

MENJADI PEMAGANG DI MASA PANDEMI: INTERNALISASI CORE VALUES "AKHLAK" DI BUMN PT. BARATA INDONESIA (PERSERO) = BECOME AN INTERN IN PANDEMIC TIMES: INTERNALIZATION OF "AKHLAK" CORE VALUES IN SOE PT. BARATA INDOENSIA (PERSERO)

Nerissa Asriana Eka Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20525096&lokasi=lokal>

Abstrak

Perusahaan sebagai salah satu bentuk organisasi bisnis beroperasi melalui sistem nilai yang diperkenalkan ke pekerja dengan istilah budaya organisasi dan diharapkan menjadi pedoman bagi tiap anggotanya. Pimpinan manajerial PT. Barata Indonesia (Persero) memperkenalkan "AKHLAK" sebagai nilai utama dengan menginisiasi program kegiatan untuk menginternalisasikan nilai-nilai baru kepada pekerja sejak menerima arahan dari Menteri BUMN. Makalah ilmiah ini berisi refleksi saya ketika menjalani magang untuk menjelaskan fenomena internalisasi "AKHLAK" di PT. Barata Indonesia (Persero) melalui kerangka perspektif studi nilai dalam antropologi, khususnya antropologi bisnis. Metode yang digunakan pada makalah ilmiah ini adalah autoetnografi dan refleksi diri. Seluruh argumentasi dan kesimpulan dalam tulisan ini berasal dari pengalaman saya yang sangat mungkin terdapat limitasi dalam memperoleh data karena tidak melalui penelitian etnografi yang dirancang khusus. Oleh sebab itu, tulisan ini memang bukan ditujukan untuk mengevaluasi proses internalisasi secara keseluruhan, tetapi lebih kepada uraian kesimpulan yang diambil dari pengalaman saya. Hasil analisis menunjukkan program kegiatan yang dilaksanakan untuk menginternalisasikan "AKHLAK" menghadapi kendala yang cukup signifikan karena adanya keterikatan "AKHLAK" dengan nilai perusahaan yang sudah diterapkan sebelumnya dan kurangnya motivasi pekerja untuk menjalani program penunjang internalisasi di masa pandemi. Kondisi yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa proses penerapan suatu nilai memang tidak sederhana sebab banyak hal ikut mempengaruhi individu dalam menerima dan menerapkan suatu sistem nilai. Saya akan menceritakan pendapat tersebut dengan mengilustrasikan data pengalaman saya dimulai dari proses diperkenalkan, diinternalisasikan, terlibat dalam diskusi, dan penyusunan program usulan penunjang internalisasi "AKHLAK" di perusahaan.

.....Company as a form of business organization operates through a value system that is introduced to employees with the term organizational culture and is expected to be a guide for each of its members. Managerial leadership of PT. Barata Indonesia (Persero) introduced "AKHLAK" as the main value by initiating an activity program to internalize new values to workers since receiving directions from Minister of BUMN. This paper contains my reflection when participates in internship activities to explain the phenomenon of internalization of "AKHLAK" at PT. Barata Indonesia (Persero) through a value study framework in anthropology, especially business anthropology. The method used in this paper are autoethnography and self-reflection. All arguments and conclusions in this paper are derived from my experience where it is very possible that there are limitations in obtaining data because it is not through a specially designed ethnographic research. Therefore, this paper is not intended to evaluate the whole internalization process, but rather to describe conclusions drawn from my experience. The results of the analysis show that the program of activities carried out to internalize "AKHLAK" faces significant obstacles

due to the attachment of "AKHLAK" to company values that have been previously implemented and the lack of motivation to undergo internalization support programs during the pandemic. This conditions shows that the process of applying a value is not simple because many things influence individuals in accepting and implementing a value system. I will discuss by illustrating my experience data starting from the process of being introduced, internalized, involved in discussions and preparing a proposed program to support the internalization of "AKHLAK" in the company.