

BAB I PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Dalam dekade terakhir Indonesia telah menjadi salah satu destinasi pariwisata di Asia Tenggara dan Dunia. Perkembangan industri pariwisata di Indonesia semakin berkembang di setiap tahunnya terutama di bidang *MICE* (*Meeting, Incentive, Conference, dan Exhibition*). Yaitu *Meeting* adalah sekumpulan orang yang melakukan kegiatan berhubungan dengan pertemuan untuk mengembangkan sumber daya manusia, meningkatkan kerjasama anggota juga mempublikasikan informasi baru. Kesrul(2004:8). *Incentive* adalah suatu apresiasi perusahaan kepada karyawan, distributor, dan juga konsumen. Bentuk apresiasi yang diberikan perusahaan yaitu uang, paket liburan atau barang. Kesrul(2004:8). *Conference* suatu kegiatan yang dilakukan antar negara untuk membahas topik tentang urusan pemerintahan. Kesrul (2004 :7). *Exhibition* adalah suatu acara atau pameran untuk menjadi tempat bertemunya produsen dengan konsumen untuk melakukan transaksi yang diadakan di suatu tempat Kesrul (2004:16). Berdasarkan Kesrul (Indrajaya ,2015) *MICE* sendiri adalah kegiatan yang dilakukan sekelompok orang dengan berbagai tujuan perjalanan kerja dan wisata seperti melakukan pertemuan, incentive, mengikuti seminar dan menghadiri kegiatan pameran yang dilaksanakan oleh pihak tertentu .

Sehingga dalam industri *MICE* dan pariwisata mengalami kenaikan PDB dimana industri lainnya sedang mengalami penurunan. Industri *MICE* dan Pariwisata sendiri di Indonesia mengalami kenaikan yang cukup besar sebagaimana dikatakan Dirjen Pemasaran Kementerian Pariwisata (Indrajaya, 2015). Menurut Data *ICCA*, Indonesia menduduki peringkat ke 43 wisata *MICE* di dunia dan terdapat 78 *meeting* dan pada tahun 2019 ini akan diperkirakan ada 117 *event meeting* dan *conference* yang akan diselenggarakan, 102 *event incentive* dan 130 *event exhibition*. (Ibo, 2016)

Perkembangan *MICE* di Indonesia dapat dibuktikan dengan banyaknya pembangunan destinasi *MICE* di Indonesia. Data menunjukkan (Tempo,2017) destinasi *MICE* di Indonesia terdapat di berbagai kota besar seperti Jakarta, Medan,

Bali, Makassar, dan Surabaya. Di Bali misalnya, terdapat pembangunan *MICE* yang salah satunya di Nusa Dua. *Convention Center* dibangun karena di Bali sendiri banyak menarik perhatian pengunjung dalam negeri maupun luar negeri.

Dalam industri *MICE* tidak hanya memberikan dampak yang menguntungkan pihak perusahaan yang bergerak di bidang tersebut, tetapi perekonomian suatu negara juga meningkat. Dalam melakukan kegiatan *MICE* banyak melibatkan para pelaku bisnis seperti vendor jasa akomodasi, jasa percetakan, konsumsi, sehingga industri *MICE* menguntungkan banyak pihak. Bisnis ini sangat diminati dan semakin berkembang setiap tahunnya, perkembangan yang dapat dilihat juga di dalam perusahaan yang bergerak menyediakan jasa dibidang *Incentive* yang memberikan pelayanan dengan mengelolah suatu kegiatan dari berbagai perusahaan yang diberikan kepada karyawan yang berprestasi sehingga menjalankan suatu proyek sangat diperlukan komunikasi dan kerja sama antar tim yang kuat.

Komunikasi mempunyai peran penting dalam kehidupan, tidak ada suatu komunikasi maka tidak bisa melakukan sesuatu sesuai yang diinginkan. Menurut Widjaja (sebagaimana dikutip dalam Habibie, dan lain-lain) mengatakan bahwa komunikasi adalah kegiatan kontak yang dilakukan antar manusia dalam kelompok maupun individu tanpa disadari komunikasi sudah dilakukan sejak manusia dilahirkan. Kerja sama tim sangat diperlukan dalam suatu organisasi sehingga “Kerja sama tim adalah bukan salah satu permasalahan yang terdapat di suatu organisasi. Penerapan kerjasama tim yang buruk membuat suatu tim sulit untuk mengambil keputusan sehingga akan membuang waktu dan tidak menghasilkan apa-apa“ (Raimo Nurmi,1996). Kerja sama tim saling berhubungan dengan komunikasi sehingga kerjasama tim yang tidak benar akan berdampak juga dengan komunikasi di suatu organisasi .

Dengan melihat kondisi kerja sama di *Orange Incentive House* Panorama JTB terdapat adanya masukan dari karyawan yang tidak di dengar tentang proyek yang dadakan tetapi beberapa detil penunjang untuk keperluan proyek belum selesai di kerjakan karena waktu yang singkat dan bagi karyawan yang baru bergabung kurang pengarahan dari atasan tentang pekerjaan mereka sehingga membuat pegawai baru belajar dengan teman sesama tim. Dengan alasan inilah

sehingga perlu adanya suatu penelitian dengan tujuan dapat mengetahui tentang komunikasi dan kerja sama serta pengaruhnya di *Orange Incentive House*. Sehingga proyek akhir ini diberi judul “**PENGARUH KOMUNIKASI TERHADAP KERJASAMA TIM DI ORANGE INCENTIVE HOUSE PANORAMA**”.

1.2 IDENTIFIKASI MASALAH

Panorama *Tours* yang terkenal menyediakan jasa *tour* dan *travel* dikenal sejak tahun 1998 dan berubah menjadi Panorama JTB. Panorama JTB ini telah banyak mendapatkan beberapa penghargaan dalam memberikan layanan dalam bidang jasa, panorama JTB bergerak di berbagai bisnis jasa seperti *Corporate Travel Management* yang memberikan jasa dengan menjual berbagai *voucher* tiket, hotel, dan melakukan pemesanan tiket. Selain itu, panorama JTB mempunyai bisnis panorama *world* yang menyediakan jasa dan mengatur berbagai perjalanan di luar dan dalam negeri dan membuka cabang di berbagai tempat. Panorama JTB juga menyediakan layanan dalam bidang *incentive* berupa *Orange Incentive House* yang mengelola mulai dari merencanakan suatu perjalanan, mempersiapkan semua kegiatan yang diperlukan, dan melaksanakan suatu kegiatan tersebut.

Permasalahan yang ditemukan seperti, keluhan karyawan yang kurang diperhatikan oleh atasan, dan kurang adanya komunikasi dengan sesama ataupun antar tim di OIH sehingga kerap kali menimbulkan proyek tidak sesuai dengan yang diharapkan bersama. Di dalam identifikasi masalah ini, belum diketahuinya tingkat komunikasi dan kerja sama dalam suatu tim serta pengaruh komunikasi terhadap kerja sama suatu tim di *Orange Incentive House*.

1.3 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan masalah yang ditemukan sehingga dapat ditemukan rumusannya yaitu :

1. Bagaimana nilai komunikasi di *Orange Incentive House*?
2. Bagaimana tingkat kerjasama dalam suatu tim di *Orange Incentive House*?
3. Bagaimana pengaruh komunikasi terhadap kerjasama suatu tim di *Orange Incentive House* ?

1.4 BATASAN PENELITIAN

Batas penelitian akan membahas ruang lingkup sehingga masalah yang akan dikupas tidak terlalu banyak dan hanya berfokus pada masalah yang akan diamati dan masalah yang akan diamati adalah karyawan/i yang masih bekerja di *Orange Incentive House Jakarta*.

1.5 TUJUAN PENELITIAN

Berikut tujuan dari penelitian ini, yakni :

1. Mengetahui nilai komunikasi di *Orange Incentive House*.
2. Mengetahui tingkat kerjasama dalam suatu tim di *Orange Incentive House*
3. Mengetahui pengaruh komunikasi terhadap kerjasama suatu tim di *Orange Incentive House*.

1.6 MANFAAT PENELITIAN

Adanya tujuan tersebut manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Dalam Teoritis

Memberikan referensi untuk para peneliti selanjutnya untuk meneliti pengaruh komunikasi terhadap kerja sama tim sebagai bahan penelitian berikutnya yang menggunakan banyak variabel.

2. Dalam Praktis

Berharap dapat memberikan saran atau masukan kepada perusahaan yang terlibat yaitu *Orange Incentive House* tentang pengaruh komunikasi terhadap kerja sama tim agar lebih baik dalam melaksanakan suatu proyek.

1.7 Sistematika Penulisan

Ada pun yang menjadi sistematika penulisan di dalam penelitian ini seperti:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang munculnya pemikiran mengenai topik yang dibahas, identifikasi masalah yang ada, pembatasan masalah yang akan diteliti, perumusan masalah yang ada, tujuan dalam meneliti topik ini, dan yang terakhir sistematika penulisan proyek akhir.

BAB II: LANDASAN TEORI

Penjelasan dasar pedoman dalam penelitian ini. Selain itu, bab ini juga memiliki tinjauan pustaka serta kerangka pemikiran dalam bentuk strategi dan

pendekatan untuk pemecahan masalah dalam suatu penelitian yang menyajikan hubungan yang terjadi antara konsep atau variabel yang ingin diteliti.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Terdapat metode dan unit analisis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, variabel dan pengukurnya yang digunakan, proses penarikan contoh (*sampling*), proses pengumpulan data, serta waktu dan tempat penulisan.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Tentang semua uraian informasi dan data yang dikumpulkan dan dikaji dengan cara pikir penulis dengan guna memperoleh pemecahan masalah.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Menjawab pertanyaan dari penelitian dan analisa yang sudah dilakukan di bab sebelumnya. Kesimpulan yang ada akan diberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat untuk ke depannya.