkait dengan penelitian ini. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan pembahasan.

Penelitian pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Annisa Ciptagustia pada tahun 2019 dengan judul “*Distinctive Capabilities Serta Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing Industri Furniture Rotan*”. Penelitian ini menjelaskan bahwa organisasi yang unggul adalah organisasi dengan tingkat efektivitas yang tinggi, dengan kata lain keunggulan bersaing dapat diproyeksikan melalui efektivitas organisasi atau lebih menekankan pada sumber daya internal sebagai sumber keunggulan bersaing yaitu bagaimana organisasi mencari dan menggunakan peluang melalui pemanfaatan kelebihan yang dimiliki menjadi difrensiasi dengan perusahaan lain. Industri furniture rotan mengutamakan inovasi produk, maka fokus pengembangannya selain teknologi yaitu jaringan pemasaran, modal dan sumber daya manusia. Dalam industri ini produk fisik akan mudah dan cepat untuk ditiru oleh pesaing, namun yang membedakan yaitu sumber daya manusia seperti pengrajin, karyawan dalam manajemen serta atribut lainnya yang menyatu yaitu kemampuan serta pengalaman.

Persamaan antara penelitian Annisa dengan penelitian ini terletak pada fokus yang sama dalam melihat pentingnya sumber daya internal khususnya sumber daya manusia dalam menunjang daya saing perusahaan. Selain itu juga kedua penelitian ini juga menyoroti industri yang sama yaitu industri furniture rotan. Namun demikian terdapat perbedaan mendasar dalam fokus dan pendekatan antara kedua penelitian. Penelitian pertama lebih berfokus pada analisis makro terhadap kapabilitas organisasi secara menyeluruh untuk membangun keunggulan bersaing. Sementara itu penelitian ini berfokus kepada aspek mikro yaitu bagaimana pola kerja dalam divisi marketing Kay Group Home Decor Yogyakarta dijalankan. Penelitian ini mengkaji secara mendalam unsur-unsur sistem tugas,

komunikasi dan prosedur kerja yang dijalankan dalam divisi marketing. Dengan demikian penelitian ini memberikan gambaran lebih terperinci mengenai dinamika kerja internal.

Penelitian kedua yang sejalan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Aditya Bhaswara Brata pada tahun 2018 yang berjudul *“Analisis Strategi Marketing Communication Ikea Indonesia Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Bidang Furniture Dan Home Furnishing”* penelitian ini juga memiliki kesamaan dengan penelitian yang ingin dilakukan peneliti seperti kesamaan metode penelitian dan mengenai pola kerja perusahaan khususnya dibidang marketing.

Kesamaan yang terlihat antara penelitian Aditya dan penelitian ini terletak pada fokus pembahasan mengenai pola kerja di bidang marketing serta kesamaan dalam penggunaan metode penelitian kualitatif. Kedua penelitian sama-sama mencoba memahami proses kerja dan peran strategis divisi pemasaran dalam konteks industri furniture. Penelitian Aditya menjadi rujukan penting dalam memahami bagaimana strategi komunikasi dibentuk melalui struktur kerja internal tim marketing.

Namun, perbedaan utama antara kedua penelitian ini adalah ruang lingkup dan tujuan kajiannya. Penelitian Aditya lebih berfokus pada aspek strategis dan eksternal dari komunikasi pemasaran, yaitu bagaimana pesan-pesan pemasaran dikomunikasikan ke pasar luas untuk menghadapi persaingan. Sementara itu, penelitian ini lebih menyoroti aspek internal berupa pola kerja dalam divisi marketing support di Kay Group Home Decor Yogyakarta, yang meliputi sistem tugas, komunikasi internal, dan prosedur kerja sebagai unsur utama. Dengan demikian, penelitian ini memberikan gambaran yang lebih operasional dan terfokus pada dinamika kerja tim pemasaran secara internal dibandingkan dengan strategi eksternal yang menjadi fokus Aditya.

Penelitian ketiga yang sejalan dengan penelitian yang ingin dilakukan peneliti adalah penelitian yang dilakukan oleh Khoirul Anam, Anna Widiastuti dan Zainul Arifin pada tahun 2020 yang berjudul *“Peningkatan Daya Saing Ukm Rotan Indah Jepara Menuju Pasar Sasaran Ekspor”*. Dimana penelitian ini

menggunakan metode kualitatif dalam proses penelitiannya dengan hasil temuannya bahwa pengelolaan manajerial pada ukm rotan ini masih menggunakan sistem tradisional Dimana pemilik perusahaan belum memiliki struktur organisasi maupun distribusi pekerjaan hal ini menjelaskan bahwa peran dari pola kerja perusahaan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan itu sendiri.

Kesamaan yang dapat ditemukan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah penggunaan pendekatan kualitatif serta perhatian pada pentingnya sistem kerja dalam struktur organisasi, terutama di sektor industri rotan dan furniture. Keduanya berangkat dari pemahaman bahwa pola kerja yang teroganisir merupakan fondasi penting dalam mengoptimalkan kinerja dan arah strategis perusahaan.

Sementara itu, perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Penelitian Khoirul Anam dkk. lebih menyoroti kondisi umum manajerial UKM dan tantangannya dalam meningkatkan daya saing untuk ekspor, sedangkan penelitian ini berfokus secara lebih spesifik pada pola kerja dalam divisi marketing support di Kay Group Home Decor Yogyakarta. Penelitian ini menggali secara lebih rinci bagaimana sistem tugas, komunikasi internal, dan prosedur kerja di implementasikan dalam praktik sehari-hari tim pemasaran. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan perspektif mendalam tentang aspek-aspek kerja internal yang mendukung fungsi pemasaran dalam perusahaan.

Penelitian Keempat yang dapat menjadi kajian terhadap penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Ihwan Satria Lesmana dan Pramudi Harsono pada tahun 2023 dengan judul penelitian *“Inovasi Dalam Proses Seleksi Karyawan Untuk Meningkatkan Kompetitivitas Divisi Marketing PT. Sumber Alfariya Trijaya Tbk. Branch Serang”* Dimana dalam proses penelitian nya digunakan dengan penelitian kualitatif dengan hasil yang ditemukan bahwa proses seleksi karyawan menjadi titik awal kunci dalam membangun fondasi tim yang kuat dan kompetitif. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi mendalam terhadap strategi dan metode seleksi karyawan yang saat ini diterapkan dalam Divisi Marketing PT Sumber Alfariya Trijaya Tbk Branch Serang. Kajian ini akan mengeksplorasi berbagai aspek inovasi dalam proses seleksi karyawan dan

bagaimana inovasi tersebut dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja dan, pada akhirnya, kompetitivitas divisi marketing.

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan terletak pada fokus unit analisis yaitu divisi marketing serta metode kualitatif yang digunakan. Keduanya berupaya mengungkap bagaimana faktor internal dalam perusahaan, khususnya pada aspek kerja tim dan manajemen SDM, mempengaruhi efektivitas kerja serta kinerja organisasi secara keseluruhan.

Namun, perbedaan utamanya terletak pada titik fokus kajian. Penelitian Ihwan Satria Lesmana dan Pramudi Harsono menitikberatkan pada proses awal pembentukan tim marketing, yakni proses seleksi karyawan, dan bagaimana inovasi dalam proses tersebut dapat meningkatkan kompetensi tim. Sementara itu, penelitian ini lebih menyoroti pola kerja yang terjadi setelah tim terbentuk, yaitu bagaimana sistem tugas, komunikasi, dan prosedur kerja dijalankan dalam divisi marketing support di Kay Group Home Decor Yogyakarta. Dengan demikian, meskipun memiliki fokus yang berbeda, kedua penelitian ini saling melengkapi dalam memberikan pemahaman menyeluruh tentang kinerja dan efektivitas divisi pemasaran dari sisi sumber daya manusia dan struktur kerja.

1.5. Kerangka Konseptual

1.5.1 Sosiologi Organisasi

Sosiologi organisasi adalah cabang ilmu sosiologi yang mempelajari struktur, dinamika dan proses sosial dalam organisasi serta bagaimana individu dan kelompok berinteraksi di dalamnya. Sosiologi organisasi sebagai ilmu yang mempelajari pola perilaku dalam organisasi, adaptasi organisasi terhadap lingkungan serta faktor sosial yang mempengaruhi efektivitas kerja dalam organisasi (Richard H. Hall 1972).

Sosiologi organisasi dan pola kerja menjadi bagian penting karena menentukan bagaimana tugas dan peran didistribusikan dalam suatu organisasi serta bagaimana anggota organisasi berinteraksi untuk tujuan bersama. Menurut Max Weber (1947) dalam teori birokrasi, organisasi yang efektif harus memiliki struktur kerja yang jelas, termasuk pembagian tugas (*division of labor*), hierarki otoritas, dan aturan kerja yang rasional. Pola kerja dalam organisasi

mencerminkan bagaimana tugas- tugas didelegasikan dan bagaimana sistem kerja diterapkan untuk mencapai efisiensi. Pola kerja yang baik akan membangun kerja tim yang kuat dan meningkatkan koordinasi antar divisi dalam organisasi.

1.5.2. Pola Kerja

Pola kerja merupakan rangkaian aktivitas yang dilakukan secara sistematis dalam suatu organisasi untuk mencapai hasil yang optimal dengan mempertimbangkan relasi antar individu dan kelompok kerja. Handoko (2003) menambahkan bahwa pola kerja mencakup sistem kerja yang terdiri dari pembagian tugas, prosedur operasional dan mekanisme kontrol yang bertujuan untuk menciptakan efisiensi dan efektivitas kerja dalam suatu organisasi perusahaan. Dari sudut pandang sosiologi organisasi, pola kerja dapat dikaji sebagai bagian dari struktur sosial dalam dunia kerja. Hal ini sejalan dengan pendapat Robbins dan Judge (2017) yang menyatakan bahwa pola kerja berperan dalam mengatur sistem tugas, komunikasi serta prosedur yang digunakan untuk memastikan produktivitas, efisiensi kerja dan kepuasan kerja. Berdasarkan paparan di atas, peneliti akan menggunakan konsep pola kerja dengan unsur-unsur yang diambil dari pendapat Robbins dan Judge (2017) karena sesuai dengan kondisi serta kebutuhan penelitian. Berdasarkan literatur itu, pola kerja memiliki unsur-unsur sebagai berikut :

1.5.2.1. Sistem Tugas

Pembagian tugas mendefinisikan tugas-tugas, tanggung jawab, kondisi kerja, fungsi dan aspek pekerjaan lainnya. Dengan adanya pembagian tugas kerja maka para anggota organisasi dapat dilatih sesuai dengan spesialisasi pekerjaannya sehingga dapat memiliki kemampuan dan keahlian untuk memberikan hasil yang maksimal. Pembagian tugas kerja juga sangat membantu kelancaran dalam melaksanakan pekerjaan yang menjadi tanggung jawab anggota organisasi.

1.5.2.2. Komunikasi

Komunikasi dalam pola kerja adalah proses pertukaran informasi, ide, instruksi dan umpan balik antara individu atau kelompok dalam organisasi untuk

memastikan bahwa tugas dan tanggung jawab dapat dilaksanakan dengan efektif dan efisien. Komunikasi menjadi elemen penting dalam pola kerja karena berfungsi sebagai penghubung antara individu, tim dan divisi dalam menjalankan aktivitas operasional organisasi perusahaan. Komunikasi yang efektif dalam organisasi dapat meningkatkan produktivitas, mengurangi konflik serta memperkuat hubungan antar individu dalam lingkungan kerja.

1.5.2.3. Prosedur

Prosedur pola kerja adalah serangkaian aturan, metode dan langkah-langkah sistematis yang dirancang untuk memastikan bahwa tugas dan tanggung jawab dalam organisasi dapat dilaksanakan dengan efektif, efisien serta optimal. Prosedur ini mencakup alur kerja, standar operasional serta mekanisme koordinasi yang membantu mengurangi hambatan kerja organisasi.

Berdasarkan paparan diatas maka unsur-unsur dari konsep pola kerja yang dipakai dalam penelitian ini adalah sistem tugas, komunikasi dan prosedur. Kesemua konsep dan unsur-unsurnya itulah yang peneliti susun ke dalam skema alur pemikiran berikut ini.

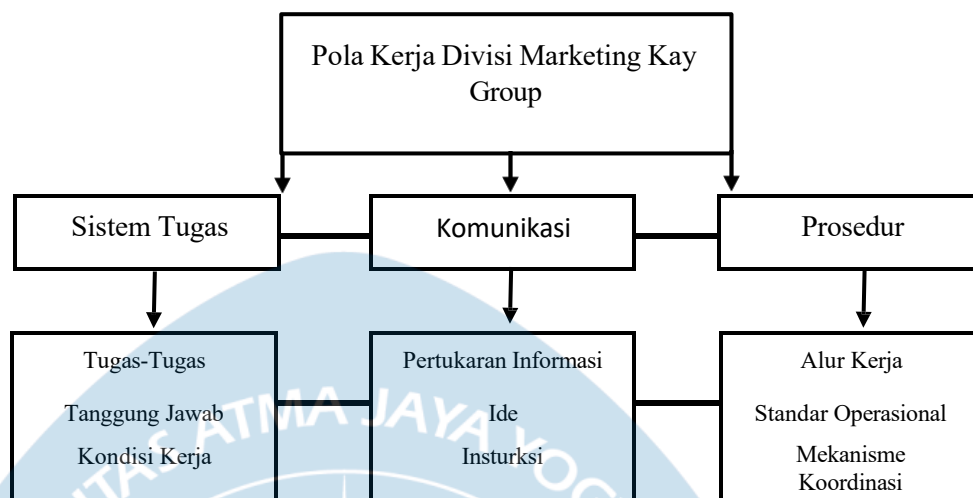
1.6. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir adalah dasar pemikiran yang menjadi landasan utama dalam penelitian. Permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana Pola Kerja divisi marketing support Kay Group Home Decor Yogyakarta diterapkan. Oleh karena itu penulis memilih menggunakan konsep pola kerja. Menurut Robbins & Judge (2017) pola kerja berperan dalam mengatur sistem tugas, komunikasi serta prosedur yang digunakan untuk memastikan produktivitas, efisiensi kerja dan kepuasan kerja.

Penulis memilih menggunakan konsep pola kerja tersebut sebagai indikator yang digunakan dalam melakukan analisis data dalam penelitian karena relevan dengan permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian.

Penulis berusaha memahami bagaimana divisi marketing support Kay Group Home Decor Yogyakarta menjalankan pekerjaannya dengan konsep pola kerja yang telah dijelaskan di atas. Penerapannya akan menjadi lebih jelas dan dapat lebih mudah dipahami bersama.

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir



1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari empat bab dimana masing-masing memiliki bobot yang berbeda namun saling berkaitan dan melengkapi. Bab pertama berisi tentang latar belakang masalah sekaligus berisi alasan dalam pemilihan topik/tema yang digunakan dalam penelitian ini. Penjelasan mengenai seberapa signifikan topik berikut dengan konsep yang digunakan dalam penelitian ini. Rumusan masalah akan mengikuti latar belakang dan untuk memperjelas cara berpikir penulis maka dikemukakan tinjau penelitian sebelumnya dan konsep teoritis terkait yang digunakan penulis. Bab kedua berisi tentang metode penelitian, informan, operasionalisasi konsep dan metode pengumpulan data. Dalam bab ini berisi deskripsi objek/subjek dan lokasi yang diteliti dalam penelitian skripsi ini. Bab ketiga berisi tentang temuan data yang didapatkan oleh penulis dan pembahasan terhadap temuan itu dengan menggunakan literatur dan konsep yang digunakan dalam penelitian skripsi ini. Kemudian pada bab empat berisi penutup dan kesimpulan dari penelitian skripsi.