

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era industri ini perkembangan di bidang teknologi merupakan perkembangan yang paling cepat terjadi, baik dalam kegiatan sehari-hari maupun kegiatan yang ada dalam perusahaan, semakin majunya teknologi maka semakin mempermudah seseorang atau karyawan dalam melaksanakan kegiatannya, mengurangi kesalahan dan mempercepat menyelesaikan pekerjaan. Salah satu bentuk teknologi yang harus dikuasai oleh karyawan adalah skill dalam menggunakan komputer atau aplikasi yang disediakan untuk mempermudah pekerjaan. Perusahaan tidak hanya harus memiliki teknologi yang canggih tetapi juga ditunjang budaya kerja yang kuat. Budaya yang kuat tercipta karena adanya dorongan dan keinginan yang kuat oleh seluruh anggota perusahaan, serta kebiasaan yang terus berulang sehingga akhirnya dapat menjadi budaya. Budaya juga harus mematuhi etika-etika yang ada pada perusahaan dan etika bisnis yang berlaku.

Menurut Sabran dan Devri (2010), definisi budaya organisasi disini menyiratkan tiga hal, yakni pertama budaya adalah persepsi, bukan sesuatu yang dapat disentuh atau dilihat secara fisik, namun para karyawan menerima dan memahaminya melalui apa yang mereka alami dalam organisasi. Kedua, budaya organisasi bersifat deskriptif, yaitu berkenaan dengan bagaimana para anggota menerima dan mengartikan budaya tersebut, terlepas dari apakah mereka menyukainya atau tidak. Terakhir, meskipun para individu di dalam organisasi memiliki latar belakang yang berbeda dan bekerja pada jenjang organisasi yang juga berbeda, mereka cenderung mengartikan dan mengutarakan budaya organisasi dengan cara yang sama. Inilah aspek penerimaan (penganutan) bersama (*shared*). Menurut Luthans (2011:137), mengemukakan bahwa budaya

organisasi adalah pola pemikiran dasar yang diajarkan kepada personel baru sebagai cara untuk merasakan, berfikir dan bertindak secara benar dari hari-kehari. Menurut Robbins dan Judge (2013:512), berpendapat bahwa, Budaya organisasi mengacu ke sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggota yang membedakan organisasi itu dari organisasi organisasi lain. Sistem makna bersama ini, bila diamati dengan lebih seksama, merupakan seperangkat karakteristik utama yang dihargai oleh organisasi itu.

Setelah adanya budaya yang dianut oleh anggota perusahaan atau organisasi maka setelah itu anggota perusahaan juga harus mematuhi etika perusahaan dan tata pengelolaan perusahaan. Sehingga perusahaan dapat berjalan dengan lancar, dan mencapai tujuan dari perusahaan tersebut. Menurut Muslich (2004:9), etika bisnis adalah suatu pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal. Dalam budaya organisasi tersebut diatur sebuah peraturan perusahaan yaitu standar etika perusahaan atau *Code of Conduct* (CoC).

Bisnis yang beretika ini sebenarnya perlu dipandang dari tiga sudut pandang seperti yang dirumuskan oleh Bertens (2013:25):

- a. Dari sudut pandang ekonomi, bisnis yang baik merupakan bisnis yang menghasilkan keuntungan tanpa merugikan orang lain.
- b. Dari sudut pandang hukum, bisnis yang baik merupakan bisnis yang tidak melanggar aturan-aturan hukum.
- c. Dari sudut pandang moral, bisnis yang baik merupakan bisnis yang sesuai dengan ukuran-ukuran moralitas.

*Code of Conduct* atau standar nilai-nilai etika dalam perusahaan berupa komitmen dalam memuat panduan perilaku, yang disusun untuk mempengaruhi, membentuk dan mengarahkan

kesesuaian tingkah laku sehingga sesuai dengan budaya dan nilai dalam perusahaan. Tidak hanya sebuah peraturan yang berlaku dan tata kelola perusahaan, semua anggota perusahaan harus memahami, mematuhi dan melaksanakan *Code of Conduct* atau standar etika untuk menjalani kegiatan yang ada dalam perusahaan dan dalam melakukan pelayanan yang optimal terhadap pelanggan atau pelanggan.

Sebagai salah satu sistem makna yang menciptakan komitmen dalam perusahaan dan mempengaruhi kinerja karyawan pada perusahaan jasa dalam menginovasi dan meningkatkan pelayanan. Menurut Tjiptono (2016), yang mendefinisikan Pelayanan (*service*) bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yaitu *service operations* yang kerap kali tidak terlihat atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan atau konsumen (*back office* atau *backstage*) dan *service delivery* yang biasanya terlihat (*visible*) atau diketahui pelanggan atau konsumen (sering disebut pula *front office* atau *frontstage*). Sedangkan definisi pelayanan menurut Mahmoedin (2010), suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata atau tidak terlihat yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen atau pelanggan dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. Manfaat pelayanan bagi suatu perusahaan tentunya memberikan banyak keuntungan, seperti maksimalnya tingkat kepuasan konsumen dan menjadikan perusahaan atau instansi sebagai perusahaan terpercaya dimata konsumen dan dapat mengembangkan bisnis.

PT pegadaian (Persero) merupakan salah satu perusahaan bisnis yang bergerak dibidang gadai dan memiliki hukum gadai. PT Pegadaian (Persero) bergerak di bidang pelayanan yang memiliki tiga lini bisnis perusahaan berupa jasa, pembiayaan, dan emas. PT Pegadaian (Persero) termasuk ke dalam sepuluh ter-besar sebagai perusahaan penyumbang devisa Negara Indonesia. PT

Pegadaian (Persero) juga memiliki budaya perusahaan, etika dan tata pengelolaan perusahaan yang harus dipatuhi setiap karyawan Pegadaian. Tata kelola perusahaan tersebut diatur oleh *Good Government Corporate (GCG)* yang disetujui oleh Direksi PT (Persero) Pegadaian. Setelah dikelola oleh *Good Government Corporate (GCG)* selanjutnya ada peraturan yang harus dipatuhi oleh setiap karyawan PT Pegadaian (Persero) yaitu standar etika perusahaan atau *Code of Conduct* peraturan dan komitmen yang terdiri dari budaya perusahaan, komitmen ini harus ditanda tangani oleh setiap karyawan sebagai bentuk persetujuan dalam menerapkan standar etika atau komitmen sebelum terjadinya perjanjian kerja. Baik itu Anak Perusahaan dan Pemegang Saham, serta menjadi acuan seluruh *stakeholders* atau mitra kerja yang melakukan transaksi bisnis dengan PT Pegadaian (Persero).

Untuk melihat bagaimana budaya perusahaan atau organisasi pada PT pegadaian (Persero), maka penulis mencoba mengamati bagaimana etika-etika yang berlaku dan sistem yang dianut oleh Pegadaian dalam bentuk *Code of Conduct (CoC)* yang disampaikan dalam sebuah laporan magang yang berjudul **“Implementasi Standar Etika (*Code Of Conduct*) dalam Peningkatan Mutu Pelayanan Terhadap Nasabah PT Pegadaian (Persero) Area Padang“**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa *Code of Conduct* merupakan standar etika berupa komitmen yang sesuai dengan budaya yang ada dalam perusahaan. Adapun permasalahan yang akan dibahas adalah sebagai berikut :

1. Apa itu *Code of Conduct* atau standar etika pada PT Pegadaian (Persero)?
2. Bagaimana penerapan *Code of Conduct* atau standar etika yang dilakukan oleh PT Pegadaian (Persero) dalam meningkatkan mutu pelayanan?

## 1.3 Tujuan



Sesuai dengan rumusan masalah maka tujuan dari kegiatan magang ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana *Code of Conduct* atau standar etika pada PT Pegadaian (Persero) dan bagaimana penerapan yang dilakukan oleh karyawan.
2. Untuk mengetahui bagaimana *Code of Conduct* atau standar etika dapat meningkatkan mutu pelayanan pada PT Pegadaian.

#### 1.4 Manfaat Kegiatan Magang

Manfaat yang diberikan kegiatan magang dalam pembahasan ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Bagi Akademis

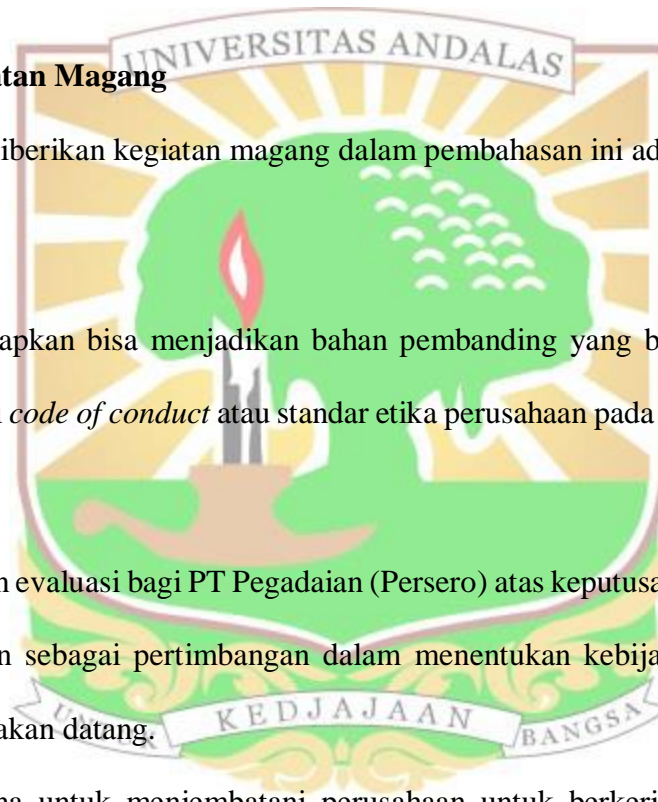
Laporan ini diharapkan bisa menjadikan bahan pembanding yang bisa membantu pembaca dalam mengetahui *code of conduct* atau standar etika perusahaan pada PT Pegadaian (Persero).

##### 2. Bagi Perusahaan

- a. Sebagai bahan evaluasi bagi PT Pegadaian (Persero) atas keputusan yang telah dibuat pada masa lalu dan sebagai pertimbangan dalam menentukan kebijakan yang akan diambil dimasa yang akan datang.
- b. Sebagai sarana untuk menjembatani perusahaan untuk berkerjasama dengan lembaga pendidikan dalam bidang akademis maupun non akademis.

#### 1.5 Tempat dan Waktu

Adapun tempat kegiatan magang sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang akan dibahas adalah PT Pegadaian (Persero) area Padang. Dan sebagai waktu yang ditentukan oleh



diploma III dalam kegiatan magang ini adalah 40 hari kerja. Penulis berharap kegiatan magang ini berjalan dengan baik, sesuai dengan harapan dan menghasilkan kinerja yang baik.

## **1.6 Sistematika Penyusunan Laporan Magang**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan kegiatan magang, manfaat kegiatan magang, dan sistematika penyusunan laporan magang.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Mengambarkan tentang tujauan pustaka atau segala sesuatu yang akan menjadi landasan teori dalam menyelesaikan laporan magang.

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Menjelaskan profil perusahaan PT Pegadaian (Persero), kegiatan utama yang dilakukan dalam institusi, bentuk jasa yang ditawarkan serta visi dan misi PT Pegadaian (Persero), struktur organisasi PT Pegadaian (Persero) dan budaya perusahaan PT Pegadaian (Persero).

### **BAB IV PEMBAHASAN**

Membahas tentang hasil dari kegiatan magang yang dilakukan yang berkaitan dengan penerapan *Code of Conduct* atau standar etika dalam meningkatkan mutu pelayanan oleh karyawan pada PT Pegadaian.

### **BAB V PENUTUP**

Kesimpulan dan saran dari pelaksanaan kegiatan magang yang dilakukan.