

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setiap organisasi memiliki budaya yang berbeda-beda. Suatu budaya organisasi mempunyai peran penting dalam perusahaan karena mempunyai sejumlah fungsi dalam organisasi yaitu, budaya menciptakan pembeda yang jelas antara satu organisasi dengan organisasi yang lain, budaya membawa suatu rasa identitas bagi anggota perusahaan, budaya memudahkan tercapainya komitmen yang lebih luas terhadap kepentingan bersama dari pada kepentingan individual dan budaya meningkatkan kemantapan sistem sosial.

PT.Asuransi Jiwa BRINGIN JIWA SEJAHTERA merupakan salah satu perusahaan asuransi yang ada di Indonesia dan menggunakan merek dagang BRINGIN LIFE. Untuk lebih mendekatkan diri kepada nasabahnya, BRINGIN LIFE membuka banyak kantor cabang yang tersebar di seluruh Indonesia. Salah satu kantor cabang itu adalah BRINGIN LIFE cabang Yogyakarta. Seperti organisasi-organisasi lainnya BRINGIN LIFE juga mempunyai visi dan misi organisasi yang dipakai untuk mencapai tujuan bersama organisasi. Selain visi dan misi, BRINGIN LIFE juga mempunyai nilai-nilai budaya perusahaan yang sangat dijunjung tinggi oleh seluruh anggota organisasi. Budaya organisasi mempunyai elemen-elemen yang membentuk dan mempunyai fungsi dalam kehidupan keseharian organisasi

yaitu : Nilai, Pahlawan, Upacara dan Ritual, Jejaring Budaya. Nilai merupakan salah satu elemen dari budaya organisasi yang dipakai BRINGIN LIFE untuk memberikan pemahaman mengenai arah bersama bagi seluruh karyawan serta panduan perilaku keseharian karyawan.

Salah satu dari nilai budaya perusahaan BRINGIN LIFE adalah integritas. Integritas itu sendiri menurut karyawan BRINGIN LIFE diartikan sebagai perilaku jujur yang menjaga nama baik perusahaan dan mematuhi kode etik yang berlaku di perusahaan itu.

Agar nilai-nilai budaya organisasi dapat dimengerti dan dipahami oleh seluruh anggota organisasi diperlukan sosialisasi kepada seluruh karyawan. Nilai-nilai budaya perusahaan BRINGIN LIFE terutama nilai integritas perlu disosialisasikan kepada para karyawan. Menurut hasil analisa penulis, Asuransi BRINGIN LIFE juga melakukan sosialisasi nilai integritas kepada para karyawan mereka terutama karyawan baru.

Sosialisasi yang dilakukan pihak BRINGIN LIFE dilakukan melalui tiga tahapan yaitu :

1. Sosialisasi antisipasi , sosialisasi ini dimulai sebelum individu benar-benar bergabung dalam organisasi. Para pelamar yang diwawancara oleh pihak Bringin life akan ditanya pengetahuan mereka akan organisasi ini.
2. Pertemuan (*Encounter*), tahap setelah pelamar diterima ini pihak organisasi mulai memperkenalkan nilai-nilai integritas melalui training yang diikuti karyawan.

3. Perubahan dan pemahaman (*Acquisition*), tahap ini pihak kepala cabang dan supervisor melakukan sharing kepada karyawan untuk mengetahui pemahaman mereka tentang nilai-nilai integritas.

Sosialisasi nilai integritas di BRINGIN LIFE juga dilakukan bagi karyawan yang sudah bekerja lama di perusahaan. Bila karyawan baru sosialisasi nilai integritas dilakukan dalam training. Sosialisasi ini dilakukan melalui tahapan-tahapan pengenalan pada karyawan baru. Sosialisasi nilai integritas bagi karyawan lama tidak melalui tahapan-tahapan lagi seperti pada karyawan baru melainkan dilakukan melalui kegiatan setiap bulan yang dipimpin langsung oleh kepala cabang. Setiap bulan kepala cabang melakukan sharing dengan karyawannya untuk mengetahui sejauh mana kinerja mereka selama 1 bulan dan bagaimana perilaku mereka sehari-hari. Perilaku karyawan harus sesuai dengan nilai-nilai budaya perusahaan terutama nilai integritas.

Selain sharing dengan karyawan, sosialisasi nilai integritas dilakukan dengan pemasangan tulisan nilai-nilai budaya perusahaan BRINGIN LIFE di setiap ruangan perusahaan. Hal ini dilakukan agar karyawan lama maupun baru selalu ingat akan nilai-nilai yang harus mereka taati melalui perilaku mereka sehari-hari. Pemasangan tulisan nilai-nilai budaya perusahaan di setiap ruangan juga dilakukan agar nasabah yang datang juga mengetahui nilai-nilai yang dipegang oleh BRINGIN LIFE dalam melayani mereka.

B. Saran

Nilai-nilai budaya perusahaan pada Asuransi BRINGIN LIFE terutama nilai integritas sangat dibutuhkan dalam perilaku sehari-hari karyawan. Hal ini dilakukan agar tujuan perusahaan menjadi asuransi yang terpercaya dapat tercapai. Agar karyawan BRINGIN LIFE mengerti dan memahami nilai integritas, kepala cabang dan para supervisor perlu melakukan sosialisasi nilai integritas pada karyawan baik karyawan lama maupun baru.

Sosialisasi nilai integritas di BRINGIN LIFE sudah dilakukan melalui tahapan-tahapan. Namun sebaiknya sosialisasi ini juga disertai dengan komunikasi yang baik dari karyawan baru ke pihak supervisor ataupun kepala cabang melalui dua aliran komunikasi yaitu komunikasi ke bawah dan komunikasi ke atas agar karyawan baru cepat beradaptasi dengan budaya di perusahaan tersebut. *Training* karyawan baru jangan hanya menekankan pada bagian kerja karyawan baru saja melainkan juga pada sosialisasi nilai integritas perusahaan agar karyawan baru lebih cepat menyesuaikan diri pada lingkungan kerja mereka dan dapat berperilaku sesuai dengan nilai integritas. Selain itu contoh perilaku yang sesuai dengan nilai integritas harus lebih diperlihatkan agar karyawan baru lebih mengerti.

Sosialisasi nilai integritas untuk karyawan lama juga harus lebih sering dilakukan tidak hanya dengan pemasangan tulisan nilai-nilai budaya perusahaan dan sharing setiap bulan saja namun kepala cabang dan para supervisor sebaiknya lebih sering memantau dan berperilaku yang

mencerminkan nilai integritas agar karyawan dapat mencontoh perilaku mereka. Pendekatan secara personal juga dapat dilakukan oleh kepala cabang dan para supervisor agar karyawan lebih berani berkomunikasi dengan atasan mereka agar keingin tahuan mereka dapat terjawab.



DAFTAR PUSTAKA

Cloud, Henry . 2007. *Integritas (Keberanian Memenuhi tuntutan Kenyataan)*.

Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.

Djojosoedarso, Soeisno. 1999. *Organisasi Prinsip-Prinsip Manajemen Resiko dan Asuransi*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Kreitner, Robert dan Angelo Kinick. 2003. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT. Salemba Embun Patria.

Kreps, Gary L. 1986. *Organizational Communication Theory and Practice*. New York: Longman Inc.

Muhammad, Arni. 2007. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Moleong, Lexy. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Pace, R. Wayne dan Faules Don. Mulyana, Deddy (ed). *Komunikasi Organisasi- Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. 1998. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Poerwanto. 2008. *Budaya Perusahaan*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.

Reksohadiprodjo, Sukanto dan T Hani Handoko. 1986. *Organisasi Perusahaan Teori, Struktur dan Perilaku*. Yogyakarta:BPFE.

Robbins, Stephen. P. 2008. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT. Macanana Jaya Cemerlang.

Roslan, Rosady. 1999. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Sobirin, Achmad. 2007. *Budaya Organisasi, pengertian, makna dan aplikasinya dalam kehidupan organisasi*. Yogyakarta. Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Sopiah. 2008. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset

Sugiyono. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.

Susanto, A.B dan F.X Sujanto. 2008. *Corporate Culture and Organization Culture*, Jakarta: The Jakarta Consulting Group.

Widjaja, A. W. 1986. *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat)*.

Jakarta. PT. Bina Aksara.

Cahayandari, Kurnia. 2005. *Budaya Perusahaan Berciri Khas Jepang dan Upaya*

Menciptakan Harmonisasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. UAJY.

Skripsi.

Purbasari, Elisabeth Rita. 2007. *Strategi Komunikasi Dalam Mensosialisasikan*

Budaya Organisasi PT Indah Kiat Pulp and Paper Tbk Serang Mill di

Kalangan Karyawan. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. UAJY. Skripsi.

Website :

- www.mutiara.madinah.multiply.com
- www.karir-up.com
- www.bringinlife.co.id