



Analisis Faktor-Faktor Penyebab Hambatan Komunikasi CV. Multirasa Citra Nusantara dalam Penjualan Produk *Frozen Food*

Mahfuzah Khairina¹, Sarwani²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin

Surel: mahfuzahkhairina570@gmail.com

Abstrak. Proses pengambilan keputusan di perusahaan berjalan lambat, yang berdampak pada rendahnya efisiensi dan efektivitas operasional secara keseluruhan. Beberapa faktor lain yang menyebabkan hambatan komunikasi yaitu struktur organisasi yang kaku, kurangnya pelatihan komunikasi bagi karyawan, serta belum terintegrasinya sistem komunikasi internal Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik Analisis Data terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, dapat disimpulkan bahwa hambatan komunikasi yang terjadi di CV. Multirasa Citra Nusantara tidak dapat dipisahkan dari aspek internal individu yang terlibat. Teori Cangara (2014) tentang hambatan komunikasi lebih menyoroti aspek situasional dan struktural, sedangkan teori Hartini et al. (2021) menekankan aspek psikologis dan kognitif individu. Keduanya saling melengkapi dalam menjelaskan mengapa komunikasi di tempat kerja bisa terhambat, dan bagaimana cara mengatasinya secara strategis. Upaya untuk meningkatkan efektivitas komunikasi di CV. Multirasa Citra Nusantara sebaiknya tidak hanya fokus pada infrastruktur atau sistem, tetapi juga pada pengembangan kapasitas individu melalui pelatihan, penguatan mental, dan pembentukan budaya komunikasi yang inklusif serta adaptif.

Kata Kunci: Faktor-Faktor Hambatan, *Frozen Food*, Komunikasi Organisasi

Cara Sitasi: Khairina, M., & Sarwani. (2026). Analisis faktor-faktor penyebab hambatan komunikasi CV. Multirasa Citra Nusantara dalam penjualan produk frozen food. *PERSUASI: Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 3(1), 99–106.

PENDAHULUAN

Industri makanan beku (*frozen food*) di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Perubahan gaya hidup masyarakat urban yang semakin dinamis dan mengutamakan kepraktisan mendorong peningkatan permintaan terhadap produk makanan siap saji, termasuk *frozen food*. Berdasarkan data dari Asosiasi Rantai Pendingin Indonesia (ARPI), konsumsi makanan beku nasional mengalami peningkatan yang signifikan selama beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2020, konsumsi

makanan beku di Indonesia naik sekitar 17%, dari 9,9 juta ton menjadi sekitar 11,58 juta ton, seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap makanan praktis selama masa pandemi (Qonita, 2021).

Tren ini terus berlanjut, mencerminkan perubahan gaya hidup konsumen yang semakin mengutamakan efisiensi dan kecepatan dalam penyajian makanan. Bahkan, pada tahun 2024, nilai pasar makanan beku di Indonesia diperkirakan telah melampaui Rp 200 triliun, menunjukkan potensi besar dalam industri ini. Pertumbuhan yang konsisten ini membuka peluang strategis bagi para pelaku usaha di sektor pengolahan makanan, khususnya produk daging beku, untuk mengembangkan bisnisnya dan menjawab permintaan pasar yang terus meningkat (Wardhana, 2025).

CV. Multirasa Citra Nusantara merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan penjualan makanan beku. Dalam menjalankan operasionalnya, hambatan komunikasi organisasi menjadi isu strategis yang memengaruhi kinerja dan pencapaian target penjualan. Berdasarkan wawancara awal dengan salah satu karyawan yaitu Sarmila selaku Humas di CV. Multirasa Citra Nusantara (16 April 2024), diketahui bahwa proses pengambilan keputusan di perusahaan berjalan lambat, yang berdampak pada rendahnya efisiensi dan efektivitas operasional secara keseluruhan. Beberapa faktor lain yang menyebabkan hambatan komunikasi yaitu struktur organisasi yang kaku, kurangnya pelatihan komunikasi bagi karyawan, serta belum terintegrasinya sistem komunikasi internal. Dalam industri makanan beku yang bersifat kompetitif dan terus berubah, respons yang lambat terhadap dinamika pasar dapat mengurangi daya saing perusahaan. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam penyebab utama hambatan komunikasi di perusahaan ini sebagai dasar perbaikan ke depan.

Penelitian terdahulu tentang manajemen komunikasi bisnis telah banyak dilakukan. Penelitian oleh Lutfi (2021) menunjukkan bahwa struktur organisasi yang fleksibel dan pelatihan karyawan secara berkala mampu meningkatkan efisiensi komunikasi internal. Namun, penelitian tersebut terbatas pada perusahaan multinasional dan tidak mencakup konteks perusahaan kecil atau menengah seperti CV. Multirasa Citra Nusantara. Selain itu, penelitian lain oleh Sijabat (2019) menyoroti pentingnya integrasi teknologi komunikasi dalam mendukung alur informasi di perusahaan. Sayangnya, penelitian ini hanya fokus pada aspek teknologi, tanpa mempertimbangkan faktor manusia seperti budaya organisasi dan keterampilan komunikasi individu.

Kesenjangan dalam penelitian sebelumnya memberikan ruang bagi penelitian ini untuk memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor yang menyebabkan hambatan komunikasi dalam konteks perusahaan makanan beku berskala menengah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi akar permasalahan yang memengaruhi hambatan komunikasi di CV. Multirasa Citra Nusantara, termasuk aspek struktural, budaya organisasi, dan kompetensi karyawan. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat menggali secara mendalam pengalaman, perspektif, dan dinamika komunikasi yang terjadi di lingkungan perusahaan.

Komunikasi organisasi merupakan fondasi yang vital dalam dinamika sebuah entitas bisnis atau lembaga, melibatkan aliran informasi, gagasan, dan makna antara berbagai level dan departemen di dalam organisasi. Lebih dari sekadar mentransfer data, komunikasi organisasi mencakup berbagai bentuk interaksi, mulai dari komunikasi formal

seperti memo dan rapat, hingga komunikasi informal melalui jaringan sosial internal. Dalam konteksnya, komunikasi organisasi tidak hanya memfasilitasi koordinasi tugas dan pengambilan keputusan yang efektif, tetapi juga memainkan peran penting dalam membentuk budaya organisasi dan memperkuat hubungan interpersonal di antara anggota organisasi. Dengan pemahaman yang kuat tentang komunikasi organisasi, sebuah organisasi dapat meningkatkan kolaborasi, mengurangi konflik, dan menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan produktif (Roskina & Haris, 2020).

Pentingnya komunikasi organisasi yang cerdas semakin terasa, terutama bagi perusahaan-perusahaan kecil dan menengah yang mungkin memiliki keterbatasan sumber daya. Perubahan kebijakan pemerintah, tuntutan pasar yang beragam, dan persaingan bisnis yang intens membutuhkan strategi yang terencana dengan baik. Oleh karena itu, perusahaan di sektor makanan dan minuman perlu beradaptasi dan terus mengembangkan metode manajemen yang responsif terhadap perubahan lingkungan (Milyane et al., 2022).

Pemahaman mendalam terhadap dinamika komunikasi internal dan eksternal menjadi kunci bagi perusahaan untuk tetap berdaya saing dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat. Dalam industri makanan dan minuman yang terus mengalami pertumbuhan di Indonesia, kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi hambatan komunikasi dan secara proaktif mengatasinya memungkinkan terciptanya koordinasi yang lebih efektif, peningkatan produktivitas, serta pengambilan keputusan yang lebih tepat. Dengan demikian, perusahaan dapat memposisikan diri secara strategis untuk meraih peluang pasar yang ada, memperkuat hubungan dengan konsumen, serta meningkatkan daya saing jangka panjang.

Urgensi penelitian ini juga terletak pada kebutuhan praktis untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam merespons kebutuhan pasar. Industri makanan beku yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk memiliki sistem komunikasi yang responsif dan efisien. Hambatan komunikasi yang tidak teratasi tidak hanya merugikan secara operasional, tetapi juga berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan dan reputasi perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki relevansi tinggi baik dari segi akademis maupun aplikatif.

Adapun tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan hambatan komunikasi bisnis di CV. Multirasa Citra Nusantara. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan ilmu manajemen komunikasi organisasi, sekaligus menawarkan solusi praktis yang dapat diimplementasikan perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat nyata, baik bagi perusahaan yang bersangkutan maupun bagi sektor industri makanan beku secara lebih luas.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami secara mendalam dinamika komunikasi di lingkungan kerja CV. Multirasa Citra Nusantara. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan secara komprehensif faktor-faktor penghambat komunikasi berdasarkan pengalaman langsung karyawan dan manajemen.

Melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi, peneliti menggali pandangan, persepsi, dan sikap individu yang terlibat, sehingga menghasilkan pemahaman yang holistik dan kontekstual terhadap permasalahan komunikasi internal perusahaan (Sugiyono, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

CV. Multirasa Citra Nusantara, sebagai perusahaan di industri *frozen food*, menghadapi berbagai hambatan komunikasi antarbagian yang memengaruhi kelancaran operasional dan pencapaian target kerja. Komunikasi yang tidak efektif dapat menurunkan produktivitas serta menghambat koordinasi internal. Untuk memahami dan mengatasi permasalahan ini, hambatan-hambatan komunikasi yang terjadi dapat diklasifikasikan berdasarkan teori komunikasi dari Cangara (2014) serta faktor-faktor tambahan menurut Hartini et al. (2021).

Komunikasi efektif menjadi kunci keberhasilan operasional dan penjualan di industri *frozen food*. Namun, di CV. Multirasa Citra Nusantara, berbagai hambatan komunikasi sering muncul, memengaruhi kelancaran kerja dan pencapaian target. Hambatan-hambatan tersebut dapat diklasifikasikan sebagai berikut (Cangara, 2014):

1. Hambatan Teknis, masalah teknis seperti file tidak terbuka, jaringan internet lemah, atau sistem kerja error sering menghambat komunikasi antar divisi. Hambatan ini memperlambat penyampaian informasi penting, baik di kantor pusat maupun di lapangan.



Gambar 1 &2. Hambatan Teknis
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025.

2. Hambatan Semantik, penggunaan istilah teknis atau bahasa asing yang tidak familiar antardivisi menimbulkan salah paham. Karyawan sering kali harus mencari tahu makna istilah atau bertanya kepada rekan kerja untuk memahami pesan dengan benar.
3. Hambatan Psikologis, tekanan kerja, stres, dan suasana hati yang buruk membuat komunikasi menjadi tidak efektif. Nada bicara bisa berubah, pesan jadi kurang jelas, dan potensi konflik meningkat karena miskomunikasi yang bersifat emosional.

4. Hambatan Status, perbedaan jabatan menimbulkan rasa sungkan atau takut salah dalam menyampaikan pendapat, terutama kepada atasan. Ini menghambat komunikasi dua arah yang seharusnya terbuka dan mendukung efisiensi kerja.
5. Hambatan Kerangka Berpikir, perbedaan sudut pandang antar divisi atau individu menyebabkan miskomunikasi, karena setiap orang memiliki cara berpikir, prioritas, dan pendekatan yang berbeda terhadap suatu masalah.

Faktor-Faktor Tambahan Hambatan Komunikasi (Hartini et al., 2021):

1. Pengetahuan: Keterbatasan pemahaman terhadap istilah atau alur kerja memperlambat proses komunikasi, terutama pada karyawan baru atau antar divisi dengan fungsi berbeda.
2. Pengalaman: Karyawan berpengalaman cenderung lebih luwes dan efektif dalam menyampaikan pesan. Sebaliknya, yang baru sering ragu atau tidak percaya diri.
3. Intelegensi: Perbedaan kemampuan berpikir memengaruhi kecepatan pemahaman dan penyampaian pesan, sehingga diperlukan penyesuaian dalam cara berkomunikasi.
4. Kepribadian: Karakter individu (pendiam, dominan, perfeksionis, mudah tersinggung) memengaruhi dinamika komunikasi tim. Perbedaan ini bisa menjadi tantangan sekaligus kekuatan dalam kerja tim.

Pembahasan

Komunikasi efektif sangat penting dalam keberhasilan operasional organisasi. Namun, sering kali proses komunikasi terganggu oleh berbagai hambatan yang menurunkan produktivitas dan menimbulkan kesalahpahaman. Menurut Cangara (2014), hambatan komunikasi terbagi menjadi lima:

1. Hambatan teknis, terjadi karena gangguan jaringan, file rusak, atau aplikasi bermasalah. Hambatan ini berdampak sistemik di semua divisi, menunjukkan perlunya peningkatan infrastruktur teknologi dan media komunikasi yang tepat.
2. Hambatan semantik, timbul akibat perbedaan pemahaman istilah atau bahasa, terutama antar divisi. Diperlukan penyesuaian bahasa agar komunikasi lebih inklusif dan jelas.
3. Hambatan psikologis, berkaitan dengan kondisi emosional seperti stres atau tekanan kerja, yang memengaruhi penyampaian dan penerimaan pesan. Perusahaan perlu menjaga kesehatan mental karyawan.
4. Hambatan status, disebabkan perbedaan jabatan yang menciptakan jarak komunikasi vertikal. Diperlukan budaya komunikasi terbuka dan pelatihan komunikasi dua arah.
5. Hambatan kerangka berpikir, muncul dari perbedaan pola pikir dan sudut pandang antarindividu. Dapat diatasi melalui pelatihan lintas divisi dan budaya klarifikasi dalam setiap interaksi kerja.

Sementara itu, Hartini et al. (2021) menyoroti hambatan komunikasi dari faktor internal individu:

1. Pengetahuan, ketimpangan pemahaman menyebabkan miskomunikasi. Solusinya adalah pelatihan dan sosialisasi SOP secara merata.
2. Pengalaman, karyawan berpengalaman lebih memahami budaya komunikasi organisasi. Pembinaan penting bagi karyawan baru.

3. Intelegensi, perbedaan kemampuan kognitif memengaruhi pemrosesan informasi. Komunikasi inklusif sangat dibutuhkan.
4. Kepribadian, kepribadian memengaruhi cara berinteraksi. Lingkungan kerja yang menghargai perbedaan karakter dapat meningkatkan efektivitas komunikasi.

Kedua pendekatan Cangara (lingkungan/organisasi) dan Hartini et al. (individu) menunjukkan bahwa hambatan komunikasi saling berkaitan. Contohnya, hambatan teknis bisa diatasi lebih cepat oleh karyawan berpengetahuan dan berpengalaman. Hambatan semantik berkaitan erat dengan pengetahuan dan intelegensi. Hambatan psikologis dan kerangka berpikir terkait erat dengan kepribadian dan pengalaman. Oleh karena itu, strategi peningkatan komunikasi harus mempertimbangkan aspek internal dan eksternal secara bersamaan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wiji Hantoro (2022), bahwa pentingnya koordinasi dilakukan secara menyeluruh dan sistematis antara berbagai bagian atau unit kerja di dalam Dinas Kominfo. Kemudian pengorganisasian yang terstruktur berarti alur komunikasi dirancang dengan jelas, dari jabatan tertinggi. Hal ini menunjukkan adanya sistem komunikasi internal yang tertata dengan baik, sehingga setiap tingkatan jabatan memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing dalam menyampaikan dan menerima informasi.

Selanjutnya Wilsia Oktafiana Sijabat menjelaskan bahwa Kepala Bidang Pemberitaan RRI Bandung telah menerapkan pola komunikasi organisasi secara efektif dalam menjalin hubungan dengan para karyawan. Kepala bidang mampu menyampaikan informasi atau instruksi dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh karyawan, menggunakan jalur komunikasi formal (rapat, memo, email) maupun informal (diskusi santai, percakapan langsung) secara tepat, memberikan ruang kepada karyawan untuk menyampaikan pendapat, masukan, atau tanggapan atas informasi yang diterima, menjaga konsistensi pesan dan bersikap terbuka terhadap komunikasi dua arah, sehingga tercipta kepercayaan. Serta komunikasi disesuaikan dengan situasi dan karakter karyawan, sehingga pesan bisa diterima dengan baik oleh berbagai pihak di organisasi. Karena komunikasi dilakukan dengan mengikuti tahapan yang tepat, maka hubungan antara Kepala Bidang dan karyawan menjadi harmonis. Ini menunjukkan bahwa komunikasi yang baik mampu menciptakan, kerja sama yang solid, lingkungan kerja yang positif dan kepuasan dan motivasi kerja yang tinggi.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Karin Deswita Addini (2022) yang menjelaskan bahwa komunikasi organisasi yang diterapkan oleh PT Angkasa Pura II sudah dirancang dan dijalankan secara modern bahkan sebelum terjadinya kebijakan pembatasan pekerja. Komunikasi yang dikemas secara modern dapat mencakup beberapa hal, antara lain, perusahaan sudah menggunakan berbagai platform digital seperti email korporat, aplikasi pesan instan, sistem komunikasi daring (Zoom, Teams, dsb.), dan portal internal, komunikasi dua arah tetap terjaga meskipun tidak bertatap muka langsung, karena adanya sistem yang mendukung kerja jarak jauh (*remote working*). Perencanaan dan penerapan komunikasi organisasi yang modern di PT Angkasa Pura II menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan perusahaan dalam menghadapi situasi darurat atau krisis, seperti pembatasan pekerja. Ini menunjukkan bahwa investasi pada sistem komunikasi yang adaptif sangat penting bagi keberlangsungan operasional organisasi.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi yang efektif ditentukan oleh tiga hal utama: struktur komunikasi yang jelas dan sistematis, keterampilan komunikasi interpersonal yang responsif terhadap kebutuhan karyawan, serta pemanfaatan teknologi komunikasi modern. Koordinasi yang menyeluruh antarunit, kepemimpinan yang mampu membangun komunikasi dua arah, dan penggunaan platform digital terbukti meningkatkan efisiensi, membangun kepercayaan, serta menjaga kelangsungan operasional, terutama dalam situasi krisis. Dengan demikian, penerapan komunikasi yang terorganisir, terbuka, dan adaptif menjadi kunci keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan dan menjaga daya saing.

PENUTUP

Berdasarkan observasi dan wawancara, hambatan komunikasi di CV. Multirasa Citra Nusantara dipengaruhi oleh faktor internal individu. Teori Cangara (2014) menyoroti aspek struktural, sedangkan Hartini et al. (2021) fokus pada faktor psikologis dan kognitif. Keduanya saling melengkapi dalam memahami dan mengatasi hambatan komunikasi. Oleh karena itu, peningkatan efektivitas komunikasi tidak hanya memerlukan perbaikan sistem, tetapi juga pengembangan kapasitas individu melalui pelatihan, penguatan mental, dan pembentukan budaya komunikasi yang inklusif dan adaptif. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek dan lokasi penelitian, menggunakan metode campuran (kualitatif dan kuantitatif), serta fokus pada solusi praktis dalam mengatasi hambatan komunikasi. Selain itu, penting juga mengeksplorasi pengaruh faktor sosial dan budaya dalam komunikasi kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Addini, K. D. (2022). "Analisis Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Angkasa Pura II (Studi Kasus Unit Human Resources & General Affair Angkasa Pura II Bandar Udara Kualanamu)". *Skripsi*, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
- Qonita, A. (2021). "Bisnis Makanan Beku Menghangat di Era Corona". <https://www.alinea.id/bisnis/bisnis-makanan-beku-menghangat-di-era-corona-b2cxM90B3>.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi (Edisi Revisi)*. Raja Grafindo.
- Hantoro, W. (2022). "Analisis Manajemen Komunikasi Internal Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ponorogo". *Skripsi*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.
- Hartini, Ramaditya, M., Irwansyah, R., Putri, D. I., & Ramadhani, I. (2021). *Perilaku Organisasi*. Penerbit Widina Bhakti.
- Lutfi, A. (2021). *Manajemen Komunikasi Organisasi Himpunan Mahasiswa Majalengka (Himmaka Cirebon) Dalam Melakukan Program Sosial Kemasyarakatan*. Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati.

- Milyane, T. M., Umiyati, H., Putri, D., Juliastuti, Akib, S., Daud, R. F., Daud, Dawami, Rosemary, R., Adiarsi, G. R., Athalarik, F. M., Puspitasari, M., Andi, Ramadhani, M. M., Rochmansyah, E. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (A. Masruroh, Ed.; 1st Ed.). Widina Bhakti Persada.
- Mas, S. R., Haris, I. (2020). *Komunikasi Dalam Organisasi (Teori dan Aplikasi)*. UNG Press Gorontalo.
- Sijabat, W. O. (2019). *Pola Komunikasi Organisasi Pada Bidang Pemberitaan Radio Republik Indonesia Bandung (Studi Deskriptif Mengenai Pola Komunikasi Organisasi pada Bidang Pemberitaan RRI Bandung Dalam Menjalin Hubungan Baik Dengan Karyawan)*. Universitas Komputer Indonesia.
- Wardhana, Aditya. (2025). "Bisnis Frozen Food Apakah Masih Menjanjikan di Tahun 2025? <https://bizsense.id/bisnis-frozen-food-apakah-masih-menjanjikan-di-tahun-2025>