

LITERATURE REVIEW: COMMUNICATION MANAGEMENT STRATEGIES IN IMPROVING HUMAN RESOURCE COMPETENCIES IN ROAD EQUIPMENT CONSTRUCTION SERVICES COMPANIES

LITERATURE REVIEW: STRATEGI MANAJEMEN KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA PADA PERUSAHAAN JASA KONSTRUKSI PERLENGKAPAN JALAN

Ekos Koswara

echost1618@gmail.com

Mahasiswa Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Winaya Mukti

Abstract

The need for road equipment that must be met by the government as a legal obligation for the safety of road users is very large. This requires work partners who have superior and competitive human resources to create road equipment that has guaranteed quality. To answer these challenges, road equipment companies must prepare and improve the quality of human resources with effective strategies. One of them is to increase resource competency through a comprehensive communication management strategy approach, namely building open communication between company management and its employees. Road equipment companies must realize the importance of improving the quality of human resources as an effort to realize the company's own goals in order to provide satisfaction to the government as provider of work providing road equipment.

Keywords: *Communication Management Strategy, HR Competency, Construction Services*

Abstrak

Kebutuhan sarana perlengkapan jalan yang harus dipenuhi oleh pemerintah sebagai kewajiban atas perintah undang-undang terhadap keselamatan pengguna jalan sangat banyak jumlahnya. Hal ini dibutuhkan mitra kerja yang memiliki sumber daya manusia yang unggul dan kompetitif guna mewujudkan sarana perlengkapan jalan yang memiliki jaminan kualitas. Untuk menjawab tantangan tersebut pihak perusahaan perlengkapan jalan harus mempersiapkan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan strategi-strategi yang efektif. Salah satu diantaranya untuk meningkatkan kompetensi sumberdaya melalui pendekatan strategi manajemen komunikasi yang komprehensif yaitu membangun komunikasi terbuka antara manajemen perusahaan dengan karwayannya. Perusahaan-perusahaan perlengkapan jalan harus menyadari pentingnya peningkatan kualitas sumber daya manusia sebagai upaya mewujudkan tujuan perusahaan itu sendiri agar dapat memberikan kepuasan kepada pemerintah sebagai pemberi pekerjaan penyediaan sarana perlengkapan jalan.

Kata kunci : *Strategi Manajemen Komunikasi, Kompetensi SDM, Jasa Konstruksi*

PENDAHULUAN

Perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang perlengkapan jalan saat ini cukup banyak jumlahnya seiring dengan kebutuhan penyediaan sarana perlengkapan jalan yang tiap tahunnya bertambah. Baik untuk sarana perlengkapan jalan yang baru maupun untuk perbaikan-perbaikan berupa rambu lalu lintas, alat penerangan jalan umum, traffic light, marka jalan dan pagar pengaman jalan. Menurut data yang tercatat disitus portal data Direktorat Jenderal Perhubungan Darat Kementrian Perhubungan dalam kurun waktu 2017-2021 berjumlah 8.851 perusahaan yang telah memiliki tanda daftar badan usaha.

Dalam memenuhi kebutuhan tersebut dibutuhkan SDM-SDM yang unggul dan kompetitif pada perusahaan-perusahaan perlengkapan jalan. Tentunya untuk menjawab hal tersebut diperlukan strategi-strategi efektif yang dapat membantu tercapainya tujuan organisasi atau perusahaan itu sendiri. Diantaranya dengan focus peningkatan kompetensi sumber daya manusia sebagai langkah yang tepat dapat memberikan dampak positif pada perusahaan dalam pencapaian tujuan organisasinya. Membangun hubungan atau interaksi yang baik dan

harmonis antara pimpinan dan bawahan atau pegawai pada setiap tingkatan jabatan menjadi kunci organisasi dalam keberhasilan tercapainya sebuah tujuan.

Maka disinilah peran komunikasi dalam suatu organisasi menjadi sangat penting, karena akan membantu terjalinnya hubungan yang baik antar sesama anggota dalam mencapai tujuan organisasi. Selain itu peran komunikasi dalam organisasi atau perusahaan akan memberikan dampak pada peningkatan motivasi kerja terhadap para karyawan dengan sendirinya dapat meningkatkan kompetensi kerja.

Motivasi-motivasi yang dilakukan secara persuasif untuk meningkatkan kompetensi bagi karyawan oleh pihak manajemen perusahaan sangat penting diberikan. Dengan cara tersebut para karyawan akan terdorong untuk melakukan proses belajar dalam meningkatkan kemampuannya. Komunikasi yang baik antara pihak manajemen dan karyawan dalam rangka mewujudkan visi organisasi sangat bergantung pada cara yang dilakukannya. Nantinya diharapkan mendapat umpan balik yang positif.

Perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang perlengkapan jalan tentunya dapat memberikan kesempatan-kesempatan bagi karyawannya untuk mengembangkan dirinya agar dapat meningkatkan kompetensinya. Dengan cara tersebut tentunya dapat memberikan kontribusi yang positif dari karyawannya terhadap kinerja perusahaan itu sendiri. Cara-cara komunikasi yang dilakukan pihak manajemen diperlukan strategi manajemen komunikasi yang efektif untuk memberikan stimulus terhadap para karyawannya dalam meningkatkan kompetensinya.

Strategi komunikasi dipahami sebagai aktifitas yang dilakukan komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan dengan tujuan tertentu, dengan media apa, pesan yang bagaimana dan efek yang akan dicapai, yang akhirnya apa yang diinginkan sesuai dengan tujuannya (Mudjiono, 2007:126). Pihak manajemen sebagai komunikator dan karyawan sebagai komunikan, keduanya harus memiliki pemahaman yang baik terhadap tujuan organisasi atau perusahaan sehingga dapat melakukan proses interaksi keduanya dapat berjalan secara baik.

Dalam mengelola karyawan sebagai sumber daya manusia sangat penting bagi keberlangsungan sebuah organisasi atau perusahaan diperlukan strategi yang baik. Kompetensinya harus ditingkatkan guna mendukung kinerja organisasi dalam mewujudkan tujuan-tujuan yang hendak dicapai. Terlebih bagi perusahaan yang bergerak dibidang perlengkapan jalan harus mampu memberikan kualitas mutu pekerjaan yang diberikan oleh pihak lain salah satunya pemerintah.

Teknologi dibidang perlengkapan jalan terus berkembang seiring dengan tuntutan kebutuhan yang diminta oleh pihak pemerintah. Salah satunya dengan penerapan teknologi *smart system* pada alat penerangan jalan umum di beberapa wilayah yang ada di Jawa Barat khususnya. Tentunya dengan berkembangnya teknologi pada bidang perlengkapan jalan sebagai inovasi dibutuhkan sumber daya manusia yang handal. Hal tersebut merupakan tantangan dan peluang bagi perusahaan perlengkapan jalan untuk meningkatkan kemampuan para karyawannya sebagai ujung tombak dalam melaksanakan pekerjaan-pekerjaan yang didapatkannya.

Dari persoalan tersebut dapat dirumuskan berbagai permasalahan yang terjadi pada perusahaan perlengkapan jalan dalam upaya meningkatkan kompetensi para karyawannya atau sumber daya manusia yang dimilikinya. Tentunya hal tersebut yang akan dibahas pada artikel ini, dengan merumuskan permasalahan diantaranya, sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi manajemen komunikasi dalam meningkatkan kompetensi Sumber Daya Manusia pada perusahaan perlengkapan jalan?
2. Seberapa besar peran manajemen komunikasi berpengaruh terhadap meningkatnya kompetensi Sumber Daya Manusia pada perusahaan perlengkapan jalan?

Istilah komunikasi diambil dari bahasa latin yaitu *communication* dengan kata sipat *communis*, artinya bersifat umum dan terbuka dan kata kerjanya *communicare*, artinya bermusyawarah, berunding atau berdialog. (Yusup Zainal Abidin. 2021). Menurut Carld. Hoveland, komunikasi adalah proses ketika seorang individu (komunikator) mentransmisi stimuli (menggunakan lambang-lambang bahasa) untuk mengubah tingkah laku individu (komunikan) yang lain. Dengan kata lain komunikasi bukan hanya penyampaian pesan tapi mengubah tingkal laku orang lain. Mengirimkan pesan maksudnya adalah proses ketika pesan dipindahkan dari pengirim ke orang lain atau dari suatu tempat ke tempat lain. Pesan dikirimkan melalui bahasa, baik verbal maupun non verbal. Istilah pemakaian informasi menunjuk peranan informasi dalam mempengaruhi tiggkah laku manusia baik secara individu, kelompok mauoun masyarakat. Tujuan komunikasi menurutnya adalah mempengaruhi tingkah laku orang lain. (Yusup Zainal Abidin. 2021)

Proses komunikasi yang melibatkan antara dua orang atau lebih baik secara langsung maupun tidak lagsung, satu sama lain harus memiliki kemampuan yang baik dalam memahami sebuah pesan. Pertukaran informasi yang terjadi dalam pelaksanaan komunikasi bias dilakukan menggunakan saluran media ataupun tidak, hal ini tergantung pada situasi dan kondisi yang ada.

Menurut Michael Kaye (2021), manajemen komunikasi adalah cara individu atau manusia mengelola proses komunikasi melalui penyusunan kerangka makna dalam berbagai lingkup komunikasi dengan mengoptimalisasi sumber daya komunikasi dan teknologi yang ada. Secara umum definisi manajemen komunikasi adalah proses pengelolaan sumber daya komunikasi yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas pertukan pesan yang terjadi dalam berbagai konteks komunikasi. Pada hakikatnya tujuan manajemen komunikasi adalah untuk menjalin hubungan atau interaksi yang baik dan harmonis agar saling memahami satu sama lain dan pesan yang disampaikan dapat diterima secara baik dan memiliki dampak pada perilaku.

Dalam kontek organisasi, komunikasi bertujuan untuk mempererat hubungan, baiak hubungan atasan dengan bawahan, bawahan dengan atasan atau dengan sesame untuk mempermudah dalam menjalankan suatu rencana, misi atau memecahkan masalah. Karena komunikasi berperan penting dalam kehidupan manusia, tanpa komunikasi kita tidak akan dapat mengembangkan ide yang dimiliki. (Muhamad Busro. 2020:212). Untuk tercapainya komunikasi yang efektif tentu tidak akan mudah dilakukan sebelum memperhatikan prinsip-prinsip komunikasi yang harus dipahami diantaranya adalah *respect, empathy, audible, clarity* dan *humble* (Yusup Zainal Abidin. 2021:136). Model Manajemen Komunikasi menurut Michael Kaye dalam bukunya, *Communication in Management*, membuat model komunikasi boneka Mataouscha yang membagi pada empat lapisan yaitu *Self, Interpersonal, System dan Competence*.

Strategi dalam komunikasi adalah cara mengatur pelaksanaan operasi komunikasi agar berhasil sehingga diperlukan tujuan komunikasi, media yang paling tepat digunakan dan tingkat efektivitasnya. Hakikatnya strategi komunikasi adalah perencanaan dan menejemen untuk mencapai suatu tujuan. Selain itu juga harus mampu menunjukkan oprsionalnya secar praktis artinya pendekatan yang digunakan dapat berbeda-beda tergantung pada situasi dan kondisi. (Yusup Zainal Abidin. 2021:215). Menurut R Wayne Pace, Brent D Peterson dan M Dallas Burnett bahwa tujuan centrak strategi komunikasi terdiri dari tiga bagian yaitu :

1. *To secure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti dengan pesan yang diterimanya
2. *To establish acceptance*, ketika komunikan telah mengerti dan menerima, penerima itu harus dibina
3. *To motivate action*, memotivasi

Dengan demikian strategi komunikasi merupakan keseluruhan perencanaan, taktik dan cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan seluruh aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam menyusun strategi komunikasi harus memperhatikan factor-faktor pendukung dan penghambat secara keseluruhan pada situasi dan kondisi, pemilihan media dan tujuan pesan komunikasi. Menurut Quin, agar suatu strategi komunikasi dapat efektif dilaksanakan dalam sebuah program harus mencakup beberapa hal, antara lain objektif, inisiatif, konsentrasi, fleksibilitas kepemimpinan yang memiliki komitmen dan terkoordinasi.

METODE

Pendekatan kualitatif dengan metode *library research* dan *literatur review* digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini digunakan jurnal ilmiah nasional dan internasional sebagai sumber. Penggunaan jurnal ilmiah sebagai sumber yang merupakan data sekunder merupakan ciri dari *literature review*. *Literature review* sering terkait sumber bacaan yang topik dan bahasanya sesuai dengan yang akan diteliti (Ridwan, Ulum, & Muhammad, 2021).

Penelitian ini akan digunakan jurnal ilmiah nasional dan internasional yang membahas mengenai strategi manajemen komunikasi dalam meningkatkan kompetensi sumber daya manusia. Selanjutnya dari data jurnal tersebut akan dijabarkan secara relevan mengenai kondisi yang ada agar hasil dari penelitian dapat dipahami oleh pembaca. Setelah sumber didapat, lalu akan dilakukan analisis data secara deskriptif. Analisis deskriptif ialah penjabaran hasil penelitian berdasarkan fakta dengan cara pandang tertentu saat melakukan penelitian.

PEMBAHASAN

1. Strategi Komunikasi Persuasif Terhadap Karyawan Perusahaan

Komunikasi mungkin kata yang paling penting di manajemen, merupakan komponen motivasi. System komunikasi organisasi menentukan apakah strategi dapat di implementasikan dengan sukses. (David, Fred. David Forest R. 2016:88). Proses manajemen strategi akan lebih mudah ketika bahwan didorong untuk mendiskusikan keawatiran, mengungkapkan permasalahan, membuat rekomendasi dan saran.

Keterlibatan karyawan pada perusahaan perengkapan jalan dalam proses komunikasi dengan pihak manajemen merupakan bagian yang sangat penting untuk mengembangkan potensi dirinya. Tentunya hal ini diperlukan sikap terbuka dari pihak manajemen atau pimpinan perusahaan untuk memberikan kesempatan menyampaikan permasalahan-permasalahan yang dihadapinya.

Budaya Organisasi yang sehat membangun semangat kompetisi dan kerjasama sama baiknya antar orang, bidang, dan antar organisasi dalam mengelola, membangun dan memajukan organisasi dimana kita berkarya dengan memberikan sumbangsih kinerja terbaik baik secara perseorangan maupun secara kelompok. Kinerja Organisasi harus dinyatakan sebagai tanggungjawab dan prestasi bersama pengurus, staff dan anggota organisasi sebagai satu kesatuan keluarga organisasi (Abdilah kurniawan dkk: 2023).

Dalam upaya meningkatkan kompetensi para karyawan sebagai sumber daya manusia yang sangat penting bagi perusahaan, pimpinan atau manajemen harus mampu mempengaruhinya dengan pendekatan komunikasi persuasif. Pemimpin yang baik menentukan hubungan dengan bawahan, berempati dengan kebutuhan dan keawatiran mereka, membuat contoh yang baik, dapat dipercaya dan adil. Sun Tzu menyatakan: Kepemimpinan yang lemah dapat merusak strategi yang baik. Menurut hasil penelitian bahwa perilaku demokratis pada pemimpin menghasilkan perilaku yang lebih positif

terhadap perubahan dan produktivitas yang lebih tinggi dibandingkan perilaku yang autokritik.

Dengan hal tersebut untuk mempengaruhi karyawan baik dari aspek sikap, pemikiran dan perilaku, pimpinan harus memiliki sikap yang terbuka. Dengan kemampuan komunikasi persuasif yang dilakukan manajemen atau pimpinan dapat memberikan dampak terhadap para bawasanya. Sebab efek dari komunikasi persuasif yaitu terjadinya suatu perubahan pada diri komunikan atau sasaran setelah menerima pesan lewat suatu proses komunikasi. Perubahan aspek sikap, pendapat maupun perilaku dalam diri sasaran merupakan tujuan utama proses komunikasi persuasif.

Komunikasi persuasif memiliki ciri-ciri berikut :

- a. Memakai kata-kata yang bersifat membujuk atau mengajak.
- b. Disertai bukti atau fakta kuat untuk mempengaruhi orang lain.
- c. Tidak memaksakan pendapat kepada orang lain guna menghindari konflik.
- d. Memanfaatkan kata-kata yang membuat orang lain tertarik, antusias, hingga terprovokasi.

Dengan kemampuan pemahaman prinsip komunikasi REACH (*respect, empathy, audible, clarity* dan *humble*) diharapkan para pimpinan atau manajemen perusahaan dapat menerapkan dalam kebijakannya masing-masing dalam rangka memberikan kesempatan dan peluang terhadap karyawannya untuk meningkatkan kompetensinya. Dukungan yang diberikan oleh pihak pimpinan atau manajemen akan membantu para karyawan termotivasi secara positif.

2. Peran Manajemen Komunikasi Terhadap Peningkatan Kompetensi

Untuk memahami peran manajemen komunikasi terlebih dulu harus mengerti fungsi-fungsi komunikasi dan manajemen itu sendiri. Pada prinsipnya manajemen adalah serangkaian proses pengelolaan sesuatu yang dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengendalian dan evaluasi dalam mewujudkan tujuan-tujuan tertentu. Atau menurut para ahli bahwa manajemen adalah perpaduan ilmu dan seni mengelola tujuan organisasi (Yusup Zainal Abidin. 2021:215).

Sementara dalam konteks organisasi fungsi komunikasi terbagi pada empat bagian, diantaranya:

- a. Fungsi *Informatif*
Organisasi dipandang sebagai system pemrosesan informasi yang kemudian disampikan kepada seluruh anggotanya atau menejemennya untuk dilaksanakan, baik untuk membuat kebijakan ataupun mengatasi konplik.
- b. Fungsi *regulative*
Berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam lingkungan organisasi untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya. Dalam hal ini pimpinan atau manejemmen memiliki fungsi untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan.
- c. Fungsi *persuasive*
Dalam hal ini pimpinan berperan penting dalam memengaruhi karyawannya untuk melakukan suatu pekerjaan tanpa harus memberi perintah. Dalam mengatur organisasi kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai yang diharapkan.
- d. Fungsi *integrative*
Penyediaan *sarana* saluran komunikasi yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaannya dengan baik. Saluran itu berupa komunikasi formal dalam bentuk penerbitan khusus dan laporan kemajuan organisasi. Dan

saluran komunikasi informal yaitu perbincangan antarpribadi dalam situasi yang rilek seperti pada saat jam istirahat, olah raga atau rekreasi.

Untuk meningkatkan kemampuan (*ability*) para karyawan atau anggota organisasi diperlukan manajemen atau pimpinan yang memiliki kepedulian tinggi terhadap karyawannya. Hal ini dapat diwujudkan dengan komitmen manajemen dalam memberikan kesempatan untuk mengembangkan atau meningkatkan kemampuannya dengan memberikan motivasi-motivasi yang positif atau dengan proses komunikasi persuasive yang konstruktif. Terlebih dalam perusahaan bidang perlengkapan jalan mendorong para karyawannya untuk meningkatkan kemampuannya sangat penting karena menyangkut keselamatan para pengguna jalan. Salah satunya dengan memotivasi dan memberikan kesempatan dalam mengikuti berbagai bentuk pelatihan-pelatihan.

Peningkatan kemampuan dari para karyawan tidak terlepas dari pendidikan formal dan informal, berupa pelatihan- pelatihan yang berkaitan dengan tugas para karyawan tersebut. (Manane, Taolin, Babulu, 2022). Peningkatan kemampuan karyawan dapat di dorong melalui motivasi baik internal maupun eksternal motivasi internal lahir dari dalam diri karyawan tersebut, sedangkan motivasi eksternal berupa pujian terhadap prestasi karyawan, pemberian tambahan insentif, memberikan kesempatan kepada karyawan untuk berinovasi dalam bekerja (Manane, 2020).

Menurut Gibson, dalam Jurnal Warta Edisi : 55 Januari 2018, kemampuan adalah sifat lahir dan dipelajari yang memungkinkan seseorang dapat menyelesaikan pekerjaannya. Adapun apa yang harus dimiliki oleh seseorang dalam menghadapi pekerjaannya menurut Mitzberg seperti yang dikutip Gibson, ada empat kemampuan (kualitas atau skills) yang harus dimiliki oleh seseorang dalam menjalankan tugas-tugasnya sebagai berikut:

- a. Keterampilan teknis, adalah kemampuan untuk menggunakan alat-alat, prosedur dan teknik suatu bidang khusus.
- b. Keterampilan manusia, adalah kemampuan untuk bekerja dengan orang lain, memahami orang lain, memotivasi orang lain, baik sebagai perorangan maupun sebagai kelompok.
- c. Keterampilan konseptual, adalah kemampuan mental untuk mengkoordinasikan, dan memadukan semua kepentingan serta kegiatan organisasi.
- d. Keterampilan manajemen, adalah seluruh kemampuan yang berkaitan dengan perencanaan, pengorganisasian, penyusunan kepegawaian dan pengawasan, termasuk didalamnya kemampuan mengikuti kebijaksanaan, melaksanakan program dengan anggaran terbatas.

Selanjutnya Menurut Atmosudirdjo, kemampuan adalah sebagai sesuatu hal yang perlu dimiliki oleh setiap individu dalam suatu organisasi. Kemampuan tersebut terdiri atas tiga jenis kemampuan (*abilities*) yaitu kemampuan sosial, kemampuan teknik dan kemampuan manajerial.

SIMPULAN

Strategi SDM adalah sebuah kebijakan pengelolaan karyawan yang diintegrasikan dengan strategi organisasi dan digunakan untuk mendorong budaya organisasi agar karyawan memiliki nilai dan sumber keunggulan bersaing. Tidak dapat dipungkiri bahwa sumber daya manusia memegang peranan penting dalam mencapai tujuan organisasi dan menjadi pusat perhatian pimpinan organisasi untuk diarahkan menjadi sumber daya manusia unggul. Strategi dalam komunikasi adalah cara mengatur pelaksanaan operasi komunikasi agar berhasil sehingga diperlukan tujuan komunikasi, media yang paling tepat digunakan dan tingkat

efektivitasnya. Hakikatnya strategi komunikasi adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan.

Dalam upaya meningkatkan kompetensi para karyawan sebagai sumber daya manusia yang sangat penting bagi perusahaan, pimpinan atau manajemen harus mampu mempengaruhinya dengan pendekatan komunikasi persuasif. Pemimpin yang baik menentukan hubungan dengan bawahan, berempati dengan kebutuhan dan kekhawatiran mereka, membuat contoh yang baik, dapat dipercaya dan adil. Untuk meningkatkan kemampuan (*ability*) para karyawan atau anggota organisasi diperlukan manajemen atau pimpinan yang memiliki kepedulian tinggi terhadap karyawannya. Hal ini dapat diwujudkan dengan komitmen manajemen dalam memberikan kesempatan untuk mengembangkan atau meningkatkan kemampuannya dengan memberikan motivasi yang positif atau dengan proses komunikasi persuasif yang konstruktif. Terlebih dalam perusahaan bidang perlengkapan jalan mendorong para karyawannya untuk meningkatkan kemampuannya sangat penting karena menyangkut keselamatan para pengguna jalan. Salah satunya dengan memotivasi dan memberikan kesempatan dalam mengikuti berbagai bentuk pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilah kurniawan, L., Aziz, S., & Huda, N. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Organisasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 1(2), 337–340. <https://doi.org/10.58290/jmbo.v1i2.71>
- Abidin, Yusup Zainal. 2015. *Manajemen Komunikasi, Filosofi, Konsep dan Aplikasi*. Bandung. Pustaka Setia
- Abu Bakar Sidik, H., & Aziz, S. (2022). Pengaruh Fasilitas Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan: (Studi Pada PT Karunia Berlian Makmur). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 1(2), 72–79. <https://doi.org/10.58290/jmbo.v1i2.16>
- Amirullah. 2015. *Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja*. Jakarta. Mitra Wacana Media
- Aziz, S., & Suswardji, E. (2020). Analisis Optimalisasi Kinerja Karyawan Melalui Digitalisasi Bisnis Dengan Budaya Organisasi Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia (Perum Peruri) Direktorat Sdm Dan Umum. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 23 - 28. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.132>
- Busro, Muhammad. 2020. *Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta, Kencana
- Fauziah Nur Simamora : *Jurnal Warta Edisi* : 55 Januari 2018 | ISSN : 1829 – 7463
- Fitrianti, R., Rahayu, R., & Habibi, N. (2023). Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Terhadap Pengembangan Kelompok Tani (Mekar) Di Desa Palesanggar Kecamatan Pegantenan. *Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(2), 129 - 135. <https://doi.org/10.32938/ie.v5i2.4567>
- David, Fred. David Forest R. 2016. *Manajemen Startegik, Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing* Jakarta. Salemba Empat.
- Maulana, Sayarif. 2015. *Filsafat Komunikasi, Dari Socrates hingga Budhisme Zen*. Bandung. Publika Edu Media
- Masykuri, A., & Sasana, H. (2023). *The Impact Of Culture Environment To Human Resources Management Implementation In Sepodo Tobacco Shop*. *Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(1), 26 - 36. <https://doi.org/10.32938/ie.v5i1.3956>
- Manane, Desmon Redikson; Taolin, Maximus L. ;Babulu, N.L. (2022) 'THE INFLUENCE OF LABOR , CAPITAL , AND MANAGEMENT ON THE PRODUCTIVITY OF IMKM ASSISTED BY THE DINAS PERINDUSTRIAN', 11(03), pp. 686–691.
- Manane, D.R. (2020) THE EFFECTS OF JOB MOTIVATION , THE COMPETENCE OF HUMAN RESOURCES , THE DISCIPLINE OF LABOR FOR EMPLOYEE ' S

PERFORMANCE IN OFFICIAL P3A TTU DISTRICT Desmon Redikson Manane
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor iE : Jurnal Inspirasi', 2(1), pp. 1–14.

Ridwan Sani. 2022. *Monograf Komunikasi Efektif Dan Hasil Belajar*. Medan. Media Sains Indonesia

Ridwan, M., Ulum, B., & Muhammad, F. (2021). Pentingnya Penerapan Literature Review pada Penelitian Ilmiah. *Jurnal Masohi*, 02(1), 42–51.

https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fjournal.unisba.ac.id%2Findex.php%2Fmediator%2Farticle%2Fdownload%2F3267%2Fpdf&psig=AOvVaw1QN9g2auFRfWMtaoommCNx&ust=1695997048039000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBEQjRxqFwoTCMD32b6_zYEDFQAAAAAdAAAAABAJ

https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fslideplayer.info%2Fslide%2F2800710%2F&psig=AOvVaw0SSgE2upIghUk52LFqQ_VU&ust=1695514086159000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBAQjRxqFwoTClIJ_ai4v4EDFQAAAAAdAAAAABAg