



PENGENALAN BAHASA ISYARAT INDONESIA PADA KARYAWAN DI PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA, TBK BRANCH MAKASSAR

Nurul Istiqamah Syamsuddin¹ | Nurfitriany Fakhri¹ | Muh Nur Hidayat Nurdin¹ | Irdianti¹ | Sahril Buchori²

¹Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Makassar, Makassar, Indonesia

²Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Makassar, Makassar, Indonesia

Abstract: *Communication is the exchange of information between individuals so that they can easily interact in conveying messages and receiving messages. However, it is different from employees who have limited speaking and hearing. Deaf employees communicate using sign language. Based on the results of observations it was found that deaf employees are still difficult to convey their intent and purpose when interacting due to lack of employee understanding of the use of sign language. The purpose of holding Indonesian sign language learning activities is to improve employee knowledge about the importance of learning the sign language in an inclusive work environment. This activity also aims to strengthen the relationship between employees and deaf employees. The qualitative description explains that there is a significant influence on employees after the socialization of Indonesian sign language introduction to employees at PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Branch Makassar. This is based on the results of observations and interviews conducted by the dedication team that the socialization activity provides positive benefits and impacts on interactions between employees and deaf employees in the company.*

Keywords: *Disability, Deaf, Inclusive Company*

Abstrak: Komunikasi merupakan pertukaran informasi antar individu sehingga dapat berinteraksi dengan mudah dalam menyampaikan pesan dan menerima pesan. Namun, berbeda dengan karyawan yang memiliki keterbatasan berbicara dan pada pendengarannya. Karyawan tunarungu berkomunikasi dengan menggunakan bahasa isyarat. Berdasarkan hasil observasi ditemukan bahwa karyawan tunarungu masih kesulitan dalam menyampaikan maksud dan tujuannya saat berinteraksi dikarenakan kurangnya pemahaman karyawan terhadap penggunaan bahasa isyarat. Tujuan dari diadakannya kegiatan belajar bahasa isyarat Indonesia adalah untuk meningkatkan pengetahuan karyawan mengenai pentingnya belajar bahasa isyarat di lingkungan kerja yang berbasis inklusif. Kegiatan ini juga bertujuan untuk mempererat hubungan antara karyawan dengan karyawan tunarungu. Deskripsi kualitatif menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terjadi pada karyawan setelah dilakukan kegiatan sosialisasi pengenalan bahasa isyarat Indonesia pada karyawan di PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk branch Makassar. Hal ini berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan tim pengabdian bahwa kegiatan sosialisasi memberikan manfaat dan dampak positif bagi interaksi antara karyawan dan karyawan tunarungu di lingkungan perusahaan.

Kata kunci: Disabilitas, Tunarungu, Perusahaan Inklusif

A. PENDAHULUAN

Motivasi merupakan motif, dorongan, atau tenaga yang menggerakkan individu untuk berbuat sesuatu atau bertingkah laku untuk tujuan tertentu dengan penuh kesadaran, kegairahan, dan bertanggungjawab (Suseno & Sugiyanto, 2010). Menurut Robbins (1998) motivasi kerja merupakan kesediaan seorang karyawan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan organisasi yang didasarkan oleh kemampuan upaya itu dalam memenuhi beberapa kebutuhan individual. Motivasi kerja berperan penting dalam membuat setiap karyawan mau bekerja keras dan antusias. Motivasi akan memberikan inspirasi, dorongan, semangat kerja bagi karyawan sehingga terjalin hubungan kerja yang baik antara karyawan dan pimpinan sehingga tujuan organisasi dapat tercapai (Zakaria et al., 2018). Karyawan yang bersemangat melakukan pekerjaannya akan menjadi karyawan yang aktif, produktif dan kreatif untuk mencapai hasil kerja yang maksimal (Andriani & Widiawati, 2017).

Karyawan dengan motivasi kerja yang tinggi cenderung mendorong dirinya untuk bekerja lebih keras baik dalam suasana normal maupun darurat sehingga berakibat pada tercapainya kerja, lebih menyukai persaingan berat dengan jerih payahnya dibandingkan memperoleh pujian yang sifatnya umum. Mereka merasa puas saat melakukan hal sulit sehingga tidak mudah disogok, suka mencari uang tetapi tidak suka membelanjakannya, memiliki mental suka bertarung dan gigih, pemikiran yang berorientasi kedepan dengan pertimbangan yang logis dalam mengambil keputusan, menggunakan segala potensi diri secara efektif. Selain itu, mereka mampu menangani rintangan secara tepat tanpa mengabaikannya, senang terhadap hal-hal yang praktis dan berani, saat menemukan pekerjaan membutuhkan bantuan, ia lebih senang memilih orang-orang yang enerjik, selalu melakukan penyempurnaan untuk mencapai suatu yang terbaik, serta apabila terdapat pekerjaan yang tidak selesai akan menjadi beban pikirannya (Hardianto, 2015). Adapun aspek-aspek motivasi kerja menurut Herzberg yaitu tantangan pekerjaan itu sendiri, prestasi, kemungkinan untuk berkembang, tanggungjawab, kemajuan dalam jabatan, dan pengakuan (Suseno & Sugiyanto, 2010).

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi motivasi kerja karyawan antara lain rasa aman saat melakukan pekerjaan, memperoleh gaji yang adil dan kompetitif, berada dalam lingkungan kerja yang menyenangkan, mendapat penghargaan atas prestasi kerja dan perlakuan yang adil dari perusahaan (Maloringan et al., 2018). Apabila karyawan memiliki motivasi kerja yang rendah mereka akan cenderung bersikap apatis dan tidak percaya diri, menyepelekan tanggung jawab yang diamanahkan perusahaan kepadanya, bekerja tanpa rencana dan tujuan yang jelas, ragu-ragu ketika mengambil keputusan; setiap tindakan tidak terarah dan menyimpang dari tujuan (Yusuf, 2014). Kuat lemahnya motivasi kerja seseorang akan ikut menentukan besar kecil kinerja karyawan (Tucunan et al., 2014).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada karyawan PT Mandala Multifinance Tbk ditemukan bahwa permasalahan yang sering terjadi pada karyawan adalah penurunan motivasi pada tim sales. Penurunan motivasi disebabkan oleh seringnya sales mendapat tolakan aplikasi dari konsumen. Rutinitas pekerjaan sales yang hampir sama setiap hari juga menimbulkan rasa bosan. Selain itu komunikasi yang tidak efektif antar sesama karyawan dan atasan seringkali menimbulkan kesalahpahaman yang akhirnya menimbulkan konflik. Dengan demikian peneliti memutuskan membuat seminar motivasi yang bertemakan pada *communication* dan *achievement oriented culture*. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan motivasi pada tim sales PT Mandala Multifinance Tbk cabang Makassar 1, Makassar 2, dan Makassar 3.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Prakoso & Putri, 2017) mengemukakan bahwa komunikasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi kerja. Penelitian yang dilakukan oleh (Haryati & Kesumadewi, 2015) menunjukkan adanya pengaruh antara komunikasi dengan motivasi karyawan. Penelitian yang dilakukan oleh

Milkovich dan Newman pada tahun 2008 menunjukkan adanya pengaruh *achievement oriented culture* terhadap penurunan motivasi kerja karyawan (Merkardjono, 2014).

B. METODE YANG DIGUNAKAN

Kegiatan seminar motivasi dengan tema “*Communication and Oriented Culture*” yang dilaksanakan pada 3 Juni 2023 yang diikuti oleh 38 peserta dari tim sales Makassar 1, Makassar 2, dan Makassar 3 telah melewati beberapa tahapan. Tahap awal yang dilakukan yaitu analisis kebutuhan. Analisis kebutuhan merupakan pengumpulan semua informasi yang sistematis untuk mendapatkan data yang valid (Sari, 2019). Analisis kebutuhan yang dilakukan berupa pengumpulan data, observasi dan wawancara seputar permasalahan pada karyawan PT Mandala Multifinance Tbk.

Setelah dilakukan analisis kebutuhan dengan proses wawancara ditarik kesimpulan bahwa permasalahan yang muncul pada karyawan PT Mandala Multifinance Tbk yaitu menurunnya motivasi khususnya pada tim sales. Seminar yang dilakukan sebagai solusi pertemuan pembelajaran secara langsung mendapatkan pengetahuan ilmiah dan informasi mengenai permasalahan yang akan dibahas. Seminar juga dapat menjadi wadah karyawan untuk meningkatkan motivasi kerjanya. Oleh karena itu seminar dipilih menjadi intervensi untuk permasalahan tersebut.

Seminar adalah suatu pertemuan yang bersifat massal atau diikuti oleh banyak orang yang membahas suatu pendapat berdasarkan topik kajian melibatkan proses diskusi dan memberikan solusi yang ilmiah (Durahman & Noer, 2019). Materi yang disajikan pada seminar motivasi dengan tema “*Communication and Oriented Culture*” meliputi pengertian komunikasi, tujuan seminar, praktek praktek komunikasi, demotivator, dan tips & trik meningkatkan motivasi. Seminar yang dilakukan dengan metode ceramah dan tanya jawab. Adapun untuk pengambilan data menggunakan *pre-post test* dengan menggunakan skala motivasi untuk mengukur motivasi dari tim sales Makassar 1,2 dan 3 sebelum dan sesudah dilaksanakannya seminar. Skala yang digunakan dalam *pre-post test* adalah skala motivasi kerja yang diadaptasi dari 21 aitem skala motivasi (Suseno, 2019).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah peserta yang hadir dalam seminar motivasi dengan tema “*Communication and Achievement Oriented Culture*” yaitu sebanyak 38 peserta dari tim sales Makassar 1, Makassar 2, dan Makassar 3. Peserta yang hadir kemudian mengisi pre-post test. Data pre-post test yang telah didapatkan kemudian diolah menggunakan *SPSS 24* sehingga mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Data Empirik *Pre-Post Test*

	<i>Descriptive Statistics</i>				
	<i>N</i>	<i>Min.</i>	<i>Max.</i>	<i>Mean</i>	<i>SD</i>
Pre test	38	51	98	81,6053	13,1324
Post test	38	58	100	84,7368	12,2268

Berdasarkan tabel 1, diketahui bahwa data empirik pre-test skor terendah yaitu 51, skor tertinggi yaitu 98, skor rata-rata yaitu 81,6053, dan standar deviasi yaitu 13,1324. Sedangkan untuk data empirik post-test skor terendah yaitu 58, skor tertinggi yaitu 100, skor rata-rata yaitu 84,7368, dan standar deviasi yaitu 12,2268.

Berdasarkan tabel 2, diketahui bahwa dari 38 peserta *pre test* seminar terdapat 3 orang dengan persentase 7,9% memiliki motivasi kerja dengan kategori rendah, 10 orang dengan persentase 26,30% memiliki motivasi kerja dengan kategori sedang, 12 orang dengan persentase 31,60% memiliki motivasi kerja dengan kategori tinggi, dan 13 orang dengan persentase 34,20% memiliki motivasi kerja dengan kategori sangat tinggi. Sedangkan dari 38 peserta *post test* seminar terdapat 3 orang dengan persentase 7,90% memiliki motivasi kerja dengan kategori sedang, 12 orang dengan persentase 31,60% memiliki motivasi kerja dengan kategori tinggi, dan 23 orang dengan persentase 60,50% memiliki motivasi kerja dengan kategori sangat tinggi.

Tabel 2. Kategorisasi Data Pre-Post Test

Kategori	Kriteria	Pre Test	%	Post Test	%
Sangat Rendah	$X \leq 37,8$	-	-	-	-
Rendah	$37,8 < X \leq 54,6$	3	7,90	-	-
Sedang	$54,6 < X \leq 71,4$	10	26,30	3	7,90
Tinggi	$71,4 < X \leq 88,2$	12	31,60	12	31,60
Sangat Tinggi	$X > 88,2$	13	34,20	23	60,50
Total		38	100,00	38	100,00



Gambar 1. Pelaksanaan Seminar

Hasil analisis data menunjukkan bahwa terjadi peningkatan antara rata-rata skor *pre test* dan *post test* yaitu dari 81,6053 menjadi 84,7368. Sebelum mengikuti seminar terdapat 3 orang yang memiliki skor dengan kategori rendah kemudian berubah menjadi 0 orang setelah mengikuti seminar, 10 orang yang memiliki skor dengan kategori sedang kemudian berubah menjadi 3 orang setelah mengikuti seminar, 12 orang yang memiliki skor dengan kategori tinggi kemudian tetap menjadi 12 orang setelah mengikuti seminar, dan 13 orang yang memiliki skor dengan kategori sangat tinggi kemudian berubah menjadi 23 orang setelah mengikuti seminar. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat peningkatan motivasi sebelum dan sesudah mengikuti seminar. Hal ini berarti bahwa seminar motivasi dengan tema “*Communication and Achievement Oriented Culture*” yang dilaksanakan dapat meningkatkan motivasi tim sales PT Mandala Multifinance Tbk cabang Makassar 1, Makassar 2, dan Makassar 3.

D. KESIMPULAN

Seminar motivasi dengan tema “*Communication and Achievement Oriented Culture*” dihadiri oleh 38 peserta dari tim sales PT Mandala Multifinance Tbk cabang Makassar 1, Makassar 2, dan Makassar 3. Dari hasil pengukuran yang telah dilakukan rata-rata *pre test* peserta seminar yaitu 81,6053 sedangkan nilai rata-rata *post test* peserta seminar yaitu 84,7368. Sebelum mengikuti seminar. Terdapat 3 orang yang memiliki skor dengan kategori rendah kemudian berubah menjadi 0 orang setelah mengikuti seminar, 10 orang yang memiliki skor dengan kategori sedang kemudian berubah menjadi 3 orang setelah mengikuti seminar, 12 orang yang memiliki skor dengan kategori tinggi kemudian tetap menjadi 12 orang setelah mengikuti seminar, dan 13 orang yang memiliki skor dengan kategori sangat tinggi kemudian berubah menjadi 23 orang setelah mengikuti seminar. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat peningkatan motivasi sebelum dan sesudah mengikuti seminar. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk mengundang lebih banyak tim sales mengingat antusiasme dari tim sales tinggi dalam mengikuti seminar.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, M., & Widiawati, K. (2017). Penerapan motivasi karyawan menurut teori dua faktor frederick hezerberg pada pt. aristika kreasi mandiri. *Jurnal Administrasi Kantor*, 5(1), 83–98.
- Durahman, N., Noer, Z. M., & Hidayat, A. (2019). Aplikasi seminar Online (Webinar) untuk Pembinaan Wirausaha Baru. *Jurnal Manajemen Informatika (JUMIKA)*, 6(2)
- Hardianto. (2015). Kontribusi motivasi berprestasi dan gaya kepemimpinan terhadap kinerja dosen FKIP UPP. *Jurnal Ilmiah Edu Research*, 4(1), 43–52.
- Haryati, E., & Kesumadewi, L. (2015). Pengaruh komunikasi terhadap motivasi kerja karyawan pada pt swasti tunggal mandiri medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 4(1), 86–99.
- Maloringan, E., Lumolos, J., & Kasenda, V. (2018). Motivasi kerja aparatur sipil negara dalam pelaksanaan tugas dan fungsi di kecamatan tabukan selatan tenggara kabupaten kepulauan sangihe. *Eksekutif: Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan*, 1(1).
- Moerkardjono, S. R. (2014). Achievement oriented culture: the effective performance assessment system. *NOETIC Psychology*, 4(2), 197–204.
- Prakoso, T., & Putri, Y. R. (2017). Pengaruh komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan kantor wilayah kementerian hukum dan ham jawa barat. *Proceeding of Management*, 4(2), 2117–2124.
- Robbins, Stephen P. 1998. *Perilaku Organisasi*. Jakarta : Prenhallindo.
- Sari, R. K. (2019). Analisis kebutuhan pembelajaran bahasa inggris pada mahasiswa kelas karyawan. *SAP (Susunan Artikel Pendidikan)*, 4(1), 38–45.
- Suseno, M. N., & Sugiyanto. (2010). Pengaruh Dukungan Sosial dan Kepemimpinan Transformasional Terhadap Komitmen Organisasi dengan Mediator Motivasi Kerja Islam, Universitas Sunan, Negeri Yogyakarta, Kalijaga Psikologi, Fakultas Gadjah, Universitas. *Jurnal Psikologi*, 37(1), 94–109.
- Tucunan, R. J. A., Supartha, W. G., & Riana, I. G. (2014). Pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap motivasi dan kinerja karyawan (studi kasus pada pt. pandawa). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayaana*, 03(09), 533–550.
- Yusuf, A. E. (2014). Dampak motivasi terhadap peningkatan kinerja individu. *Humaniora*, 5(1), 494–500.
- Zakaria, M. R., Sampeadi, & Prasetyaningtyas, S. (2018). Peranan motivasi kerja, lingkungan kerja, dan pengalaman kerja terhadap kinerja karyawan dinas pendapatan daerah

kabupaten Jember. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(1), 194–199.