

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Usulan Penelitian

PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak pada bidang jasa transportasi angkutan umum dan barang. PT Kereta Api Indonesia (Persero) Hadir dengan visi menjadi solusi ekosistem transportasi terbaik untuk Indonesia. Serta memiliki misi untuk menyediakan sistem transportasi yang aman, efisien, berbasis digital, dan berkembang pesat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Untuk mengembangkan solusi transportasi massal yang terintegrasi melalui investasi dalam sumber daya manusia, infrastruktur, dan teknologi. Untuk memajukan pembangunan nasional melalui kemitraan dengan para pemangku kepentingan, termasuk memprakarsai dan melaksanakan pengembangan infrastruktur – infrastruktur penting terkait transportasi.

Salah satu pendukung dari proses bisnis PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang bergerak dibidang jasa transportasi massal adalah Budaya Perusahaan atau *Core Values*. PT Kereta Api Indonesia (Persero) memerlukan Budaya Perusahaan yang dapat di implementasikan serta dapat di internalisasikan oleh seluruh pekerja atau seluruh anggota perusahaan dalam pekerjaan sehari – hari untuk mendukung perusahaan agar dapat mencapai visi serta misinya yang menjadi tujuan bersama seluruh pekerja atau seluruh anggota perusahaan.

Budaya perusahaan atau *Corporate Culture* adalah sebuah budaya yang mempersatukan setiap individu dalam sebuah perusahaan yang berguna untuk mendorong kinerja dari anggota setiap perusahaan agar tujuan dan keinginan yang dimiliki oleh perusahaan dapat tercapai dengan baik. Menurut Armstrong (2009) Budaya organisasi atau budaya perusahaan adalah nilai, norma, keyakinan sikap dan asumsi yang merupakan bentuk bagaimana orang – orang dalam organisasi berperilaku dan melakukan sesuatu hal yang bisa dilakukan. Nilai adalah apa yang diyakini bagi orang – orang dalam berperilaku dalam organisasi. Norma adalah aturan yang tidak tertulis dalam mengatur perilaku seseorang.

Core Values nilai – nilai inti adalah sebuah tuntutan atau pedoman atau panduan perilaku yang berguna sebagai acuan perilaku dari sebuah organisasi atau perusahaan yang berfungsi sebagai bidang pendukung agar tercapainya tujuan dan keinginan bersama. Menurut (Schwartz, 1987 di dalam Argandona, 2002) Value adalah *central desires or beliefs regarding final states or desirable conducts that transcend specific situation, guide the choice and evaluation of our decision and, therefore, of our conducts, becoming an integral part of our way of being acting, to the point of shaping our character*. Yang memiliki arti *value* adalah pusat keinginan atau kepercayaan perihal keputusan akhir yang mengarahkan pilihan, mengevaluasi keputusan kita dan menjadi bagian dari cara kita bertindak dan sesuatu yang membentuk karakter kita.

Budaya adalah sebuah hal yang selalu melekat pada kehidupan manusia, budaya selalu ada di mana saja ketika manusia itu berada. Tak terkecuali dalam sebuah organisasi akan terdapat sebuah budaya sebagai identitas sebuah organisasi

selain sebagai identitas budaya organisasi dapat menjadi pedoman perilaku, keyakinan, dan hal yang harus dilakukan oleh setiap anggota dalam organisasi. Menurut Pacanowsky dan O'Donnell Trujilo, budaya dalam organisasi diartikan sebagai cara hidup di dalam organisasi. Misalnya iklim atau atmosfer emosional dan psikologis, yang mencakup semangat kerja karyawan, sikap dan tingkat produktivitas, dan simbol – simbol. Budaya organisasi diadakan dalam kerangka pikiran umum anggota organisasi. Kerangka kerja ini berisi asumsi dasar dan nilai-nilai. Asumsi dasar dan nilai-nilai diajarkan kepada anggota baru sebagai cara untuk melihat, berpikir, merasa, berperilaku, dan mengharapkan orang lain untuk berperilaku dalam organisasi.

Core Values (AKHLAK) adalah sebuah *Core Values* atau nilai – nilai utama atau nilai – nilai inti yang harus diimplementasikan serta di internalisasikan oleh seluruh perusahaan di Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berdasarkan atas surat edaran kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor SE-7/MBU/07/2020 tentang nilai – nilai utama (*Core Values*) Sumber Daya Manusia Badan Usaha Milik Negara. dalam surat tersebut disebutkan bahwa dalam rangka membangun keseragaman Nilai – Nilai Utama (*Core Values*) Sumber Daya Manusia Badan Usaha Milik Negara, maka Nilai – Nilai Utama (*Core Values*) sebagaimana dimaksud pada angka 1 agar diimplementasikan secara utuh tanpa pengurangan atau penambahan nilai – nilai Utama (*Core Values*) lainnya pada seluruh group BUMN”. Pada dasarnya semua BUMN untuk mengubah *core values* atau Budaya Perusahaan menjadi AKHLAK (Amanah, Kompeten, Harmonis,

Loyal, Adaptif dan Kolaboratif). Dalam rangka pelaksanaan implementasi Budaya Perusahaan tersebut seorang *leader* harus menjadi *role* model bagi seluruh pekerja

Budaya Perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) saat ini telah mengalami perubahan dari 5 (lima nilai utama) menjadi Nilai – Nilai Utama AKHLAK, seiring dengan surat dari kementerian Badan Usaha Milik Negara nomor SE- 7/MBU/07/2020. Perubahan *Core Values* atau nilai – nilai inti tersebut berdasarkan apa yang telah disebutkan dalam surat edaran kementerian Badan Usaha Milik Negara nomor SE- 7/MBU/07/2020 maka PT Kereta Api Indonesia (Persero) mengubah budaya perusahaan atau *Corporate Culture* pada tahun 2020 tidak lama setelah surat edaran dari kementerian BUMN beredar.

Berdasarkan uraian tersebut dijelaskan bahwa terdapat perubahan budaya perusahaan atau nilai – nilai inti di tubuh PT Kereta Api Indonesia (Persero). Budaya perusahaan atau nilai – nilai inti yang sebelumnya di patuhi oleh seluruh anggota perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah 5 nilai utama perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) berubah menjadi *Core Values* AKHLAK. Dengan terdapatnya perubahan budaya perusahaan atau nilai – nilai inti pada tubuh PT Kereta Api Indonesia (Persero) maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai budaya perusahaan yang baru atau nilai – nilai utama (*Core Values*) AKHLAK yang diimplementasikan serta diinternalisasikan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) kepada seluruh anggota perusahaan sehingga peneliti mengambil judul **“KOMUNIKASI BUDAYA ORGANISASI PERUSAHAAN MELALUI *CORE VALUES* AKHLAK DI PT KERETA API INDONESIA (PERSERO)”**

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

Fokus penelitian adalah garis besar dalam sebuah penelitian agar penelitian yang akan di lakukan menjadi lebih terarah dan agar tidak terjadinya pembahasan yang terlalu luas serta pertanyaan penelitian adalah pertanyaan yang dirumuskan dari pokok permasalahan yang akan diteliti yang berguna untuk menentukan tujuan penelitian serta metode yang akan digunakan dalam sebuah penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Agar tidak terjadinya pembahasan yang terlalu luas dan penelitian ini sesuai dengan judul yang telah ditetapkan maka peneliti memfokuskan penelitian ini berdasarkan konteks penelitian di atas. Peneliti memfokuskan sebuah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) PT Kereta Api Indonesia (Persero) dapat mengimplementasikan serta menginternalisasikan nilai – nilai utama (*Core Values*) AKHLAK yang dilakukan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) kepada seluruh pekerja atau seluruh anggota perusahaan dengan fokus penelitian **“Bagaimana PT Kereta Api Indonesia (Persero) Dalam Mengimplementasikan dan Menginternalisasikan *Core Values* AKHLAK”**

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan Fokus Penelitian yang telah dipaparkan, peneliti mengidentifikasi masalah di dalam penelitian yang akan dilakukan ini sebagai berikut:

- 1 Bagaimana PT Kereta Api Indonesia (Persero) menyosialisasikan *Core Values* AKHLAK kepada seluruh anggota perusahaan dalam menginternalisasikan dan mengimplementasikan *Core Values* AKHLAK?
- 2 Bagaimana interpretasi simbol verbal dan nonverbal PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam mengimplementasikan dan menginternalisasikan *Core Values* AKHLAK?
- 3 Bagaimana tindakan anggota perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam mengimplementasikan dan menginternalisasikan *Core Values* AKHLAK?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dan kegunaan dalam penelitian ini akan di sebutkan berdasarkan dengan apa yang menjadi fokus penelitian serta pertanyaan penelitian berikut disampaikan dalam penelitian ini terdapat tujuan dan kegunaan penelitian.

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses sosialisasi *Core Values* AKHLAK PT Kereta Api Indonesia (Persero) kepada seluruh anggota perusahaan dalam mengimplementasikan dan menginternalisasikan *Core Values* AKHLAK.
2. Untuk mengetahui bagaimana interpretasi simbol verbal dan nonverbal PT Kereta Api Indonesia (Persero) kepada seluruh anggota perusahaan dalam mengimplementasikan dan menginternalisasikan *Core Values* AKHLAK.

3. Untuk mengetahui bagaimana tindakan dari anggota perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Perseo) dalam mengimplementasikan dan menginternalisasikan *Core Values* AKHLAK.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu kegunaan secara Teoritis dan kegunaan secara Praktis

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

1. Mampu mengetahui proses sosialisasi sebagai sarana implementasi dan internalisasi budaya organisasi.
2. Mampu mengetahui penggunaan dan interpretasi simbol verbal dan nonverbal sebagai
3. Diharapkan memberikan kontribusi keilmuan bagi ilmu komunikasi khususnya budaya organisasi.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi organisasi atau perusahaan dapat menjadi referensi atau tolak ukur dalam proses implementasi serta internalisasi *Core Values* AKHLAK
2. Bagi mahasiswa penelitian ini dapat menambah referensi serta menambah ilmu pengetahuan mengenai budaya organisasi

3. Bagi penulis dan pembaca penelitian ini dapat menambah referensi yang ada dan dapat digunakan oleh semua pihak yang membutuhkan.