



TAYLORISM, FORDISM DAN KOMUNIKASI BISNIS

MSDM INTERNASIONAL

BAB VI





TALYORISM

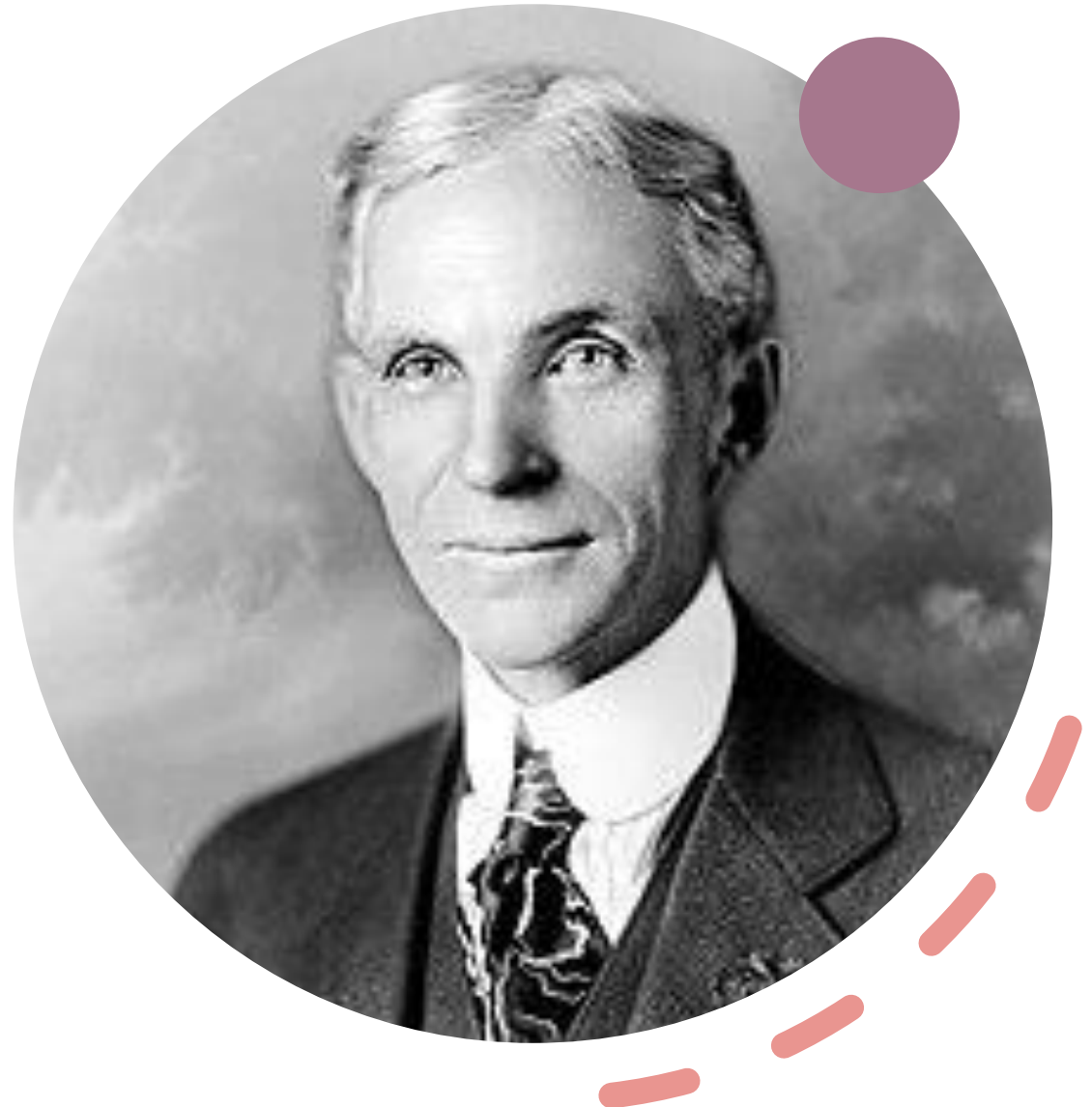
- Taylorisme berasal dari nama bapak dari Manajemen Ilmiah, Insinyur dan juga ekonom **Frederick W. Taylor (1856 - 1915)**. Untuk memperkenalkan penggunaan metode ilmiah Cartesian dalam administrasi bisnis. Studinya berusaha untuk mencapai efisiensi dan efektivitas proses industri.
- Teori manajemen ilmiah adalah teori manajemen yang sangat awal dan berfokus pada meminimalkan limbah dan mengurangi waktu produksi. Ini dikembangkan oleh Frederick Taylor, yang berusaha menggunakan pendekatan ilmiah untuk meningkatkan operasi.

TALYORISM

- Taylor percaya bahwa memberikan instruksi sistematis kepada pekerja akan meningkatkan produksi dan kualitas produk dan layanan. Ia juga percaya bahwa pekerjaan apapun membutuhkan studi pendahuluan yang akan menentukan metodologinya sendiri, yang mampu menghasilkan pengembangan dan pelatihan maksimum bagi karyawan. Taylor menganjurkan pembagian modal dan tenaga kerja dalam mengejar biaya yang lebih rendah, upah yang lebih tinggi, dapat peningkatan produktivitas
- Melalui pengendalian kegiatan dan norma procedural, Taylor menilai bahwa pekerjaan yang harus dilaksanakan sesuai dengan urutan dan waktu yang telah diprogramkan sebelumnya. Bagi Taylor, pejabat yang baik adalah orang yang tidak membantah perintah dan melakukan apa yang diperintahkan, tanpa mempertanyakan dan tanpa memaksakan dirinya. Sederhananya, rencana manajemen dan pekerja melakukan tugas-tugas yang ditentukan. Ide Taylor menginspirasi model produksi industri yang akan merevolusi industri di abad ke-20.

FORDISM

- Fordisme adalah metodologi ilmiah yang diidealkan oleh pengusaha **Henry Ford (1863 - 1947)**, yang ditandai dengan produksi massal yang merevolusi industri otomotif pada tahun 1914, Ketika jalur perakitan otomatis pertama dibuat.
- Ford telah menciptakan pasar massal untuk mobil. Kendaraan tersebut dipasang diatas treadmill yang dipindahkan saat karyawan berdiri diam menunggu kendaraan mendekat untuk melakukan produksi langkah demi langkah berikutnya,



FORDISM



Fig. *Ford pioneered the modern model of mass production.*

FORDISM

- Dalam Fordism ini hampir tidak membutuhkan kualifikasi pekerja. Karakteristik lain dari metodologi Ford adalah bahwa pekerjaan dikirim langsung ke pekerja, dan tidak diperlukan Gerakan yang tidak berguna.
- Fordisme adalah dasar dari sistem ekonomi dan sosial modern dalam produksi massal industri dan standar dan konsumsi massal. Konsep tersebut dinamai Henry Ford. Ini menggambarkan ideologi kapitalisme maju yang berpusat di sekitar sistem sosial ekonomi Amerika yang ada dalam ledakan ekonomi pasca perang.

KESAMAAN TAYLORISM DAN FORDISM

- Maksimalisasi produksi dan peningkatan keuntungan
- Meminimalkan ruang, waktu dan biaya produksi
- Pemanfaatan penuh para pekerja, menganggap manusia sebagai mesin yang harus bekerja secara bergantian.

PERBEDAAN TAYLORISM DAN FORDISM

- Pendukung Fordisme :
 - Semakin tinggi upah pekerja, semakin tinggi tingkat produksinya
 - Pembagian kerja dan spesialisasi pekerja
 - Produksi massal, yaitu menghasilkan lebih banyak dengan biaya serendah mungkin
 - Studi tentang waktu kerja dan pergerakan kerja
 - Desain posisi dan hierarki serta fragmentasi tugas

PENGERTIAN KOMUNIKASI MENURUT AHLI

- **Keith Davis** : "Proses penyampaian informasi dan pemahaman dari satu orang ke orang lain. Hal ini pada dasarnya merupakan jembatan makna antar orang-orang. Dengan menggunakan jembatan (komunikasi) tersebut, seseorang dapat dengan aman menyebrangi sungai kesalahpahaman."
- **Peter Little** : "Komunikasi adalah proses dimana informasi ditransmisikan antara individu dan/atau organisasi sehingga mendapatkan hasil tanggapan dan pemahaman."
- **Newman and Summer Jr** : "Komunikasi adalah pertukaran fakta, ide, pendapat atau emosi oleh dua orang atau lebih."



KOMUNIKASI

- Komunikasi merupakan salah satu fungsi dasar manajemen pada setiap organisasi.
- Komunikasi adalah proses transmisi informasi, ide, pemikiran, pendapat dan rencana antara berbagai bagian dari organisasi.
- Bagus dan efektif komunikasi dibutuhkan tidak hanya untuk hubungan antar manusia yang baik, tetapi juga untuk kebaikan dan kesuksesan bisnis.
- Komunikasi informasi dan keputusan efektif merupakan komponen penting untuk hubungan antara manajemen dan karyawan. Komunikasi juga merupakan alat dasar motivasi yang dapat meningkatkan semangat kerja karyawan di sebuah organisasi.
- Komunikasi yang tidak tepat/salah diantara karyawan atau antara manajer dan bawahannya adalah penyebab utama konflik dan semangat kerja yang rendah.



KOMUNIKASI LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG

- **Komunikasi langsung** : menggunakan media komunikasi lisan, pembicara dan pendengar berkomunikasi secara langsung, tanpa adanya bantuan campur tangan, perantara pihak lain ataupun media komunikasi, serta tidak dibatasi oleh jarak maupun media komunikasi yang ada. Contoh : diskusi dalam rapat.
- **Komunikasi tidak langsung**, kebalikan dari komunikasi langsung, yaitu dilakukan melalui perantara, baik pihak ketiga atau bantuan alat-alat komunikasi lainnya. Contoh : menggunakan telepon, berkirim surat, mengirim pesan singkat melalui aplikasi, platform media social maupun platform untuk chat lainnya.



KOMUNIKASI EFEKTIF

- Komunikasi efektif terjadi apabila pesan yang diberitahukan komunikator dapat diterima dengan baik atau sama oleh komunikan, sehingga tidak terjadi salah persepsi.
- 5 Prinsip komunikasi efektif :
 - Respect (menghormati)
 - Empathy (empati)
 - Audible (dapat didengar)
 - Clarity (jelas)
 - Humble (rendah hati)



KOMUNIKASI EFEKTIF

- Dengan komunikasi efektif, kita dapat memelihara hubungan antarmanusia baik dalam organisasi dan mendorong ide atau saran dari karyawan atau pekerja dan menerapkannya bila memungkinkan.
- Dengan komunikasi efektif, juga kita dapat meningkatkan produksi dengan biaya rendah.
- Komunikasi efektif dapat dilakukan dengan lisan ataupun tulisan.
- Komunikasi lisan : pendengar bisa melakukan komunikasi tanggapan dari apa yang pembicara coba katakan.
- Komunikasi tulisan : materi teks dalam pesan adalah sebuah refleksi dari pemikiran kita, jadi komunikasi atau pesan tertulis harus jelas, terarah dan ringkas dengan kata-kata yang benar untuk menghindari salah tafsir pesan.
- Komunikasi efektif sangat penting untuk keberhasilan kerja sebuah organisasi.



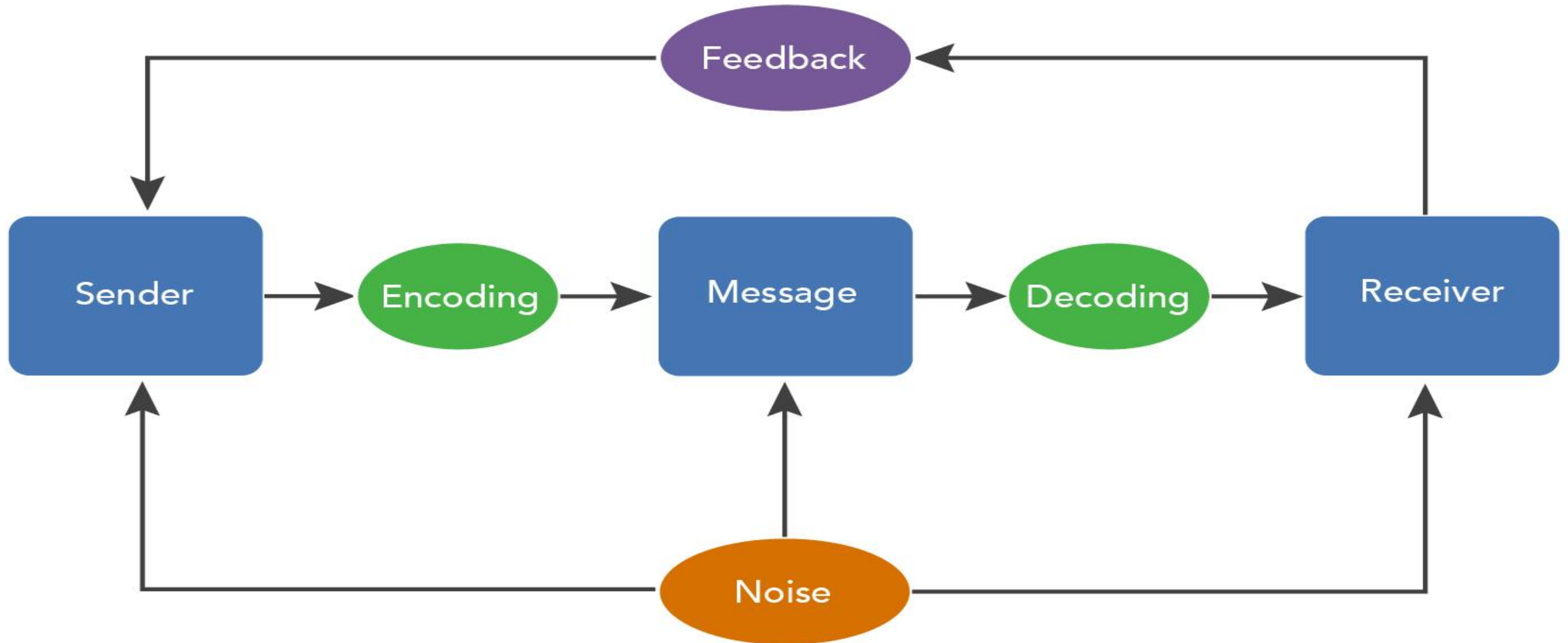
communication



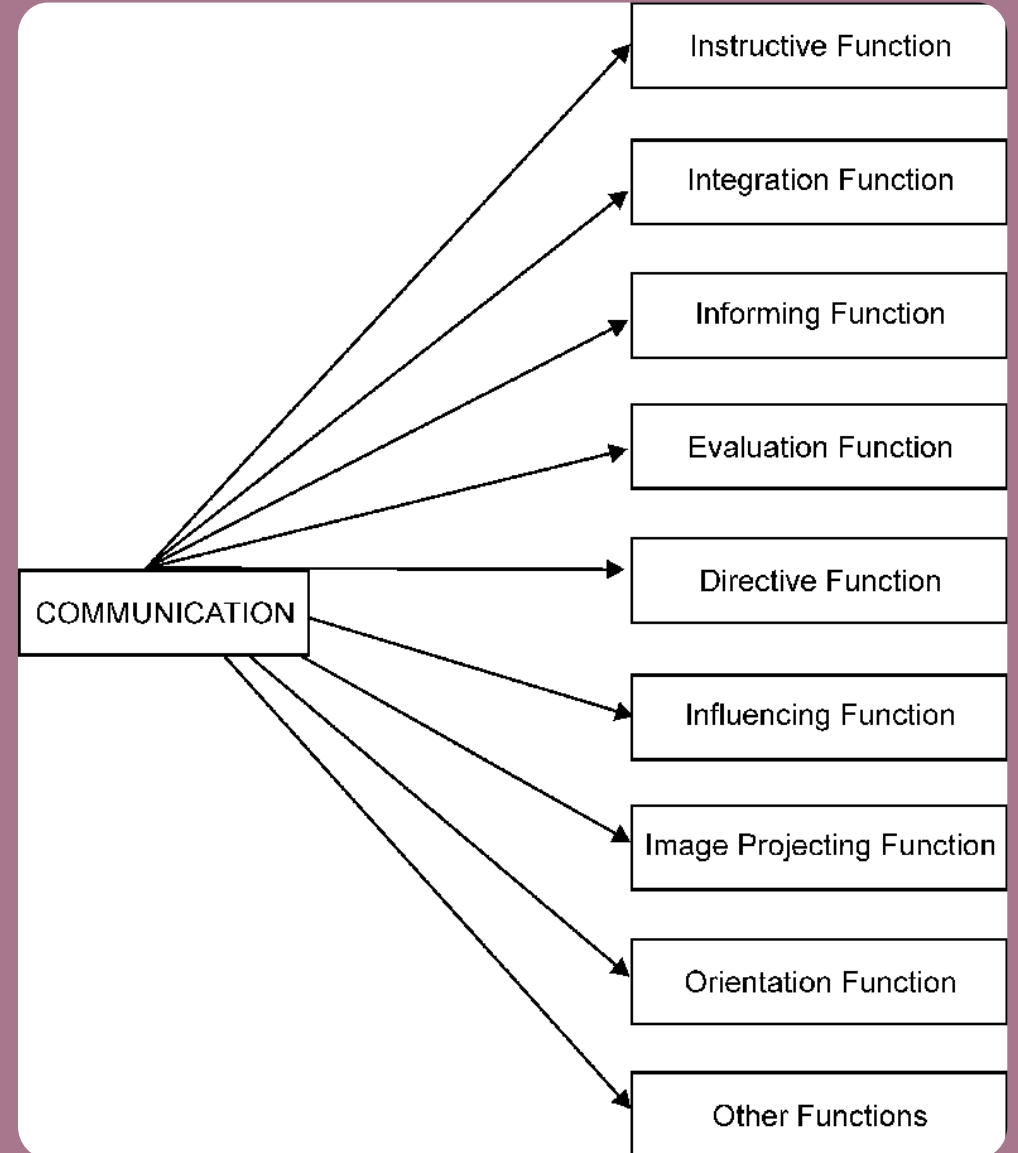
ROLE OF COMMUNICATION IN BUSINESS

- Komunikasi bisnis digunakan untuk semua pesan yang dikirim dan diterima untuk tujuan resmi seperti menjalankan bisnis, mengelola organisasi (bisnis), melakukan urusan formal secara sukarela organisasi dan sebagainya.
- Komunikasi bisnis ditandai dengan formalitas yang betentangan/berlawanan dengan komunikasi pribadi, dan komunikasi social. Keberhasilan bisnis apapun kegiatannya, Sebagian besar bergantung pada komunikasi yang efisien dan efektif.
- Komunikasi internal meliputi komunikasi tatap muka dan tertulis yang terjadi diantara internal karyawan organisasi/perusahaan. Memo, laporan, konferensi video, rapat, dll adalah contoh komunikasi internal. Komunikasi internal dibagi menjadi dua bagian :
 - Formal : saat rapat, saat membahas project antar bagian, pembuatan memo.
 - Informal : saat berkomunikasi langsung antar bawahan/rekan kerja untuk menfollow up project, atau informasi yang disampaikan ke atasan untuk update project.
- Komunikasi eksternal adalah Ketika orang-orang dalam organisasi/perusahaan berkomunikasi dengan siapa pun diluar organisasi. Contoh : berkomunikasi dengan klien, pelanggan, dealer, distributor, media, pemerintah, masyarakat umum, dll.

Proses Komunikasi



Communication Purpose



Tujuan Komunikasi

- Untuk **Instruksi** : perintah
- Untuk **Integrasi/konsolidasi** : diskusi antar bagian lainnya, biasanya untuk mengerjakan project Bersama.
- Untuk **Informasi** : memberi tahu individu atau kelompok tentang tugas/kebijakan/prosedur tertentu.
- **Evaluasi Pemeriksaan Kegiatan** : membentuk ide atau penilaian tentang nilai tugas dicapai melalui komunikasi. Evaluasi masukan/ide seseorang.
- Untuk **Arahan** : memberikan arahan oleh top management atau manajer ke tingkat yang lebih rendah. Mengarahkan orang lain dapat dikomunikasikan secara lisan atau tertulis.
- Untuk **Mengajar** : mengajar dan mendidik pekerja tentang keamanan pribadi ditempat kerja, mencegah kecelakaan dan resiko, dsb.
- Untuk **Mempengaruhi** : diperlukan proses komunikasi yang lengkap dalam mempengaruhi orang lain atau dipengaruhi.
- Untuk **Membangun Citra** : citra perusahaan diproyeksikan ke masyarakat dengan bentuk komunikasi eksternal, misalnya berita di media, dsb.
- **Lainnya** : contoh pengambilan keputusan yang efektif, dsb.

Downward Communication

(Komunikasi ke bawah)

Manfaat

1. Membantu menjelaskan kepada bawahan tentang rencana organisasi, kebijakan program dan prosedur, metodologi kerja, dll.
2. Membantu menyampaikan kepada bawahan tentang harapan manajemen ke mereka.
3. Bertindak sebagai sarana untuk mengontrol aktivitas bawahan dengan umpan balik aktif.
4. Memberikan motivasi kepada bawahan.

Masalah

1. Distorsi pesan dalam transmisi dari satu tingkat ke tingkat lain.
2. Jika otoritas tertentu tidak hadir pada saat menyampaikan informasi yang mungkin ditimbulkannya keterlambatan pengiriman pesan.
3. Terkadang Ketika beban kerja tidak merata diantara para karyawan, hal tersebut menciptakan beban berlebih atau membongkar pekerjaan yang menyebabkan ketidakpuasan di antara karyawan.

Upward Communication (Komunikasi ke atas)

Manfaat

1. Memberikan umpan balik kepada atasan
2. Pengenalan skema baru tanpa oposisi yang berlebihan dari karyawan.
3. Membantu dalam mempromosikan harmoni antara manajemen dan karyawan.
4. Masalah dan keluhan diperbaiki.

Masalah

1. Karyawan takut kritik mereka dapat diartikan sebagai tanda kelemahan pribadi mereka.
2. Atasan yang dilewati merasa disepelkan/terhina yang menimbulkan perbedaan hubungan antara atasan dan karyawan.
3. Kemungkinan besar terjadi distorsi pesan.

How to Make Effective?

- Atasan harus berinisiatif untuk dekat dengan bawahannya
- Menjaga jalur komunikasi sesingkat mungkin
- Mengatasi keluhan karyawan secara tepat waktu

Horizontal/Lateral Communication (Komunikasi Horisontal/Lateral)

Manfaat :

1. Mengembangkan rasa saling percaya.
2. Menciptakan dan mengembangkan perasaan koordinasi di antara berbagai departemen.

Masalah :

1. Terkadang menimbulkan persaingan antar karyawan dari berbagai departemen.
2. Kedekatan seseorang menunjukkan rasa suka atau tidak suka seorang karyawan terhadap orang lain, termasuk rasa hormat.
3. Bias menunjukkan rasa suka/ tidak suka pada seseorang bukan karena pekerja/ professional tetapi alasan agama, latar belakang, kepribadian, dsb.

Komunikasi Horizontal/Lateral

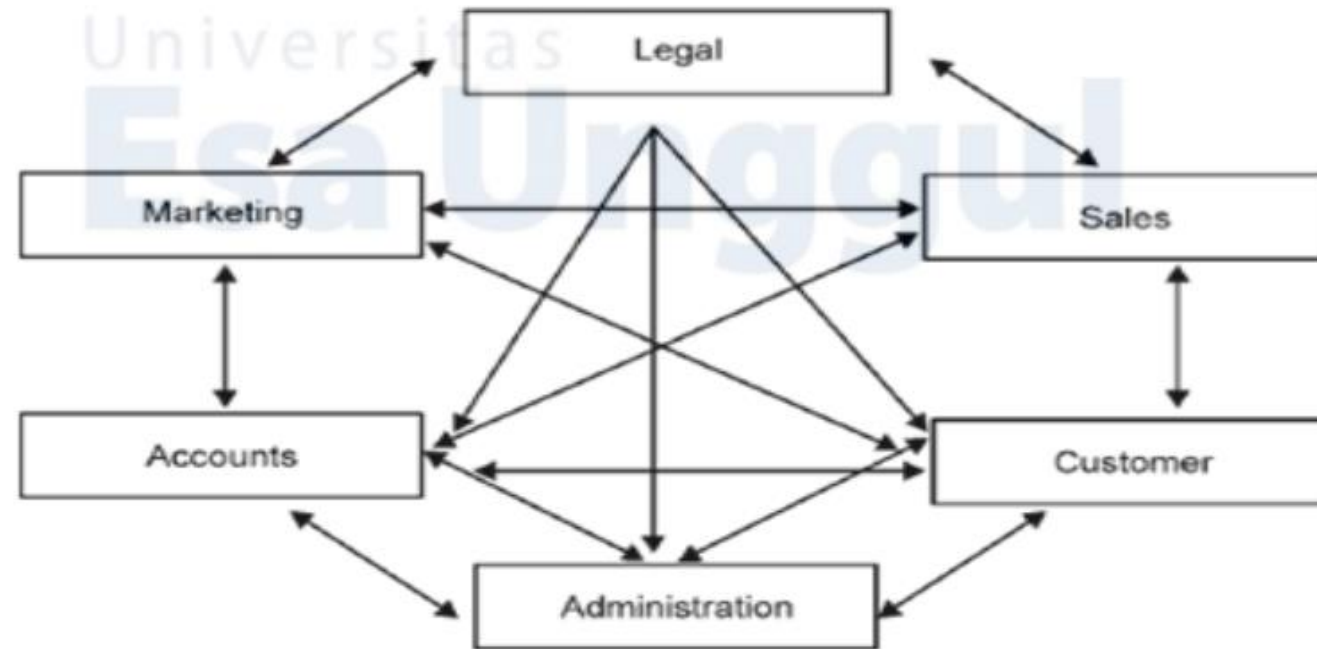


Fig. 2.2: Horizontal/Lateral Communication

Consensus (Konsensus)

- Konsensus adalah sebuah kata yang bermakna “kesepakatan Bersama” atau “kebulatan suara”.
- Konsensus melibatkan konsultasi :
 - Kepala eksekutif membahas masalah dan menganalisisnya.
 - Kumpulkan fakta dan informasi tambahan
 - Mencoba mencari cara mengatasinya dan alternatif solusi.
 - Menghubungi anggota untuk menghadiri pertemuan.
 - Menjabarkan masalah kepada anggota
 - Mendengarkan pandangan semua anggota
 - Mengambil keputusan/ solusi Bersama.

Consensus (Konsensus)

Advantages :

1. Keputusan diambil setelah berkonsultasi diantara berbagai anggota, sehingga mereka mudah untuk menerimanya.
2. Mempromosikan keharmonisan di antara anggota kelompok.

Disadvantages :

1. anggota dipaksa untuk hadir dan mengikuti padahal mungkin tidak ada kemampuan untuk mengatasi masalah tersebut.
2. Salah memproyeksikan citra manajemen, kemungkinan dianggap tidak dapat menangani masalah secara efisien.

Prinsip Komunikasi yang Efektif

1. Kejelasan pesan yang disampaikan
2. Kecepatan pesan yang disampaikan.
3. Proses dua arah
4. Keandalan : dimulai atas dasar keyakinan.
5. Kelengkapan : pesan harus lengkap dan memadai
6. Isi komunikasi bermakna dan kompatibel dengan sistem nilainya.
7. Akurasi : media komunikasi akurat dalam transmisi pesan
8. Kemampuan " memperhatikan kemampuan audiens
9. Efisien : sistem komunikasi harus seefisien mungkin.
10. Kerahasiaan : sistem komunikasi harus menjamin kerahasiaannya dan tidak boleh ada kebocoran informasi.