

majalah yang didesain khusus untuk para karyawan perusahaan, karena majalah tersebut memuat tentang kegiatan manajemen perusahaan juga berisikan isu-isu terbaru tentang kebijakan perusahaan. Hal ini tentu sangat mendukung proses sampainya informasi perusahaan kepada karyawan, sehingga apa yang sedang terjadi dalam perusahaan, setiap karyawan pasti mengetahuinya dengan jelas.

Tabloid Sahabat Petani merupakan bentuk media *kedua* yang dimiliki perusahaan. Tentunya sasaran dari munculnya tabloid tersebut adalah seluruh petani Indonesia. Tabloid Sahabat petani memuat berbagai informasi sesuai dengan kebutuhan para petani, baik itu informasi mengenai tata cara penggunaan pupuk, cara penulisan RDKK dan lain sebagainya.

Berbeda dengan media *ketiga* perusahaan yang berupa *website* resmi. Website perusahaan dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia bahkan Dunia, baik dari kalangan petani maupun tidak. Sifat dari website perusahaan sendiri adalah terbuka untuk umum. Sehingga siapapun yang membutuhkan informasi mengenai perpupukan bisa dengan mudah untuk mengaksesnya di website tersebut.

Karena sifatnya yang terbuka, PT Petrokimia Gresik telah berupaya untuk memuat informasi-informasi (baik itu berupa *pressrelease* maupun kegiatan-kegiatan berskala Internasional yang diselenggarakan oleh perusahaan) yang ditampilkan dalam bentuk 2 bahasa. Yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.

Hal ini dilakukan karena perusahaan melihat bahwa segmen yang dituju saat ini bukan hanya pihak internal perusahaan, tetapi juga pihak eksternal perusahaan, sehingga dalam hal pemberitaan mereka selalu mendapatkan pembaharuan-pembaharuan informasi dari perusahaan.

Mengenai kualitas produk yang dihasilkan, secara internal perusahaan memiliki 2 laboratorium, yakni laboratorium induksi dan laboratorium uji kimia. Dengan adanya 2 laboratorium tersebut maka kualitas produk yang dihasilkan oleh PT Petrokimia Gresik sesuai dengan Standart Nasional Indonesia (SNI).

Hal ini dibuktikan dengan adanya sertifikat produk dari Lembaga *Survior Independent* (LSI) yang telah memberikan kepercayaan kepada produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Disinilah sudah terlihat bahwa fungsi media bagi perusahaan adalah sebagai jembatan/penghubung bagi konsumen, karena tolok ukur keberhasilan dalam sebuah komunikasi yang baik adalah sampainya informasi dari perusahaan kepada sasaran/segmen yang dituju. Dalam hal ini sasaran utamanya adalah calon pembeli asing dari Luar Negeri.

PT Petrokimia Gresik sampai saat ini masih menjadi anggota "*International Fertilizer Association*" atau yang sering disebut dengan IFA yang merupakan organisasi terkait dengan keseimbangan bahan baku dunia. Selain itu perusahaan juga memiliki pelabuhan yang bertaraf internasional yang mengakibatkan adanya kunjungan dari tim assessor dari tingkat internasional.

Produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan juga sudah sering di *export* ke Eropa sebelum diberlakukannya MEA. Sehingga secara tidak langsung produk perusahaan sudah mencapai tahapan internasional, karena secara tidak disadari produk-produknya bukan hanya dinikmati oleh konsumen local, melainkan hingga konsumen Luar Negeri.

2. Aplikasi untuk pencapaian kinerja *excellent*

Dalam pencapaian kinerja yang baik, tentunya setiap perusahaan memiliki sebuah konsep yang ketika konsep itu diaplikasikan dalam kegiatan perusahaan maka akan menghasilkan sebuah prestasi yang membanggakan baik itu dilihat dari segi karyawan secara khusus maupun perusahaan secara umumnya.

PT Petrokimia Gresik dalam menghadapi persaingan menuju Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) mendatang telah menyiapkan para karyawan perusahaan dengan memberikan pendidikan dan pelatihan diberbagai bidang baik internal maupun eksternal perusahaan, meliputi: diklat induksi, *leadership*, diklat kompetensi, tugas belajar, purnatugas, pelatihan karyawan berbasis bahasa inggris dan lain-lain.

Pembekalan kompetensi karyawan yang diberikan tidak hanya yang terkait dengan kepentingan perusahaan dalam negeri saja, melainkan juga membekali mereka untuk bisa berkomunikasi ketika berada di fase MEA, maka perusahaan mengantisipasi hal tersebut dengan cara:

1. Mempelajari tentang bahasa yang mereka gunakan.

2. Mempelajari tentang budaya dan perilaku,
3. Serta mempelajari tentang *how to communicate* dengan bangsa lain sesuai latar belakang yang mereka punyai.

Dari ketiga cara tersebut ada hal yang dipandang perlu untuk diwaspadai oleh perusahaan yaitu mengenai bagaimana cara mengemas komunikasi yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan kebutuhan mereka, dalam hal ini adalah konsumen dari Luar Negeri. Sebagai contoh, PT Petrokimia Gresik sudah sering menerima tamu-tamu dari kelompok tani Luar Negeri, maka bahasa yang digunakan adalah bahasa Inggris yang sesuai dengan kebutuhan tingkat tamu yang datang tersebut.

Perusahaan juga memiliki iklim organisasi yang sangat unik, yaitu dengan menerapkan nilai-nilai dasar perusahaan yang berupa 5 *value* perusahaan, diantaranya adalah: LK3 (Lingkungan Keselamatan dan Kesehatan Kerja), Profesionalisme, Inovasi, Integritas dan Sinergitas.

Lima *value* perusahaan itu tentunya sangat berpengaruh dan berkontribusi sangat besar bagi perusahaan. Yang *pertama* adalah LK3 yang merupakan kepanjangan dari Lingkungan Keselamatan dan Kesehatan Kerja menjadi prioritas utama dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan yang menjadi budaya perusahaan disetiap aktifitas yang dilakukan. Lingkungan yang dimaksud bisa berupa fisik kebersihan kantor, juga non-fisik seperti: suasana kerja, tingkatan emosional, sehingga mendatangkan kenyamanan (Psikologis) bagi karyawan yang melakukan aktifitas yang berujung pada peningkatan kerja.

LK3 sangat penting dilakukan, karena secanggih apapun peralatan yang dimiliki perusahaan ketika tidak diiringi dengan kesiapan Sumber Daya Manusia (SDM), maka akan menjadi sebuah keniscayaan/sia-sia. Sehingga di perusahaan ini mewajibkan seluruh karyawannya untuk bersedia di *general check-up* setiap tahun sekali guna mengetahui kesehatan baik fisik maupun psikis sebagai dasar penempatan karyawan dalam bekerja. Contoh: karyawan X dibagian produksi, menerima tekanan mental dan fisik, sehingga dia mengalami kelelahan yang luar biasa yang berpengaruh pada kinerjanya. Maka perusahaan melalui departemen terkait akan merekomendasikan untuk pindah ke unit administrasi yang tidak lagi memerlukan tenaga dan tekanan baik fisik maupun psikis.

Value perusahaan yang *kedua* adalah Profesionalisme, yaitu dengan meningkatkan mutu dan kompetensi diriserta senantiasa menunjukkan performa dalam setiap kegiatan operasional. Dengan profesionalisme perusahaan dapat mengaplikasikan *freshgraduate* yang berasal dari berbagai disiplin ilmu untuk bisa berkomunikasi dan berpartisipasi. Perusahaan lebih menitik beratkan pada *managerialskill* bagi para *fresh graduate* untuk bisa dikembangkan berdasarkan *talenttest* yang dilakukan tanpa harus melihat latar belakang disiplin ilmu karyawan.

Inovasi yang merupakan *value* perusahaan *ketiga* merupakan aplikasi yang sangat ampuh diberlakukan kepada seluruh karyawan perusahaan. Inovasi yang dimaksud adalah para karyawan diharuskan untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan inovasidan tidak membatasi diri

pada hal-hal baru untuk terus menciptakan model bisnis yang unggul dan bernilai tambah.

Value perusahaan yang *keempat* adalah Integritas, yaitu memiliki potensi dan pendirian teguh yang memancarkan kejujuran dan kewibawaan dalam mempertahankan reputasi dan daya saing. Semua kegiatan yang menyangkut karya inovasi, penemuan-penemuan baru lebih pada upaya membesarkan dan mengembangkan perusahaan semata. Artinya bahwa tidak dibenarkan dari hasil penemuan-penemuan baru itu dijual keluar perusahaan.

Bagi PT Petrokimia Gresik, semua tantangan merupakan momentum untuk lebih meningkatkan daya kreativitas serta menempa diri agar lebih matang dan siap dalam menghadapi perubahan dan persaingan pada tahun-tahun mendatang. Dengan berbagai kondisi yang terjadi, PT Petrokimia Gresik telah menunjukkan kemampuannya merespon dengan baik setiap tantangan dan hambatan yang dihadapi sehingga dapat terus mempertahankan eksistensinya.

Di dukung oleh upaya konsisten dan berkesinambungan dalam melakukan inovasi produk dan pengembangan pabrik berbasis teknologi, PT Petrokimia Gresik mampu berkembang serta tetap berkiprah bagi negara, bangsa serta masyarakat Indonesia.

Yang terakhir adalah Sinergitas, bahwa semua departemen terkait akan dilibatkan dalam sebuah diskusi dalam upaya menghasilkan buah pemikiran terbaik bagi perusahaan. Dengan sinergitas, dapat memudahkan dalam mengelola perusahaan & mengatasi segala tantangan

dengan semangat kelompok dan *TeamWork*. Selain berfungsi sebagai filterisasi sebuah ide, fungsi yang lain adalah pengawasan. Sehingga ketika ada kegiatan atau keputusan yang tidak sesuai atau menyimpang akan diingatkan diawal untuk kembali ke jalur.

Lima *value* perusahaan ini wajib diketahui oleh seluruh karyawan melalui Badan Diklat dan Pendidikan serta Personalia dalam upaya perusahaan memenuhi kompetensi karyawan.

3. *Reward* bagi inisiator kontribusi *positive*

Satu dari nilai perusahaan adalah Inovasi. Inovasi merupakan wujud nyata seorang karyawan atas hasil upaya perusahaan untuk menggairahkan produk-produk inovasi yang mengarah pada efisiensi yang jumlahnya sangat tinggi keuntungannya bagi perusahaan.

Inovasi dimulai dari perorangan di antar bagian, kemudian setelah menang di antar bagian, yang akan dikompertisikan di kompartemen, kalau dia menang dikompartemen, dia akan muncul sebagai juara di perusahaan, dan perusahaan akan memfasilitasi untuk di kompetisikan di tingkat Nasional antar perusahaan. Ketika di tingkat Nasional perusahaan mendapatkan posisi yang sangat bagus, katakanlah dengan memperoleh medali, maka perusahaan tak segan-segan mengirim karyawan atau sekelompok inovator tersebut untuk dikompertisikan ke tingkat Internasional.

Sehingga point yang diharapkan oleh perusahaan adalah menyelami apa yang terjadi di dunia luar, dan mengerti apa yang

Perusahaan telah menyiapkan *Reward* bagi mereka yang melakukan kegiatan yang memberikan kontribusi bagi perusahaan, tentunya yang paling nyata memberikan karya inovasinya. *Reward* Bisa berbentuk *cash*, bisa juga berbentuk percepatan kenaikan. Perusahaan juga akan memberikan *punishment* bagi mereka yang melakukan pelanggaran.

Program-program inovasi baru perusahaan terus dikembangkan baik dibidang produksi, pemasaran dan bidang lainnya sehingga jumlah dan jenis produk yang ada sekarang akan terus bertambah, disamping terus meningkatkan hubungan kerjasama dalam penelitian dengan Perguruan Tinggi, Lembaga/Balai Penelitian, Instansi Pemerintah/Swasta.

Produk inovasi yang berhasil ditemukan dan diproduksi oleh PT Petrokimia Gresik meliputi Petro Biofertil (pupuk Hayati), Petro Gladiator (Composter), Petro Kalimas (pupuk Majemuk), Petroseed (benih padi unggul), serta Petrofish (probiotik untuk ikan dan udang). PT Petrokimia Gresik juga mampu mengolah sisa produksi pupuk menjadi produk yang bermanfaat seperti: Kapur pertanian dan Gypsum Pertanian. Dikombinasikan dengan profesionalisme yang terus ditempa, keunggulan kompetitif ini menjadikan PT Petrokimia Gresik sebagai pemimpin dalam industri yang ditekuninya.

Beberapa hasil produk perusahaan diatas merupakan suatu bukti besar bahwa dalam aktifitasnya perusahaan benar-benar memiliki karyawan yang produktif dalam hal ke-inovasian.

4. *Quantum Leap* perusahaan

Berbagai langkah yang dilakukan PT Petrokimia Gresik di dasari oleh visi dan misi sebagai alat dan pedoman untuk menjalankan dan mengembangkan usaha. Pencapaian yang luar biasa yang melewati *milestone* diperlukan sebuah upaya agar tidak menyangkut pada motivasi tetapi kerja keras. Dari sinilah perusahaan bisa melakukan *quantum leap* yang menjadikan sasaran perusahaan.

Quantum leap adalah lompatan yang luar biasa agar tidak hanya secara regional perusahaan memenangkan persaingan, tetapi Nasional bahkan sampai Internasional. *Quantum leap* ini bisa dijadikan sebagai sasaran yang hanya bisa dipakai ketika perusahaan tahu bahwa *if excellent is possible, then the good is not enough*. Hal ini berarti bahwa ketika perusahaan mampu melakukan hal yang luar biasa, yang sejatinya perusahaan mampu melakukan, maka perusahaan akan berada pada fase aktifitas *quantum leap* yang bisa menghasilkan jangkauan jauh lebih panjang demi mencapai perusahaan yang *incredible, amazing* dll.

PT Petrokimia Gresik memiliki komitmen dengan menjalin ketersediaan pupuk bagi konsumen melalui tenaga SS yang merupakan pelengkap dari penerapan 6 tepat perusahaan yaitu: Tepat Jenis, Tepat Jumlah, Tepat Mutu, Tepat Tempat, Tepat Harga, Dan Tepat Waktu. di daerah-daerah. 6 tepat itu tidak juga dikhususkan bagi daerah-daerah tetapi juga bisa diaplikasikan ketika perusahaan tahu persaingan perusahaan tidak hanya Nasional saja, tetapi Internasional.

SS merupakan kepanjangan dari *Sales Supervisor*. PT Petrokimia Gresik melalui departemen pemasaran memberikan pembekalan bagi tenaga-tenaga/karyawan di lapangan untuk memenangkan persaingan dengan penyebaran tenaga SS. SS adalah petugas lapangan yang ditempatkan oleh perusahaan sebagai *frontliners* yang bertugas menyampaikan informasi dari sisi perusahaan, dan menggali informasi dari sisi pelanggan misalnya keluhan pelanggan terhadap kualitas produk.

Disinilah peran SS sangat berpengaruh kuat, karena karyawan tersebut mempunyai fungsi ganda di lapangan. *Pertama*, SS sebagai tenaga pemasar, karena memang tugas mereka adalah memasarkan produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Kemudian jika diperlukan, mereka harus berperan sebagai tenaga humas, sehingga mereka harus mampu menjelaskan perusahaan supaya masyarakat petani yakin bahwa PT Petrokimia Gresik adalah perusahaan yang besar dan semua produknya ditangani secara serius melalui penelitian dan lain-lain. Selain itu SS juga berfungsi sebagai tenaga mediator, karena mereka berkepentingan untuk bekerjasama dengan pihak-pihak terkait, seperti: Pemerintah Kabupaten, Dinas Pertanian, PPL bahkan sampai ke kelompok tani.

PT Petrokimia Gresik dengan penyebaran SS tersebut, senantiasa memberikan pengertian terhadap *stakeholder* terutama tentang pelaku-pelaku bisnis yang berhadapan langsung dengan petani.

Penyebaran produk-produk perusahaan tidak boleh langsung ke petani, melainkan harus melalui distributor lalu turun ke kios resmi. Kios

resmi melakukan komunikasi dengan kelompok tani. Dari kelompok-kelompok tani yang terdaftar dalam RDKK perusahaan itulah yang akan dipenuhi kebutuhan pupuknya oleh perusahaan.

RDKK merupakan kepanjangan dari Rencana Devinitif Kebutuhan Kelompok dalam hal ini adalah kelompok tani. Dari RDKK inilah misi perusahaan yang mendukung swasembada pangan Nasional dapat terwujud, sehingga pupuk harus selalu ada ketika petani membutuhkan dan itu tidak boleh menjadi masalah hanya karena segelintir ulah oknum-oknum tertentu.

Seperti yang telah dijelaskan oleh bapak I Made Wirya selaku staf Yankomduk bahwa perusahaan memiliki kebijakan tersendiri untuk menangani oknum-oknum atau rekan kerja yang melakukan pelanggaran. Bentuk kebijakannya adalah perusahaan akan secara langsung mem-*blacklist* rekan kerja yang bersangkutan tersebut yang kemudian perusahaan tidak akan berhubungan lagi (dikeluarkan dari daftar rekanan perusahaan).

Dalam mengantisipasi hal yang tidak diinginkan, perusahaan selalu mengadakan pertemuan-pertemuan dengan mereka para distributor, pemilik kios, bahkan kelompok tani secara periodik dan berkala. Dengan adanya pertemuan-pertemuan tersebut pastikan ada banyak pertanyaan terkait dengan kebijakan dilapangan. Sehingga kemungkinan kecil kegiatan yang tidak diinginkan dapat terjadi.

Kemungkinan-kemungkinan seorang SS yang berprestasi akan dijadikan tenaga SS mungkin tidak harus ada di dalam Negeri, itu juga

dengan baik dan benar. Disinilah karyawan akan merasakan bahwa dirinyalah yang hanya bisa memenuhi kebutuhannya sendiri, maka mereka akan menggunakan kemampuan, keterampilan dan potensi dirinya dengan maksimal.

Jika dihubungkan dengan teori motivasi maka penelitian ini sesuai dengan teori hirarki kebutuhan maslow yang menyatakan bahwa tingkat kebutuhan yang paling tinggi adalah kebutuhan realisasi diri (*Self actualizations needs*). Dalam teori ini diasumsikan bahwa pada dasarnya orang berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang paling tinggi. Kebutuhan yang paling rendah harus dipenuhi terlebih dulu sebelum kebutuhan yang lebih tinggi mulai mengendalikan perilaku seseorang.

Setiap orang mempunyai kebutuhan yang sama, tetapi berbeda dalam dominasi kebutuhan. Kebutuhan akan menjadi motivator penggerak jika belum terpenuhi, tetapi apabila telah terpenuhi akan berhenti daya motivasinya.

2. Motivasi karyawan dalam pengaplikasian pencapaian kerja *excellent*

Karyawan merupakan individu atau Sumber Daya Manusia (SDM) yang sangat berpengaruh dalam segala bentuk aktifitas perusahaan. Perilaku setiap karyawan perusahaan dalam menghadapi konsumen tentunya sangat bermacam-macam. Perilaku karyawan yang baik bergantung pada bagaimana perusahaan *manage*, menyiapkan dan memberikan fasilitas serta kenyamanan bagi semua karyawan.

Dalam hal ini, konsep *managing* atau pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) PT Petrokimia Gresik difokuskan pada upaya untuk

menunjang kebutuhan operasional Perusahaan sekaligus mengantisipasi berbagai dampak perubahan internal dan eksternal terhadap kebutuhan SDM yang kompeten serta memiliki kapabilitas sesuai dengan pengembangan dan kompetisi usaha yang dihadapi oleh Perusahaan. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, PT Petrokimia Gresik mengimplementasikan pengelolaan SDM melalui sistem Manajemen SDM berbasis Kompetensi.

Dalam rangka mengembangkan kompetensi karyawan dan memotivasi karyawan untuk meningkatkan kinerja terutama dalam menghadapi persaingan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) mendatang, selama ini telah dilakukan pendidikan dan pelatihan berbagai bidang baik internal maupun eksternal perusahaan meliputi diklat induksi, *leadership*, diklat kompetensi, tugas belajar, purnatugas dan lain-lain.

Perusahaan memiliki 5000 karyawan yang terbagi menjadi 3500 karyawan organik dan 1500 karyawan bantuan. Dari 3500 karyawan organik tersebut benar-benar dituntut perusahaan untuk mengetahui 5 *value* perusahaan, karena hal ini sangat berpengaruh dengan akan timbulnya motivasi tiap karyawan. Sedangkan 1500 karyawan bantuan yang termasuk didalamnya adalah: *cleaning service*, pengantar surat dan lain-lain dikelola oleh anak perusahaan, namun esensinya adalah mereka tetap wajib mengetahui 5 *value* perusahaan yang ada.

Implementasi program pengembangan karyawan dilakukan sejalan dengan kebutuhan bisnis dan pemenuhan target kinerja sehingga mendukung pencapaian target kerja dan tujuan Perusahaan. Program

Cara unik PT Petrokimia Gresik dalam memberikan motivasi kepada karyawan yang memberikan kontribusi positif adalah dengan memberikan sebuah *reward*.

Perusahaan telah menyiapkan *Reward* bagi mereka yang melakukan kegiatan yang memberikan kontribusi positif bagi perusahaan, tentunya yang paling nyata memberikan karya inovasinya.

Reward Bisa berbentuk *cash*, bisa juga berbentuk percepatan kenaikan. Perusahaan juga akan memberikan *punishment* bagi mereka yang melakukan pelanggaran.

Inilah bentuk motivasi langsung yang diberikan perusahaan kepada para karyawan-karyawannya yang telah berkontribusi besar bagi perusahaan. Dengan adanya bentuk motivasi yang berupa *reward* maka dengan sendirinya karyawan akan merasakan bahwa tingkat kesejahteraannya terpenuhi, maka dampak yang paling nyata adalah karyawan akan lebih semangat dalam bekerja.

Hal ini didukung oleh sebuah pernyataan Edwin B Flippo yang menyatakan bahwa motivasi merupakan suatu keahlian, dalam menggerakkan pegawai dan organisasi agar mau bekerja secara berhasil, sehingga keinginan para pegawai dan tujuan organisasi sekaligus tercapai.

4. *Quantum Leap* perusahaan sebagai motivasi nyata berkelanjutan

Karyawan yang paling berperan dalam menghadapi persaingan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) adalah seorang tenaga SS. Mereka adalah tenaga-tenaga yang disiapkan perusahaan yang berkemungkinan

untuk tidak hanya didaerah dalam Negeri saja, tetapi ketika perusahaan tahu bahwa seorang SS mempunyai kemampuan dan prestasi didaerah tersebut, maka perusahaan akan memberikan pembekalan, memberikan tindakan-tindakan antisipasi agar ketika MEA diberlakukan maka SS akan siap untuk di *expand*-kan atau dikembangkan tidak hanya mengurus kebutuhan petani dan memenangkan persaingan di Internal dalam Negeri saja, tetapi juga di Luar Negeri. Maka segala kebutuhan untuk membekali tenaga SS lebih pada tindakan-tindakan antisipasi. Sehingga tujuan dari dibekalnya tenaga SS adalah untuk bisa bersaing dengan pesaing-pesaing Luar Negeri dengan menekankan pada *how to communicate*.

PT Petrokimia Gresik yang merupakan perusahaan pupuk terlengkap se-Asean ini mengandalkan tenaga-tenaga *Sales Supervisor* perusahaan yang dibentuk untuk menjadi *leader* perusahaan bahkan menjadi PR perusahaan. *Sales Supervisor* adalah petugas lapangan yang ditempatkan oleh perusahaan sebagai *frontliners* yang bertugas menyampaikan informasi dari sisi perusahaan, dan menggali informasi dari sisi pelanggan misalnya keluhan pelanggan terhadap kualitas produk.

Dengan adanya tenaga *Sales Supervisor*, secara tidak langsung visi dan misi perusahaan telah terlaksana sesuai dengan harapan. Karena SS memiliki fungsi ganda dalam menjalankan tugasnya, yaitu sebagai tenaga pemasar, mediator dan PR perusahaan.

