

Peningkatan Efektivitas Komunikasi Internal sebagai Strategi Penguatan Kinerja Tim melalui Program Pelatihan Internal Organisasi di Perusahaan Sektor Jasa

Fresa Dwi Januar Sofalina

Universitas Paramadina

**Corresponding author*

E-mail: fresa.sofalina@paramadina.ac.id*

Article History:

Received: Feb, 2026

Revised: Feb, 2026

Accepted: Feb, 2026

Abstract: Komunikasi internal yang efektif memiliki peran penting dalam memperkuat kinerja tim, khususnya pada perusahaan jasa yang sangat bergantung pada koordinasi dan kualitas pelayanan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi internal sebagai strategi penguatan kinerja tim melalui program pelatihan internal organisasi. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dengan desain intervensi pre-test dan post-test. Tahapan kegiatan meliputi analisis kebutuhan, penyusunan modul pelatihan, pelaksanaan workshop interaktif, serta evaluasi dan monitoring. Materi pelatihan mencakup prinsip komunikasi organisasi, teknik mendengarkan aktif, mekanisme umpan balik, koordinasi lintas divisi, serta manajemen konflik. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman peserta terkait komunikasi efektif, yang ditunjukkan melalui kenaikan skor rata-rata post-test dibandingkan pre-test. Selain itu, terjadi perubahan positif dalam praktik komunikasi sehari-hari, seperti pelaksanaan briefing yang lebih terstruktur, peningkatan keterbukaan, serta koordinasi yang lebih efektif antarunit kerja. Indikator kinerja tim, termasuk produktivitas, ketepatan waktu penyelesaian tugas, kerja sama, dan kemampuan penyelesaian konflik, juga mengalami peningkatan. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan komunikasi internal dapat menjadi strategi manajerial yang efektif dan berkelanjutan dalam memperkuat sinergi tim serta meningkatkan kualitas layanan pada perusahaan jasa.

Keywords:

Komunikasi Internal, Kinerja Tim, Perusahaan Jasa, Pelatihan Organisasi, Pelatihan Internal

Pendahuluan

Komunikasi internal merupakan elemen fundamental dalam keberhasilan sebuah organisasi, terutama pada perusahaan jasa yang sangat bergantung pada kualitas interaksi manusia (Hendriati, Sufa, Telaumbanua, & Uhai, 2024). Berbeda

dengan perusahaan manufaktur yang menitikberatkan pada proses produksi barang, perusahaan jasa menjadikan pelayanan, responsivitas, dan pengalaman pelanggan sebagai inti dari keunggulan kompetitifnya. Dalam konteks ini, komunikasi internal yang efektif menjadi prasyarat utama untuk memastikan bahwa setiap anggota tim memahami standar layanan, prosedur operasional, serta nilai-nilai perusahaan yang harus tercermin dalam setiap interaksi dengan pelanggan. Tanpa komunikasi yang baik, kualitas layanan dapat menurun, koordinasi antarunit menjadi terhambat, dan citra perusahaan berpotensi terdampak secara negative (Mayasari, Suhara, Marlita, Widowati, & Damiyana, 2024).

Dalam lingkungan perusahaan jasa, arus informasi berlangsung secara dinamis dan cepat. Informasi mengenai kebutuhan pelanggan, perubahan jadwal, keluhan, hingga pembaruan kebijakan harus tersampaikan secara akurat dan tepat waktu kepada seluruh pihak terkait. Ketidaktepatan komunikasi dapat menyebabkan kesalahan pelayanan, duplikasi pekerjaan, keterlambatan respons, bahkan konflik internal antarbagian (Emmanuel, Zhao, Egala, Mammet, & Godson, 2022). Oleh karena itu, efektivitas komunikasi internal tidak hanya memengaruhi hubungan antarpegawai, tetapi juga berdampak langsung pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Secara teoretis, komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui saluran tertentu untuk menghasilkan efek tertentu. Model komunikasi klasik yang diperkenalkan oleh Harold Lasswell melalui rumusan *"who says what in which channel to whom with what effect"* menegaskan pentingnya kejelasan pesan, media komunikasi yang tepat, serta dampak yang dihasilkan dari proses tersebut (Khaq, Subroto, & Susanto, 2024). Dalam konteks perusahaan jasa, pesan yang tidak jelas atau media komunikasi yang tidak efektif dapat menimbulkan kesalahpahaman yang berujung pada penurunan kualitas layanan.

Pendekatan komunikasi organisasi yang dikembangkan oleh Karl Weick menekankan konsep sensemaking, yaitu bagaimana anggota organisasi membangun makna bersama melalui proses interaksi yang berkelanjutan. Pada perusahaan jasa, sensemaking sangat penting karena pegawai sering kali menghadapi situasi yang memerlukan interpretasi cepat terhadap kebutuhan pelanggan. Apabila komunikasi internal berjalan efektif, maka pemahaman bersama mengenai standar pelayanan dan prosedur kerja akan terbentuk dengan kuat, sehingga keputusan yang diambil di lapangan tetap selaras dengan visi dan kebijakan Perusahaan (Perović, 2023).

Berbagai perusahaan jasa masih menghadapi tantangan dalam pengelolaan komunikasi internal. Permasalahan yang umum terjadi antara lain kurangnya koordinasi antar unit layanan, instruksi kerja yang tidak terdokumentasi dengan baik, minimnya forum komunikasi formal, serta rendahnya budaya umpan balik dua arah (Altarawneh & Al-Adaileh, 2023). Dalam beberapa kasus, informasi strategis hanya beredar pada level manajemen tertentu dan tidak tersampaikan secara menyeluruh kepada staf operasional yang berhadapan langsung dengan pelanggan. Kondisi ini dapat menyebabkan ketidaksinkronan tindakan, inkonsistensi layanan, serta menurunnya efektivitas kerja tim (Rumyantseva, Krotenko, & Zhernakova, 2019).

Kinerja tim dalam perusahaan jasa sangat ditentukan oleh kualitas kolaborasi dan koordinasi antar anggota. Setiap bagian, baik front office, administrasi, maupun manajemen, memiliki peran yang saling berkaitan dalam menciptakan layanan yang prima. Apabila terjadi hambatan komunikasi, maka alur kerja menjadi terputus dan produktivitas menurun. Tim yang tidak memiliki kejelasan informasi cenderung bekerja secara parsial dan kurang terintegrasi. Sebaliknya, tim dengan komunikasi yang terbuka dan terstruktur mampu menyelesaikan tugas secara lebih cepat, mengurangi konflik, serta meningkatkan kualitas hasil kerja.

Dalam upaya mengatasi permasalahan tersebut, salah satu strategi yang relevan adalah penyelenggaraan program pelatihan internal organisasi yang berfokus pada peningkatan efektivitas komunikasi. Pelatihan ini dirancang untuk memperkuat kompetensi komunikasi interpersonal, meningkatkan kemampuan mendengarkan aktif, membangun keterampilan penyampaian pesan yang jelas dan persuasif, serta menumbuhkan budaya feedback yang konstruktif. Bagi perusahaan jasa, pelatihan komunikasi internal juga dapat mencakup simulasi penanganan keluhan pelanggan, koordinasi lintas divisi, serta pengelolaan konflik dalam tim layanan.

Metode

A. Pendekatan dan Desain Kegiatan

Kegiatan ini menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif dengan desain intervensi pelatihan (training intervention design). Pendekatan partisipatif dipilih karena menempatkan perusahaan jasa mitra sebagai subjek aktif dalam proses identifikasi masalah, perumusan solusi, hingga evaluasi hasil kegiatan. Sementara itu, desain intervensi digunakan untuk mengukur perubahan sebelum dan sesudah pelaksanaan pelatihan komunikasi internal.

Secara operasional, kegiatan ini menggunakan model pre-test dan post-test one

group design, yaitu mengukur tingkat efektivitas komunikasi internal dan kinerja tim sebelum pelatihan (pre-test) dan setelah pelatihan (post-test). Desain ini memungkinkan tim pengabdian untuk mengevaluasi dampak langsung dari program pelatihan terhadap perubahan pemahaman, sikap, dan perilaku komunikasi peserta.

B. Lokasi dan Subjek Kegiatan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada sebuah perusahaan jasa yang bergerak di bidang pelayanan pelanggan. Subjek kegiatan adalah karyawan dan staf operasional yang terlibat dalam aktivitas layanan dan koordinasi internal perusahaan. Peserta pelatihan terdiri dari:

1. Manajer atau supervisor tim
2. Staf administrasi
3. Staf operasional/frontliner
4. Bagian pendukung lainnya yang terlibat dalam alur pelayanan

Pemilihan peserta dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan kebutuhan organisasi dan rekomendasi manajemen perusahaan mitra, terutama pada unit kerja yang mengalami hambatan komunikasi dan koordinasi tim.

C. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan program pelatihan komunikasi internal dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis sebagai berikut:

1. Tahap Analisis Kebutuhan
2. Tahap Perancangan Modul Pelatihan
3. Tahap Pelaksanaan Pelatihan
4. Tahap Evaluasi dan Monitoring

Hasil

Pelaksanaan program pelatihan komunikasi internal pada perusahaan jasa mitra menunjukkan hasil yang positif baik dari aspek peningkatan pemahaman peserta maupun perubahan perilaku komunikasi dalam tim kerja. Hasil kegiatan ini disajikan berdasarkan evaluasi kuantitatif (pre-test dan post-test) serta temuan kualitatif dari observasi dan diskusi reflektif bersama manajemen dan peserta pelatihan.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan

A. Hasil Analisis Pre-Test dan Post-Test

Evaluasi awal (pre-test) menunjukkan bahwa tingkat pemahaman peserta terhadap konsep komunikasi internal yang efektif masih berada pada kategori sedang. Rata-rata skor awal peserta berada pada kisaran 3,12 dari skala 5. Beberapa indikator yang memperoleh skor rendah meliputi kualitas umpan balik, keterbukaan komunikasi lintas divisi, serta kejelasan penyampaian instruksi kerja. Setelah pelaksanaan pelatihan, hasil post-test menunjukkan peningkatan signifikan dengan rata-rata skor meningkat menjadi 4,18. Peningkatan ini mencerminkan adanya perbaikan pemahaman dan kesadaran peserta mengenai pentingnya komunikasi yang terstruktur dan dua arah dalam mendukung efektivitas kerja tim.

Peningkatan tertinggi terjadi pada indikator: (1) kejelasan penyampaian informasi, (2) kemampuan memberikan dan menerima umpan balik, dan (3) koordinasi lintas divisi. Rata-rata peningkatan skor mencapai 33,9%, yang menunjukkan bahwa intervensi pelatihan memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kompetensi komunikasi peserta.

B. Perubahan Perilaku Komunikasi dalam Tim

Selain peningkatan pemahaman konseptual, hasil observasi selama dua minggu pasca pelatihan menunjukkan adanya perubahan perilaku komunikasi di lingkungan kerja perusahaan jasa mitra. Beberapa perubahan yang teridentifikasi antara lain:

1. Peningkatan frekuensi briefing rutin sebelum operasional dimulai
2. Adanya forum diskusi internal untuk membahas kendala pelayanan
3. Peningkatan budaya umpan balik antaranggota tim
4. Penggunaan media komunikasi internal yang lebih terstruktur

Karyawan mulai menunjukkan sikap lebih terbuka dalam menyampaikan pendapat dan kendala kerja. Hal ini berdampak pada percepatan penyelesaian masalah operasional yang sebelumnya sering tertunda akibat miskomunikasi.

C. Dampak terhadap Kinerja Tim

Evaluasi terhadap indikator kinerja tim menunjukkan adanya peningkatan yang konsisten setelah pelatihan dilaksanakan. Berdasarkan kuesioner persepsi kinerja, rata-rata skor meningkat dari 3,25 menjadi 4,10. Manajemen perusahaan jasa mitra juga melaporkan bahwa koordinasi antarunit layanan menjadi lebih efektif, terutama dalam penanganan keluhan pelanggan. Informasi yang sebelumnya sering terhambat kini dapat tersampaikan dengan lebih cepat dan jelas, sehingga respons terhadap pelanggan menjadi lebih optimal.



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan

Diskusi

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan komunikasi internal merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan kinerja tim pada perusahaan jasa. Temuan ini sejalan dengan teori komunikasi organisasi yang menyatakan bahwa komunikasi yang jelas, terbuka, dan dua arah mampu memperkuat sinergi tim serta meningkatkan produktivitas kerja. Dalam konteks perusahaan jasa, kualitas komunikasi internal memiliki keterkaitan langsung dengan kualitas layanan eksternal. Ketika alur informasi berjalan lancar, maka setiap anggota tim mampu menjalankan tugasnya dengan pemahaman yang sama mengenai standar pelayanan dan prosedur operasional. Hal ini mengurangi potensi kesalahan layanan dan meningkatkan konsistensi pelayanan kepada pelanggan.

Selain itu, metode pelatihan yang bersifat partisipatif seperti role play dan simulasi pelayanan terbukti efektif dalam membangun kesadaran praktis peserta. Peserta tidak hanya memahami konsep komunikasi secara teoritis, tetapi juga mampu mempraktikkannya dalam situasi kerja yang nyata. Pendekatan ini memperkuat internalisasi nilai komunikasi efektif dalam budaya organisasi.

Selain dampak terhadap kinerja operasional, kegiatan ini juga memberikan dampak non-teknis berupa peningkatan rasa kebersamaan dan kepercayaan antaranggota tim. Lingkungan kerja menjadi lebih kondusif karena adanya budaya komunikasi terbuka dan saling menghargai. Karyawan merasa lebih dihargai karena memiliki ruang untuk menyampaikan aspirasi dan masukan. Kondisi ini mendorong peningkatan motivasi kerja serta komitmen terhadap organisasi. Dalam jangka panjang, budaya komunikasi yang sehat berpotensi memperkuat keberlanjutan kinerja perusahaan jasa mitra.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa:

1. Terjadi peningkatan signifikan pada pemahaman komunikasi internal setelah pelatihan.
2. Terdapat perubahan perilaku komunikasi yang lebih terbuka dan terstruktur.
3. Kinerja tim mengalami peningkatan terutama pada aspek koordinasi dan ketepatan waktu.
4. Budaya organisasi menjadi lebih kolaboratif dan partisipatif.

Program pelatihan komunikasi internal terbukti efektif sebagai strategi penguatan kinerja tim pada perusahaan jasa mitra. Intervensi ini tidak hanya

meningkatkan kompetensi individu, tetapi juga memperbaiki sistem komunikasi organisasi secara menyeluruh.

Kesimpulan

Program pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan komunikasi internal pada perusahaan jasa mitra terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman, kualitas interaksi kerja, serta kinerja tim secara keseluruhan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada aspek kejelasan informasi, keterbukaan komunikasi, kualitas umpan balik, dan koordinasi lintas divisi yang berdampak langsung pada peningkatan produktivitas, ketepatan waktu penyelesaian tugas, serta kemampuan tim dalam menyelesaikan konflik. Selain memperkuat aspek teknis operasional, pelatihan ini juga mendorong terbentuknya budaya komunikasi yang lebih kolaboratif dan partisipatif dalam organisasi. Peningkatan efektivitas komunikasi internal melalui program pelatihan internal organisasi dapat menjadi strategi manajerial yang berkelanjutan dalam memperkuat sinergi tim dan mendukung peningkatan kualitas layanan pada perusahaan jasa.

Daftar Referensi

- Gilbert, J. R., Smith, J. D., Johnson, R. S., Anderson, A., Plath, S., Martin, G., . . . White, N. (2014). *Choosing a title* (2nd ed.). New York, NY: Unnamed Publishing.
- McGill, I., Glenn, J. K., & Brockbank, A. (2014). *The action learning handbook: Powerful techniques for education, professional development and training*. New York, NY: Routledge Falmer.
- The bluebook: A uniform system of citation* (18th ed.). (2015). Cambridge, MA: Harvard Law Review Association.
- Yuksel, I. (2015). The role of renewables in meeting Turkey's energy demand. *Energy Sources Part A: Recovery, Utilization & Environmental Effects*, 31, 1915-1925. doi:10.1080/15567030802462911
- Gibson, T. M., & Kirkwood, P. E. (2014). A purchase-on-demand pilot project at the University of Arkansas, for the Proceedings of the Materials Research Society Symposiums. *Journal of Interlibrary Loan, Document Delivery, & Electronic Reserve*, 19(1), 47-56. doi:10.1080/10723030802533853