
ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI INTERNAL PADA PERUSAHAAN STARTUP HALO JASA DALAM MEMBENTUK BUDAYA ORGANISASI

Regita Rizki Safira
regita22001@mail.unpad.ac.id
Universitas Padjadjaran, Bandung

ABSTRACT

Internal organizational communication can influence organizational culture where this organizational culture is considered to encourage business innovation. Currently, startup development is mushrooming in Indonesia. This rapid development is followed by young people's interest in working in startups considering the work culture is more fluid and flexible than corporate companies. This research aims to analyze the internal communication style in the Halo Jasa company and how this can shape organizational culture and its effectiveness in encouraging business innovation. This research uses a qualitative approach with literature study and observation. The results of this study are that organizational communication in startups tends to be more flexible because the bureaucratic structure is not complicated. Halo Jasa applies a transparent communication style that encourages openness for all employees from various levels of management. Halo Jasa assesses that organizational culture is the identity of a company. A good culture helps companies increase the productivity of their teams, which contributes to the ongoing success of their company. Halo Jasa applies a transparent communication style to encourage openness for all employees, so that it can help create a positive and supportive organizational culture.

Keywords: internal communication style, organization culture, business innovation.

ABSTRAK

Komunikasi internal organisasi dapat memengaruhi budaya organisasi dimana budaya organisasi ini dianggap dapat mendorong inovasi bisnis. Saat ini perkembangan *startup* sangat menjamur di Indonesia. Perkembangan yang pesat ini diikuti dengan ketertarikan anak muda untuk bekerja di *startup* menimbang budaya kerja yang lebih cair dan fleksibel dibanding perusahaan korporasi. Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana gaya komunikasi internal di perusahaan Halo Jasa dan bagaimana hal tersebut dapat membentuk budaya organisasi serta efektivitasnya dalam mendorong inovasi bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi literatur dan observasi. Hasil dari penelitian ini yakni komunikasi organisasi pada *startup* cenderung lebih fleksibel karena struktur birokrasinya tidak rumit. Halo Jasa menerapkan gaya komunikasi transparan yang mendorong keterbukaan bagi seluruh karyawan dari berbagai tingkatan manajemen. Halo Jasa menilai budaya organisasi merupakan identitas sebuah perusahaan. Budaya yang baik membantu perusahaan meningkatkan produktivitas tim mereka, yang berkontribusi terhadap kesuksesan berkelanjutan perusahaan mereka. Halo Jasa menerapkan gaya komunikasi transparan untuk mendorong keterbukaan terhadap seluruh karyawan, sehingga dapat membantu terciptanya budaya organisasi yang positif dan suportif.

Kata kunci: gaya komunikasi internal, budaya organisasi, inovasi bisnis.

PENDAHULUAN

Di era digital yang terus berkembang, *startup* memainkan peran penting dalam inovasi dan pertumbuhan ekonomi. Salah satu aspek krusial yang menentukan keberhasilan sebuah *startup* adalah bagaimana perusa-

haan tersebut membangun dan memelihara komunikasi internal yang efektif. Komunikasi internal tidak hanya sekadar pertukaran informasi, tetapi juga mencakup bagaimana nilai-nilai perusahaan diterjemahkan dalam tindakan sehari-hari karyawan.

Perusahaan *startup* sering menghadapi tantangan unik dalam hal komunikasi internal. Struktur organisasi yang fleksibel dan dinamis, perubahan yang cepat, serta tekanan untuk segera mencapai pertumbuhan dapat menciptakan lingkungan kerja yang penuh tantangan. Dalam konteks ini, Halo Jasa, sebagai salah satu *startup* yang berkembang pesat di Indonesia, telah menempatkan komunikasi internal sebagai salah satu prioritas utama untuk membentuk atmosfer budaya kerja yang produktif dan positif.

Halo Jasa adalah perusahaan yang menyediakan berbagai layanan jasa *on-demand*, seperti layanan pijat, kebersihan, perawatan rumah, dan transportasi. Dalam operasinya, Halo Jasa menghadapi tantangan untuk menjaga koordinasi dan kolaborasi yang efektif di antara tim-tim yang berbeda, terutama karena sifat layanan yang bergerak cepat dan beragam. Oleh karena itu, strategi komunikasi internal yang diterapkan oleh Halo Jasa menjadi menarik untuk dianalisis dalam upaya memahami bagaimana perusahaan ini membentuk dan memelihara budaya kerja yang solid.

Saat ini teknologi sangat cepat berkembang. Perkembangan teknologi yang sangat cepat berdampak kepada maraknya kemunculan perusahaan *startup* baru. Hal ini dikarenakan *startup* sendiri merupakan usaha rintisan yang menggunakan teknologi dalam pengembangannya. Mengutip dari Baskoro (2013), istilah “*startup*” selalu dikaitkan dengan bisnis baru yang produknya memanfaatkan teknologi informasi. Apabila tidak memanfaatkan komponen inovasi data, maka bisnis tersebut bisa dikatakan merupakan Usaha Kecil Menengah (UKM). Maka dari itu *startup* cenderung lebih modern dan memengaruhi budaya kerja yang ada. Menurut beberapa riset dapat ditarik kesimpulan bahwasannya ketertarikan karyawan bekerja di industri *startup* lebih tinggi lantaran budaya perusahaan yang “*cair*”. Budaya di *startup* memungkinkan karyawan bergerak lebih cepat sehingga ada peluang maju untuk lebih cepat. Di perusahaan *startup*, batasan antara atasan dan bawahan begi-

tu tipis, sehingga setiap orang lebih terbuka dalam berkomunikasi dan berinteraksi.

Penelitian ini mengkaji bagaimana strategi komunikasi internal yang diterapkan pada perusahaan *startup* Halo Jasa untuk membangun budaya kerja yang dianggap penting bagi Direktur Utama dari Halo Jasa sendiri, yaitu atmosfer kerja memiliki peran besar bagi organisasi untuk pengembangan sumber daya manusia dan membaca situasi yang sedang terjadi di perusahaan sehingga dapat mendorong inovasi bisnis.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi internal yang diterapkan oleh Halo Jasa, menilai efektivitasnya dalam membentuk budaya kerja perusahaan, dimana budaya kerja suatu perusahaan dapat memberikan rekomendasi untuk perbaikan dan inovasi.

TINJAUAN TEORITIS

Komunikasi

Menurut O'Keefe (2016), komunikasi adalah tindakan penyampaian simbol-simbol dengan tujuan untuk menumbuhkan saling pengertian dan memengaruhi perilaku pada individu atau kelompok. Komunikasi menurut West dan Turner (2017) adalah interaksi sosial yang melibatkan pengiriman, penerimaan, dan pemahaman pesan melalui berbagai saluran komunikasi. Selain itu menurut Mortensen *et al.*, (2007), komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan melalui simbol-simbol yang dipahami kedua belah pihak antar individu atau kelompok.

Komunikasi adalah aspek penting dari kehidupan manusia, karena melibatkan transmisi informasi untuk menciptakan makna, pesan, dan persepsi yang umum. Ini adalah proses pertukaran informasi antara individu melalui perilaku atau tindakan, mencakup semua bentuk interaksi seperti percakapan, persuasi, pengajaran, dan negosiasi. Komunikasi terdiri dari unsur-unsur seperti komunikator, pengirim, penerima, dan *channel*. Ini membutuhkan pemahaman individu, mengekspresikan informasi yang penting, dan menggunakan kata sandi yang

tepat untuk mencapai tujuan komunikator. Komunikasi dapat terganggu oleh hambatan seperti masalah dalam pengembangan pesan, pengiriman, kesulitan dalam menerima, dan interpretasi. Untuk meningkatkan efektivitas komunikasi, individu harus menyadari hambatan-hambatan ini dan meningkatkan komunikasi mereka dalam berbagai kondisi seperti persepsi, akurasi, kredibilitas, kontrol, dan harmoni. Dengan mengatasi hambatan ini, komunikasi menjadi lebih efektif dan efektif dalam mencapai hasil yang diinginkan.

Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi didefinisikan menurut Pace dan Faules (2020) dari dua sudut yang berbeda. Komunikasi organisasi pertama kali didefinisikan sebagai presentasi dan interpretasi pesan antara unit komunikasi yang merupakan bagian dari organisasi tertentu dari sudut pandang tradisional (fungsional dan objektif). Kedua, komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai kegiatan memberikan makna kepada interaksi organisasi dari perspektif interpretatif (subjektif).

Komunikasi organisasi dapat diklasifikasikan sebagai internal atau eksternal tergantung pada siapa yang dimaksudkan untuk menerima pesan. Komunikasi internal adalah komunikasi yang terjadi di dalam perusahaan. Pada dasarnya komunikasi internal di dalam sebuah organisasi, terbagi kedalam tiga bentuk:

Organisasi

Menurut Robbins dan Coulter (2007), organisasi adalah sekelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Menurut Daft (2003), organisasi adalah sistem sosial yang terkoordinasi yang terdiri dari dua orang atau lebih yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Handyaningrat (1981), organisasi adalah suatu sistem kerjasama yang dilakukan secara teratur dan berulang-ulang oleh sekelompok orang untuk mencapai suatu tujuan.

Struktur Organisasi

Struktur organisasi menurut Susanto (2013) adalah kerangka komprehensif untuk mengelola perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan manajemen. "Struktur organisasi adalah sistem tugas, pelaporan, dan hubungan wewenang dimana organisasi melakukan pekerjaannya," Griffin dan Moorhead (2014) menambahkan. Berdasarkan kutipan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa struktur organisasi merupakan suatu sistem tugas, pelaporan, dan hubungan wewenang.

Budaya dan Lingkungan Kerja

Triguno (2003) menyatakan bahwa budaya kerja adalah suatu cara berpikir dalam pandangan hidup sebagai nilai-nilai yang menjadi sifat, kecenderungan dan dorongan utama, yang digali dalam adanya perkumpulan atau perkumpulan daerah setempat, kemudian timbul refleksi. Keluar dari mentalitas menjadi perilaku, keyakinan, keyakinan. Mimpi, pemikiran, kesimpulan dan kegiatan yang diakui sebagai karya atau karya. Selain itu, menurut Mangkunegara (2005), budaya kerja adalah seperangkat asumsi atau sistem keyakinan, nilai, dan norma yang diciptakan dalam suatu organisasi. Asumsi-asumsi tersebut dapat dijadikan landasan perilaku anggota dalam mengatasi permasalahan adaptasi eksternal dan integrasi internal.

Selain itu, Sulaksono (2002) menyatakan bahwa "budaya kerja" mengacu pada "cara kita melakukan sesuatu" atau "sikap dan perilaku karyawan dalam melaksanakan tanggung jawabnya". Akibatnya, harus terdapat perbedaan kerja pada setiap proses atau fungsi kerja, sehingga menimbulkan beragam nilai yang dapat dianut dalam rerangka kerja organisasi. Dari penjelasan mengenai budaya kerja dari beberapa pakar, dapat dikatakan bahwa budaya kerja merupakan kepribadian suatu organisasi. Alasannya adalah budaya perusahaan memiliki kekuatan untuk membentuk suasananya dan bahkan menentukan bagaimana karyawan harus bertindak selama bekerja di sana.

Startup

Pakar Ries (2011) mengatakan bahwa *startup* adalah sekelompok orang yang menciptakan dan menjual produk atau layanan baru dalam dinamika pasar namun tidak dapat menemukan model bisnis yang tepat. Oleh karena itu, para *startup* mempunyai banyak pengetahuan tentang bagaimana menghadapi perubahan kondisi pasar. Hal inilah yang membedakan *startup* dengan bisnis yang sudah mapan. Pada awalnya menurut Kiwe (2017), *startup* tidak lebih dari sebuah badan usaha yang menawarkan jasa dan produk yang pada saat itu sangat dicari dan dibutuhkan oleh banyak orang namun memiliki jangkauan pasar yang terbatas. Begitupun mengutip penulis buku *Startup Playbook*, Kidder (2012) mencirikan *startup* sebagai bisnis lain dengan dorongan unik yang dimulai oleh pionir dengan penekanan pada pengembangan yang tinggi serta memiliki pertaruhan dan keuntungan yang dapat diperkirakan, dan dapat memimpin pasar.

Menyimpulkan dari penjelasan para ahli, *startup* sendiri merupakan usaha merintis yang memiliki inovasi dalam pemecahan masalah yang kreatif dengan mengedepankan teknologi yang digunakan. Diambil dari data situs *Startup Ranking* pada tahun 2018, menempatkan Indonesia sebagai negara dengan *startup* terbanyak nomor 5 di dunia dengan jumlah 2120, sekaligus terbanyak di Asia Tenggara.

Budaya Perusahaan Startup

Budaya perusahaan adalah seperangkat nilai, norma, dan praktik yang membentuk lingkungan kerja dan cara berinteraksi dalam suatu organisasi. Dalam konteks *startup*, budaya perusahaan memiliki peran krusial karena dapat menentukan keberhasilan atau kegagalan perusahaan dalam fase pertumbuhan yang cepat. Nilai-nilai penting dalam membentuk budaya perusahaan mencakup keyakinan, norma, dan asumsi dasar yang dipegang teguh oleh anggota organisasi. Dalam *startup*, nilai-nilai ini sering kali ditanamkan oleh para pendiri dan dapat memengaruhi seluruh aspek operasional, mulai

dari cara pengambilan keputusan hingga interaksi sehari-hari.

Karyawan

Manulang (2002) berpendapat bahwa wakil adalah orang-orang yang menjual jasa, baik pertimbangan maupun tenaga dan mendapatkan penyegaran yang besarnya tidak seluruhnya ditetapkan sebelumnya. Sedangkan menurut Manulang (2002), pegawai adalah penduduk usia kerja. (dewasa 15-64 tahun) atau seluruh penduduk suatu negara jika ada kebutuhan akan tenaga kerja, produksi barang dan jasa, dan jika mereka mempunyai keinginan untuk ikut serta dalam pergerakan, dan selanjutnya mengutip sudut pandang Sedarmayanti, perwakilan merupakan tafsir dari kata eksekusi yang mengandung arti dibuat oleh seorang buruh atau pekerja. Suatu interaksi administrasi dimana hasil pekerjaan harus mempunyai bukti substansial yang juga dapat diperkirakan.

Kinerja Karyawan

Menurut Burhannudin *et al.*, (2019) menyatakan kinerja karyawan adalah "Capaian seseorang atau kelompok dalam satu organisasi dalam merampungkan tugas dan tanggung jawabnya guna mencapai cita-cita organisasi secara sah, tanpa melanggar hukum, serta bermoral dan beretika". Sedangkan mengacu kepada pendapat ahli dari Adhari (2020) mengatakan bahwa kinerja karyawan adalah hasil yang diproduksi oleh fungsi pekerjaan tertentu atau kegiatan-kegiatan pada pekerjaan tertentu selama periode waktu tertentu, yang memperlihatkan kualitas dan kuantitas dari pekerjaan tersebut.

Kerjasama Tim

Menurut Simanjuntak (2018), kesimpulannya adalah kerja tim adalah sekelompok dua orang atau lebih yang bekerja sama untuk mencapai tujuan yang sama, dan kerja sama tim akan lebih memudahkan pencapaian tujuan tersebut dibandingkan bekerja sendiri. Lawasi dan Triatmanto (2017) menyimpulkan bahwa, untuk mencapai tujuan perusahaan dengan hasil yang

lebih baik, kerja tim adalah metode yang paling efisien untuk menyatukan seluruh karyawan.

Kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan definisi yang diberikan oleh sejumlah ahli: "kerja tim" mengacu pada praktik bekerja dalam kelompok dengan lebih dari dua orang untuk mencapai tujuan yang sama. Hal ini juga mengacu pada metode untuk meningkatkan produktivitas karyawan sehingga tidak ada yang terjebak dengan membagi pekerjaan di antara beberapa karyawan.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Metodologi kualitatif dan tinjauan literatur digunakan dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif menurut Moleong (2017) adalah penelitian yang berupaya memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya, secara holistik dan melalui uraian lisan dan tertulis pada suatu hal. konteks alam tertentu dengan menerapkan berbagai metode alami. Zed (2008) menggambarkan perpustakaan atau studi sastra sebagai seperangkat prosedur yang berkaitan dengan teknik pengumpulan informasi dari perpustakaan, membaca dan mencatat, serta mengolah bahan penelitian. Selain itu, strategi observasi dan wawancara digunakan dalam penelitian ini.

Sumber Data

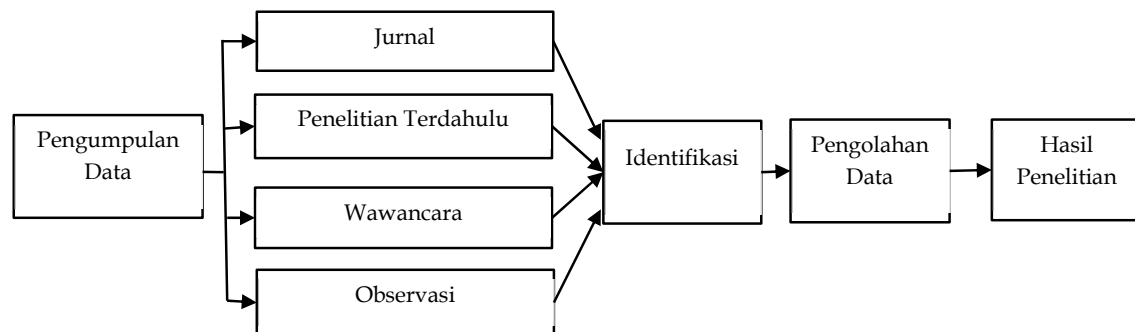
Penelitian ini menjadikan jurnal, studi kasus, dan literatur relevan mengenai stra-

tegi komunikasi internal dan juga analisis budaya kerja. Dasar teori yang kuat untuk menanamkan ide yang berkaitan dengan model manajemen berbasis kepercayaan. Selain itu data juga didapatkan dengan melakukan observasi serta wawancara. Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung di kantor pusat Halo Jasa. Wawancara dan observasi diharapkan dapat membuka wawasan berharga untuk memenuhi kebutuhan penelitian langsung dari perspektif internal perusahaan dan pengamatan langsung praktik komunikasi dan budaya kerja perusahaan Halo Jasa.

Proses Pengumpulan dan Analisis Data

Proses pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data dari jurnal dan penelitian terdahulu sebagai dasar teori dan penguatan argumen. Selain itu juga dilakukan wawancara kepada pihak internal perusahaan mengenai alur komunikasi internal perusahaan dan budaya kerja yang ditanamkan dalam perusahaan sehingga dapat membuka perspektif internal dari perusahaan. Selain itu pengumpulan data juga dilakukan dengan melakukan observasi di lingkungan kerja kantor. Selanjutnya hasil pemahaman dari penelitian terdahulu, wawancara kepada pihak Halo Jasa, dan observasi objek akan diidentifikasi dan diolah datanya untuk memenuhi kebutuhan informasi sesuai dengan penelitian.

Alur penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Sumber: Data peneliti diolah, 2024

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Melalui pendekatan metode campuran yang terdiri dari data kualitatif, studi kepustakaan melalui jurnal dari penelitian terdahulu, wawancara, dan observasi langsung di kantor pusat, memberikan wawasan dan perspektif penting tentang bagaimana strategi komunikasi internal dan budaya kerja terhadap inovasi di dalam perusahaan.

Komunikasi Organisasi Perusahaan

Komunikasi organisasi pada perusahaan *startup* cenderung lebih cair dan santai. Mengingat struktur birokrasi pada sebuah *startup* lebih dinamis dan tidak kompleks, mengakibatkan interaksi antar karyawan sangat fleksibel. Komunikasi vertikal yang pada umumnya harus menyesuaikan hierarki pada korporasi, tidak berlaku pada *startup*. Proses komunikasi bisa terjadi antar jabatan, bahkan tidak menutup kemungkinan adanya interaksi langsung seorang direktur dengan karyawannya.

Halo Jasa sebagai *startup* penyedia layanan jasa *on-demand* di Indonesia memiliki caranya sendiri dalam mengelola komunikasi internal dalam membangun budaya kerja yang produktif dan kolaboratif. Berdasarkan hasil yang didapatkan oleh peneliti, terdapat beberapa cara yang diimplementasikan dalam berkomunikasi. Pertama, komunikasi secara terbuka dan transparan sehingga dapat mencapai lingkungan kerja yang saling percaya antar karyawan. Kedua, menggunakan alat digital sehingga dapat mengoptimalkan efisiensi dan efektivitas komunikasi antar tim tanpa batasan ruang dan waktu.

Halo Jasa menerapkan gaya komunikasi terbuka dan transparan dimana hal ini mendorong adanya keterbukaan bagi seluruh karyawan dari berbagai tingkatan manajemen untuk berbagi ide, informasi, dan masukan tanpa tekanan. Hal ini menciptakan lingkungan yang inklusif dan mendukung kolaborasi. Selain itu komunikasi dari berbagai tingkatan juga memastikan bahwa pandangan dan perspektif kedua belah pihak dipertimbangkan dalam pengambilan

keputusan. Gaya komunikasi yang inklusif dan partisipatif mendorong keterlibatan karyawan dalam proses pengambilan keputusan. Karyawan diberi kesempatan untuk berkontribusi pada diskusi strategis dan operasional, yang meningkatkan rasa memiliki dan komitmen terhadap perusahaan.

Halo Jasa pada praktiknya menggunakan alat komunikasi digital seperti Whatsapp untuk komunikasi sehari-hari, dan Zoom serta *Google Meet* untuk melakukan rapat secara daring. Ketiga, pelaksanaan rapat rutin untuk mengontrol dan mengevaluasi jalan dan arah bisnis. Keempat, evaluasi 360 derajat dimana evaluasi diharapkan dapat memberikan perbaikan di segala aspek dan dilakukan secara menyeluruh, sehingga tidak menutup kemungkinan evaluasi dilakukan dari bawahan ke atasan.

Persepsi Karyawan mengenai Komunikasi Organisasi

Dengan gaya komunikasi yang diterapkan di Halo Jasa, peneliti mendapatkan data dimana keterbukaan dan transparansi komunikasi menghasilkan kepercayaan antar tim. Selain itu setiap karyawan memiliki pemahaman lebih jauh mengenai arah dan tujuan perusahaan, sehingga menumbuhkan rasa memiliki dan tanggung jawab kepada tujuan bisnis.

Komunikasi vertikal yang fleksibel juga meningkatkan kolaborasi tim dan adanya *sense of belonging* setiap karyawan kepada perusahaan karena ikatan yang terjadi tidak hanya dari tuntutan kerja namun juga bersifat ikatan emosional yang dijalin. Dengan adanya evaluasi 360 derajat oleh perusahaan, dapat membantu karyawan berkembang dan tidak menutup kemungkinan evaluasi yang didapat berasal dari bawahan. Dengan demikian, perbaikan dan pengembangan dapat menjadi lebih maksimal.

Karyawan juga menganggap komunikasi yang fleksibel sangat berdampak kepada lingkungan kerja yang positif dan suportif dengan tantangan harus adanya konsistensi dalam menjaga komunikasi.

Budaya Organisasi Halo Jasa

Menurut data yang didapatkan dari tim Binar Academy, dimana didapatkan hasil survei bahwa 70,6% responden memilih bekerja di *startup* dan 29,4% memilih bekerja di korporasi. Salah satu alasan maraknya peminat *startup* terutama di kalangan anak muda adalah karena adanya budaya organisasi yang lebih fleksibel dibanding korporasi. Fleksibilitas *startup* dapat dilihat dari berbagai aspek, mulai dari struktur birokrasi, lokasi kerja, dan jam kerja.

Halo Jasa memiliki lingkungan kerja yang berbeda dibandingkan *startup* kebanyakan. Halo Jasa berasumsi bahwa identitas suatu perusahaan adalah budaya organisasinya. Alasannya adalah budaya perusahaan memiliki kekuatan untuk membentuk suasananya dan bahkan menentukan bagaimana karyawan harus bertindak selama bekerja di sana. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa budaya organisasi suatu perusahaan merupakan perpaduan antara nilai-nilai, kode etik, visi, misi, dan tujuannya.

Halo Jasa meyakini bahwa budaya korporat atau organisasi suatu organisasi sangatlah penting. Alasannya adalah dengan menerapkan budaya ini akan memudahkan bisnis untuk memahami atau menafsirkan keadaan yang muncul dalam organisasi. Dan dengan hal tersebut, perusahaan menjadi lebih mudah mengetahui karakteristik karyawan, mulai dari cara karyawan menyelesaikan pekerjaan, hal yang disukai karyawan, dan apa yang tidak disukai karyawan. Dengan memahami budaya organisasi, strategi bisnis akan menjadi lebih terarah.

Strategi bisnis perlu melibatkan banyak orang agar mencapai kolaborasi dan inovasi yang optimal, dengan ini tujuan perusahaan akan lebih mudah untuk dicapai. Strategi yang diterapkan akan lebih mudah apabila perusahaan sudah mengetahui bagaimana karakteristik karyawan.

Budaya organisasi perusahaan juga menentukan produktivitas kerja tim. Pasalnya, individu-individu yang terlibat dalam sebuah proyek akan semakin mudah bekerja sama ketika mereka berada dalam budaya

perusahaan yang baik. Budaya organisasi juga berperan penting dalam menarik karyawan berbobot dan bibit unggul. Jika perusahaan memiliki budaya yang baik, tentu akan semakin banyak individu berkualitas yang ingin bekerja di perusahaan tersebut, dengan memiliki karyawan unggul sebagai SDM organisasi, perusahaan tentu akan lebih mudah mencapai kesuksesan berkelanjutan seperti yang dicita-citakan.

Persepsi Karyawan terhadap Budaya Kerja Organisasi

Persepsi karyawan terhadap budaya kerja organisasi menjadi pandangan dan pemahaman yang dimiliki oleh para karyawan mengenai nilai dan norma yang tertanam dalam suatu organisasi, dimana hal ini menjadi faktor utama dari loyalitas, kepuasan kerja, dan produktivitas karyawan. Budaya kerja mencakup komunikasi, kerjasama tim, etika kerja, dan penghargaan terhadap inovasi.

Karyawan yang bekerja pada perusahaan Halo Jasa memiliki batasan antara atasan dan bawahan yang sangat tipis. Pada praktiknya C-Level dari perusahaan Halo Jasa ini sendiri pun masih turun ke lapangan untuk mengerjakan pekerjaan bersama dengan manajerial terbawah, yaitu praktisi yang menyediakan jasa untuk konsumen nantinya. Hal ini membuat atmosfer kerja yang ada di perusahaan Halo Jasa menjadi lebih cair. Komunikasi yang fleksibel antar jabatan mendorong evaluasi menyeluruh dan meningkatkan kepercayaan serta rasa keterlibatan seluruh karyawan dari berbagai tingkatan manajerial.

Dalam mendukung kesejahteraan karyawan, Halo Jasa menyediakan tempat tinggal untuk karyawannya, hal ini ditujukan untuk menjunjung tinggi keseimbangan kerja yang etis bagi karyawan. Dengan menjaga keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi, Halo Jasa diharapkan dapat meningkatkan persepsi positif dari karyawan. Selain itu terfokus kepada pekerja tingkatan terbawah, yang mengerahkan jasanya dan berhubungan langsung dengan

konsumen, sangat penting untuk dijaga kualitas pelayanannya agar memberikan *feedback* yang maksimal dari konsumen. Halo Jasa dalam praktiknya memberikan pelatihan dan pengembangan karir bagi karyawannya. Pelatihan ini berupa Pelaksanaan Sertifikasi Kompetensi Kerja (PSKK) oleh Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP). Dengan itu, karyawan cenderung memiliki pandangan positif terhadap budaya kerja apabila mereka diberikan peluang untuk pengembangan karir.

Secara keseluruhan, persepsi karyawan terhadap budaya kerja organisasi sangatlah membantu perusahaan untuk merancang strategi yang lebih efektif dalam menciptakan lingkungan kerja yang mendukung, produktif, dan harmonis. Halo Jasa menganggap bahwa strategi bisnis perlu melibatkan banyak orang, sehingga dapat mencapai inovasi dan kolaborasi dalam pencapaian tujuan.

Budaya Kerja dan Inovasi Bisnis

Budaya kerja dan inovasi bisnis adalah dua aspek yang saling terkait dan saling memperkuat dalam suatu organisasi. Budaya kerja yang baik dapat mendorong inovasi, sementara inovasi yang terus-menerus dapat memperkaya dan memperkuat budaya kerja.

Budaya kerja dapat mendorong inovasi seperti halnya yang terjadi di Halo Jasa. Dimana Halo Jasa menekankan transparansi bagi karyawan untuk berbagi ide dan masukan tanpa tekanan, hal ini mendorong adanya inovasi hasil kontribusi dari karyawan. Selain itu kolaborasi dan kerja tim dari setiap individu dengan berbagai latar belakang dan keahlian, dapat mengoptimalkan solusi kreatif terhadap tantangan dan membuah ide-ide baru. Halo Jasa juga mendukung kesejahteraan karyawan dengan memberikan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan, salah satunya adalah tempat tinggal. Menyediakan fasilitas yang diperlukan dapat meningkatkan motivasi karyawan sehingga dapat mendorong karyawan untuk berpartisipasi dalam upaya inovatif.

Begitu juga dengan inovasi yang sebaliknya dapat memperkuat budaya kerja. Halo Jasa dalam inovasi bisnis memerlukan pembelajaran terus-menerus dan pengembangan keterampilan baru, dengan kebiasaan-kebiasaan dalam mencapai inovasi itulah, budaya kerja dapat terbentuk. Selain itu, inovasi mengharuskan perusahaan untuk fleksibel dan cepat beradaptasi dengan perubahan, hal ini mendorong budaya kerja yang mendukung adaptabilitas dengan tetap mempertimbangkan persaingan di pasar. Selanjutnya inovasi juga merupakan hasil dari pengembangan berkelanjutan, hal ini menekankan bahwa budaya kerja yang ditanamkan harus dengan perasaan tidak pernah puas dan selalu belajar untuk menjadi lebih baik.

Budaya kerja yang positif dan inovatif adalah fondasi penting bagi keberhasilan jangka panjang sebuah organisasi. Dengan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung keterbukaan, kolaborasi, pemberdayaan, dan penghargaan, perusahaan dapat mendorong inovasi yang berkelanjutan. Sebaliknya, dengan terus menerapkan inovasi, perusahaan dapat memperkuat budaya kerja yang adaptif, dinamis, dan berfokus pada keunggulan. Keduanya bersama-sama membentuk siklus positif yang meningkatkan produktivitas, kepuasan karyawan, dan daya saing perusahaan di pasar.

SIMPULAN DAN SARAN

Komunikasi organisasi pada *startup* cenderung lebih fleksibel karena struktur birokrasinya tidak rumit. Halo Jasa menerapkan gaya komunikasi transparan yang mendorong keterbukaan bagi seluruh karyawan dari berbagai tingkatan manajemen. Gaya komunikasi terbuka ini, menghasilkan kepercayaan antar tim dan rasa memiliki. Karyawan juga menilai bahwa komunikasi yang fleksibel berdampak besar pada lingkungan kerja yang positif dan mendukung.

Halo Jasa menilai budaya organisasi merupakan identitas sebuah perusahaan. Budaya yang baik membantu perusahaan meningkatkan produktivitas tim mereka,

yang berkontribusi terhadap kesuksesan berkelanjutan perusahaan mereka. Di Halo Jasa, batasan antara atasan dan bawahan sangat tipis. C-Level turun langsung ke lapangan, menciptakan suasana kerja yang fleksibel. Halo Jasa meyakini strategi bisnis yang melibatkan banyak orang akan mencapai inovasi yang optimal.

Budaya organisasi membantu perusahaan untuk memahami situasi internal dan karakteristik karyawannya, sehingga dapat membantu perusahaan untuk mengoptimalkan inovasi bisnisnya.

Halo Jasa menerapkan gaya komunikasi transparan untuk mendorong keterbukaan terhadap seluruh karyawan, sehingga dapat membantu terciptanya budaya organisasi yang positif dan suportif. Budaya ini membantu kolaborasi dan strategi bisnis menjadi lebih fokus sehingga inovasi bisnis dapat lebih optimal.

Dari penelitian, terdapat beberapa saran yang bisa diberikan penulis yaitu (1) Mempertahankan dan mengembangkan gaya komunikasi terbuka. (2) Terus mendorong transparansi dan keterbukaan dalam komunikasi. (3) Memperkuat budaya organisasi yang positif. (4) Melanjutkan dan memperkuat budaya organisasi yang mendukung dan inklusif. (5) Fokus pada inovasi bisnis. (6) Mengoptimalkan strategi bisnis yang melibatkan banyak pihak. (7) Mendorong kolaborasi antar departemen dan memastikan setiap ide dan inovasi didengar dan dipertimbangkan. (8) Secara rutin memonitor dan mengevaluasi budaya kerja untuk memastikan bahwa komunikasi dan kolaborasi tetap efektif. (9) Fasilitas lingkungan kerja yang positif. (10) Menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan mendukung, baik dari segi fisik maupun psikologis.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah penelitian ini hanya dilakukan pada satu jenis *startup* sehingga tidak bisa dibandingkan dengan *startup* di bidang lainnya. Kondisi tersebut dikarenakan keterbatasan waktu, biaya dan sumber daya peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, I. Z. (2020). *Optimalisasi Kinerja Karyawan Menggunakan Pendekatan Knowledge Management & Motivasi Kerja*. Pasuruan: Qiara Media.
- Baskoro, L. (2013). *It's My Startup*. Solo: Metagraf.
- Burhannudin, B., Zainul, M., dan Harlie, M. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja, Lingkungan Kerja, dan Komitmen Organisasional terhadap Kinerja Karyawan: Studi pada Rumah Sakit Islam Banjarmasin. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 8(2), 191-206.
- Daft, R. L. (2003). *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, R. W., dan Moorhead, G. (2014). *Organizational Behavior: Managing People and Organizations*. Eleventh Edition. Cengage: South Western.
- Handayani, S. (1981). *Pengantar Studi Ilmu Administrasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kidder, D. (2012). *The Startup Playbook: Secrets of the Fastest-Growing Startups from Their Founding Entrepreneurs*. California: Chronicle Books.
- Kiwe, L. (2017). *Jatuh Bangun Bos-Bos Startup*. Yogyakarta: Checklist.
- Lawasi, E. S., dan Triatmanto, B. (2017). Pengaruh Komunikasi, Motivasi dan Kerjasama Tim terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (JMDK)*, 5(1), 47-57.
- Mangkunegara, A. A. P. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Manulang. (2002). *Manajemen Tenaga Kerja dan Hubungan Kerja*. Bandung: Pioner Jaya.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mortensen, M., Woolley, A. W., dan O'Leary, M. (2007). Conditions Enabling Effective Multiple Team Membership. In *Virtuality and Virtualization: Proceedings of the International Federation of Information*

Processing Working Groups 8.2 on Information Systems and Organizations and 9.5 on Virtuality and Society, July 29–31, 2007, Portland, Oregon, USA (pp. 215-228). Boston, MA: Springer US.

O’Keefe, D. J. (2016). *Persuasion: Theory and Research* (3rd ed). Illinois: Sage Publications.