

INTEGRITAS: KONSEP DAN PRAKTIK DALAM BISNIS



Editor

Prima Naomi | Handrix Chris Haryanto

Tim Penulis

Iia Mayasari | Handrix Chris Haryanto | Tia Rahmanis

Ahmad Azmy | Handi Rizza | Agung Priyono |

Adrian A Wijanarko | Iyus Wiadi | Auliya Rahma Putri |

M. Subhi-Ibrahim | Dhea Dayurangi Maghatruh | Ayocningsih Dyah W. |

Gilang Cempaka | Eko Fristiawanto

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Paramadina,
Jakarta*

Ririn Tri Ratnasari | Sri Hartini | Muhammad Ihsanuddin
Nisful Laila | Gancar C. Promasanto | Masmira Kurniaswati
*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga,
Surabaya*

INTEGRITAS: KONSEP DAN PRAKTIK DALAM BISNIS

Editor

Prima Naomi | Handrix Chris Haryanto

Tim Penulis

lin Mayasari | Handrix Chris Haryanto | Tia Rahmaniana

Ahmad Azmy | Handi Risza | Agung Priyono

Adrian Wijanarko | Iyus Wiadi

Auliya Rahma Putri | M. Subhi-Ibrahim

Dhea Dayuranggi Meghatruh | Ayoeningsih Dyah W.

Gilang Cempaka | Eko Fristiawanto

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Paramadina,
Jakarta*

Ririn Tri Ratnasari | Sri Hartini | Muhammad Ihwanudin

Nisful Laila | Gancar C. Premananto | Masmira Kurniawati

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga,
Surabaya*

[Halaman ini sengaja dikosongkan]


DIVISI PENERBIT & PERCETAKAN
PT. RAJAWALI BUANA PUSAKA

INTEGRITAS. KONSEP DAN PRAKTIK DALAM BISNIS

Perpustakaan Nasional RI Katalog Dalam Terbitan (KDT)

ISBN 978-623-7787-55-6
viii; 328 hlm.; 23 cm.
Cetakan ke-1, September 2021

Editor
Prima Naomi
Handrix Chris Haryanto

Tim Penulis
Iin Mayasari, Handrix Chris Haryanto, Tia Rahmania
Ahmad Azmy, Handi Risza, Agung Priyono, Adrian A Wijanarko,
Iyus Wiadi, Auliya Rahma Putri, M. Subhi-Ibrahim, Dhea Dayuranggi
Meghatruh, Ayoeningsih Dyah W., Gilang Cempaka, Eko Fristiawanto
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Paramadina, Jakarta

Ririn Tri Ratnasari, Sri Hartini, Muhammad Ihwanuddin, Nisful Laila,
Gancar C. Premananto, Masmira Kurniawati
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga,
Surabaya**

Desain Sampul
Tim Kreatif Ranka Publishing

Penerbit
Ranka Publishing
Divisi Penerbit dan Percetakan
PT Rajawali Buana Pusaka
Depok
HP / WA: +62 813 8326 6266
e-mail: rajawalibuanaprinting@gmail.com

Anggota IKAPI
No. 374/JBA/2020

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak isi buku ini, baik sebagian maupun seluruhnya dalam bentuk
cetak atau digital, tanpa izin dari penerbit

KATA PENGANTAR

Di tengah pandemi Covid-19 ini, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Paramadina - Jakarta serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga - Surabaya bersemangat untuk melaksanakan kegiatan penulisan konsep dan studi kasus dengan tema prinsip integritas dalam pelayanan sektor publik/swasta untuk mendukung keefektifan kinerja. Studi ini membahas terkait dengan determinan dan konsekuensi integritas permasalahan definisi dan pengukuran konsep integritas, integritas: masalah *personal traits* ataukah sistem, integritas dalam berbisnis: *business ethics index*, pembentukan integritas, dan kasus-kasus integritas sektor swasta serta integritas dalam konsep agama.

Penulisan studi kasus ini diupayakan untuk bisa menjadi bahan pembelajaran bagi para mahasiswa, pengajar, dan mitra Universitas serta publik. Khusus untuk mahasiswa, terkait dengan pelaksanaan kurikulum yang sudah dilaksanakan, akan berjalan bagus apabila didukung dengan pengayaan pembelajaran berdasarkan kasus nyata. Dengan demikian akan menjadi bahan masukan bagi mahasiswa untuk mengetahui dinamika perusahaan dalam membangun dan menegakkan integritas pada perusahaannya. Untuk publik, penulisan studi kasus ini bisa menjadi referensi dalam pemahaman integritas di

sektor swasta. Terakhir, tulisan buku ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran perbaikan penulisan buku ini di masa yang akan datang, kami tunggu. Terima kasih.

Jakarta dan Surabaya, Juni 2021

Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DETERMINAN INTEGRITAS	
Ririn Tri Ratnasari	1
KONSEKUENSI INTEGRITAS	
Ririn Tri Ratnasari	41
INTEGRITAS DALAM TATARAN KONSEP DAN DIMENSI	
Iin Mayasari Handrix Chris Haryanto Tia Rahmania	75
INTEGRITAS: MASALAH PERSONAL TRAITS ATAUKAH SISTEM?	
Sri Hartini Muhammad Ihwanudin	107
BUSINESS ETHICS INDEX DAN BUSINESS ETHICS NATIONAL INDEX	
Ahmad Azmy Handi Risza Agung Priyono	127
INTEGRITAS DALAM PERSPEKTIF ISLAM	
M. Subhi-Ibrahim Dhea Dayuranggi Meghatruh	171

**PENGUATAN INTEGRITAS SEKTOR SWASTA:
STUDI PADA PT PUMA LOGISTICS INDONESIA
DAN PT KELOLA MINAT LAUT**

Nisful Laila 207

**MEWUJUDKAN PELAYANAN SEKTOR PUBLIK MENUJU
ZONA INTEGRITAS DAN WILAYAH BEBAS DARI
KORUPSI (WBK): STUDI PADA MUSEUM BASOEKI
ABDULLAH**

Ayoeningsih Dyah W. | Gilang Cempaka | Eko Fristiawanto 243

**BAGAIMANA MEMBENTUK INTEGRITAS DALAM
ORGANISASI?**

Adrian A Wijanarko | Iyus Wiadi | Auliya Rahma Putri 269

**MEMBANGUN INTEGRITAS PADA
PT TOYA INDO MANUNGGAL**

Gancar C. Premananto | Masmira Kurniawati 305

BIOGRAFI PENULIS 317

DETERMINAN INTEGRITAS

Ririn Tri Ratnasari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga

Dalam konteks berbisnis, integritas sangat penting untuk dimiliki oleh setiap pelaku bisnis. Integritas ini dapat menjaga reputasi sebuah bisnis dan menjaga hubungan baik dengan pemangku kepentingan serta kepuasan pelanggan (Hanapiyah *et al.*, 2019). Integritas dapat memengaruhi cara seorang pelaku bisnis dalam memandang berbagai hal yang benar untuk diterapkan pada bisnisnya. Seorang pelaku bisnis dikatakan memiliki integritas yang tinggi bila aktivitasnya selaras dengan nilai-nilai yang baik (Manap *et al.*, 2005). Biasanya, seorang pelaku bisnis yang memiliki integritas dalam dirinya akan menghasilkan kinerja yang baik dan dapat mempengaruhi level loyalitas seseorang tersebut terhadap pekerjaan atau bisnisnya. Selain itu, seorang pelaku bisnis yang berintegritas juga akan senantiasa untuk menjadi seseorang yang bertanggung jawab dan mempunyai dedikasi yang tinggi. Biasanya orang tersebut akan mengedepankan nilai keikhlasan saat menjalankan bisnisnya. Dengan kata lain, seorang pelaku bisnis yang memiliki integritas dalam berbisnis akan mengedepankan prinsip moralnya dengan hati nurani yang bersih, penuh dengan keadilan, berlaku jujur dan tidak pernah memiliki rasa takut kepada siapapun, kecuali terhadap Tuhannya. Sebaliknya, seorang pelaku bisnis yang tidak

MEMBANGUN INTEGRITAS PADA PT TOYA INDO MANUNGGAL

Gancar C. Premananto | Masmira Kurniawati
*Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Airlangga*

PT. TOYA INDO MANUNGGAL (TIM) merupakan perusahaan berlokasi di Sidoarjo, Jawa Timur yang bergerak di bidang produksi dan distribusi barang-barang kimia berupa *basic chemicals*, *agrochemicals*, *specialty chemicals*, dan bahan kimia lainnya. Perusahaan ini didirikan dengan tujuan untuk menyediakan suplai bahan-bahan kimia industri yang dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan di bidang industri kimia.

Perusahaan dibangun dari sebuah perusahaan kecil yang awalnya hanya memiliki karyawan 3 orang, dan saat ini telah memiliki 100 orang karyawan.

Deskripsi Perusahaan

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan industri di Indonesia, kebutuhan akan bahan-bahan kimia penunjang industri semakin meningkat. Keberadaan sebuah perusahaan penyedia dan distributor

[Halaman ini sengaja dikosongkan]

bahan-bahan kimia yang handal dan terpercaya sangat dibutuhkan oleh perusahaan di bidang industri kimia.

Berdasarkan *Company Profile* (2019), PT. TOYA INDO MANUNGGAL (TIM) didirikan sebagai perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan distribusi barang-barang kimia. *Basic Chemicals*, *Agro Chemicals*, dan *Speciality Chemical* yang diproduksi digunakan secara luas untuk kebutuhan proses industri, water treatment, dan waste water treatment.

VISI:

Menjadi salah satu perusahaan pemasok bahan-bahan kimia yang terdepan dan dapat diandalkan oleh perusahaan-perusahaan pelanggan dan mitra bisnis

MISI:

Meningkatkan daya saing perusahaan dengan mengoptimalkan layanan yang terbaik bagi semua perusahaan-perusahaan pelanggan dan mitra bisnis yang melingkupi ragan dan kualitas produk, ketepatan waktu, keamanan, sistem kerjasama, dan fleksibilitas sesuai dengan Motto perusahaan kami.



Gambar 1. Logo PT TOYA

Untuk menjaga dan mempertahankan kinerja yang terbaik, perusahaan didukung oleh sumber daya manusia yang ahli, terampil, dan berpengalaman di bidangnya. Aspek keselamatan kerja selalu menjadi prioritas utama yang diterapkan kepada sumber daya manusia dan peralatan yang dimiliki. Semua tenaga ahli telah dibekali oleh pengetahuan dan ketrampilan mengenai Prosedur Keselamatan Kerja dan Bahan Berbahaya dan Beracun. Persiapan ini diterapkan dengan disiplin dalam semua proses produksi dan layanan

kami yang meliputi aktifitas bongkar muat, pengepakan, pengiriman, dan lain-lain. Hal ini PT TIM lakukan untuk melindungi aset dan juga untuk menjaga kondisi lingkungan sekitar lokasi pabrik kami pada level yang aman.

PT TIM bertekad untuk terus memberikan layanan yang terbaik. Hal ini dilakukan sebagai salah satu komitmen bagi pelanggan yaitu untuk menjamin kepuasan mereka. Salah satu nilai tambah dari PT. TIM adalah layanan dan kinerja kami dalam melayani pelanggan.

Untuk proses pengiriman dan unloading, perusahaan dilengkapi dengan:

1. Sistem transportasi yang aman

PT TIM menggunakan armada pengiriman yang memenuhi standar keamanan, dilengkapi oleh label dan informasi yang memadai tentang bahan kimia yang dibawa.

2. Peralatan keamanan personel

PT TIM selalu mewajibkan operator untuk menggunakan fasilitas perlengkapan keamanan personel yang memenuhi standar keselamatan.

Untuk menjamin proses pengiriman, perusahaan kami dilengkapi oleh armada pengiriman berupa:

1. Mobil tangki Rubber lining, dengan kapasitas 10-28 ton
2. Mobil tangki Stainles steel, dengan kapasitas 10-30 ton
3. Mobil tangki Carbon steel tank, dengan kapasitas 10-25 ton

Special Packaging, sesuai permintaan seperti drum, isotank, IBC, pail, zak/bag, tabung dan sebagainya.

PT TIM selalu memfokuskan perhatian maksimal pada tindakan pencegahan kecelakaan, menekan tingkat potensi kerugian pada level paling rendah yang diakibatkan oleh kerusakan bahan kimia, alat, dan efektifitas jam kerja.

PT. TIM menyadari dan mengerti tentang kebutuhan pelanggan. Untuk itu, PT TIM selalu berusaha memenuhi permintaan pelanggan dengan kualitas spesifikasi produk yang diminta dengan harga yang bersaing di pasar. Kualitas produk dijamin dengan Sertifikat Hasil Analisa yang selalu dilampirkan pada kemasan dan dapat

dipercaya. Semua produk yang dihasilkan telah melalui rangkaian proses produksi yang lengkap dan aman. Semua proses produksi dijalankan dan diawasi ketat oleh teknisi dan tenaga ahli yang menjamin kualitas hasil akhir. Fasilitas laboratorium dilengkapi dengan peralatan canggih yang mendukung tingkat akurasi bahan kimia yang dihasilkan.

Terdapat budaya perusahaan yang wajib diikuti oleh seluruh anggota perusahaan.

1. **Time Proper:** Memberikan penghargaan terhadap modal dasar kehidupan yang tidak terbarukan yaitu waktu, disiplin, ketepatan dan kecermatan waktu dalam menyelesaikan persoalan. Tidak membiarkan persoalan sehingga melebar ke mana-mana hingga hilang ditelan waktu (*gone with the wind*).
2. **Outcomes:** Berorientasi pada hasil, fokus pada penyelesaian masalah bukan pada masalahnya, membuat sederhana persoalan yang rumit bukan membuat kerumitan hal yang seharusnya mudah.
3. **Yield Highly:** Memberikan manfaat tinggi, meningkatkan produktivitas, menggunakan sumber-sumber daya secara efektif dan efisien, menurunkan limbah (*waste*), menghindari kerugian luar biasa.
4. **Actual Continues Improvement:** Menjalankan perbaikan berkelanjutan secara nyata, intinya adalah memperbaiki yang sudah ada di tangan dan menghasilkan inovasi baru yang belum ada.

Pembahasan selanjutnya adalah didasarkan wawancara langsung dengan Direktur Utama PT. Toya Indo Manunggal, Bapak Ir. Yan Suhirmanto, M.Hum., M.M. Wawancara dilakukan melalui handphone dengan sepersetujuan narasumber.

Permasalahan Integritas

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang produksi bahan-bahan kimia dan agrokimia, PT Toya merupakan perusahaan yang

beroperasi secara B2B. PT Toya perlu melakukan proses pendekatan personal kepada para pelanggan dan mitra pemasok.

Permasalahan yang harus dihadapi perusahaan di awal beroperasi adalah membangun kepercayaan eksternal, yakni dari para pelanggan bisnis dan mitra. Untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan dan mitra maka PT Toya harus mampu membangun integritasnya. Hal ini disampaikan oleh Bapak Yan, sebagai berikut,

"...jadi yang kami jual keluar adalah integritas kita supaya dikenal oleh pelanggan dan bisnis-bisnis yang lain..."

Kesadaran terhadap nilai penting membangun integritas sejalan dengan apa yang disampaikan Hanapiyah *et al.* (2019) bahwa menjaga integritas akan berkaitan erat dengan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

Permasalahan kedua, adalah kelanjutan dari aktivitas membangun kepercayaan internal, yakni ketika perusahaan telah mendapatkan pelanggan yang semakin besar. PT TIM harus mampu menata kondisi internalnya, yakni membangun sistem yang menjadikan perusahaan memiliki integritas secara lebih terstruktur, dan bukan hanya karena berpaku pada seorang sosok pimpinan.

"tinggal yang eksternal tersebut kami berusaha untuk tarik ke dalam, kami berusaha untuk merapatkan barisan kembali, orang-orang yang sudah mulai dari awal berusaha untuk kami tanamkan benar-benar integritasnya."

Bagaimana PT Toya Membangun Integritas

Bagaimana PT TIM membangun integritasnya, didiskusikan lebih lanjut menjadi 3 kelompok utama, yakni bagaimana membangun integritas Eksternal, Internal dan menjaganya.

1. Membangun Integritas Eksternal

a. Membangun *personal branding*

Ketika perusahaan masih kecil dan dalam tahap awal, untuk mendapatkan kepercayaan konsumen sangatlah diperlukan nama baik dari pemilik usaha.

“..keberadaan seorang pemimpin (leader) sangatlah diperlukan untuk memberikan keyakinan keluar bahwa apa yang kita tawarkan, visi misi yang kita bawa itu benar-benar dipercaya oleh pihak luar.”

b. Menjaga Kualitas

Perusahaan harus dapat menunjukkan dan menjaga kualitas produknya dapat dipercaya.

“..kualitas itu yang utama. Kualitas itu kan mengandung unsur integritas. Karena bisa aja bohong, tidak seperti sebenarnya. Jika kita punya, kita pegang integritas kita sehingga mereka mengetahuinya.”

2. Membangun Integritas Internal

a. Tauladan dari Pemilik

Pemilik usaha harus mampu memberikan contoh keteladanan bagi karyawannya.

“setelah ini membesar, saya sebagai leader di depan memberikan contoh dan visi misi yang baik.... Yang paling mudah masalah leader kan ya Pak, apabila di perusahaan, yang dilihat adalah leader nya. Apabila leader dapat memberikan contoh yang baik, misalnya kualitas. Ketika kita jual pupuk, kadarnya harus sekian, kalo urea seperti ini, kita sebagai leader jangan memberikan perintah yang menyalahi seperti oh iya ini kamu turunkan kadarnya atau beratnya dikurangi dan sebagainya. Misalkan sekali saja kita memberikan contoh ke staff, maka itu akan membekas dan nantinya akan diajukan acuan. Begitu kita kasih contoh kepada staff bahwa harus menjaga mutu,... jadi memang di tahap awal seperti itu saya kasih contoh langsung.”

b. Ketegasan Pimpinan

Pimpinan harus dapat menunjukkan bahwa kualitas bukanlah sesuatu yang dapat ditawar-tawar, karena hal tersebut dapat menjadikan konsumen menjadi kecewa, dan tidak mempercayai kontinuitas dari kualitas produk.

“selaras antara apa yang ditulis dan diucapkan dengan tindakan (action) yang ada diluar... apa yang sudah kita yakini harus kita pegang, adanya komitmen dengan konsumen..... tapi jika masalah

kualitas, jangan sekalipun dikasih pengecualian. Jika sekali dikasih maka itu dapat turun ke staff-staff yang berikutnya ”

c. Membangun Budaya

Budaya adalah berbagai hal yang dapat menjadi pembentuk kebersamaan antar anggotanya. Nilai-nilai dan tradisi yang dibentuk pimpinan, akan menjadi hal yang diteruskan pada generasi berikutnya.

“yang memberikan ruh nya perusahaan... maka itu nantinya akan membesar seperti bola salju (snowball effect) yang kemudian akan menjadi budaya perusahaan.”

d. Pengembangan SDM.

Ketika perusahaan sudah semakin besar, pimpinan harus mampu menciptakan sistem dan orang-orang internalnya yang mampu mempertahankan budaya yang dibangun perusahaan

“Setelah itu, kami melakukan recruiting, berdasarkan kepercayaan kepada talent-talent, nah setelah ini membesar, saya sebagai leader di depan memberikan contoh dan visi misi yang baik, maka mau tidak mau harus diikuti dengan mengembangkan sumber daya yang ada.... Yang jelas kembali ke sikap nya (attitude), kemudian pengetahuan (knowledge), dan kemampuan (skill)”

Selain proses rekrutmen yang memerlukan penelusuran terhadap sikap dan pengetahuan tertentu. PT TIM juga melakukan berbagai pelatihan Leadership.

“Tapi untuk pendekatan seperti sekarang, saya harus bisa menduplicate diri saya sendiri karena saya tidak terus menerus memimpin perusahaan.... Kami mencoba mengadakan pelatihan seperti pelatihan leadership dengan mengundang dosen-dosen seperti dosen UNAIR.”

Salah satu upaya pengembangan SDM, adalah pembinaan spiritualitas SDM.

“Tapi selain itu, saya lebih condong mencoba menanamkan spiritualitas setiap harinya.... Ya biasanya kumpul informal dengan para pemimpin perusahaan. Biasanya setiap tahun sekali

kita kumpul dengan semua pemimpin departemen dan kita review tahunan. Masing-masing departemen nanti presentasi lalu kita briefing, disitu biasa saya tanamkan."

e. Pengamatan Track Record

Sebagai bagian menjaga integritas, PT Toya juga melakukan pemilihan terhadap mitra kerjanya.

"Padahal pihak eksternal nya sendiri adalah perusahaan yang kita tolong karena collapse. Kita tolong agar menjadi distributor kita, mengajarkan apa yang ada di dalam. Namun ternyata seperti itu. Makanya sekarang saya melihat jika riwayatnya buruk ya tidak usah ditolong karena ruginya miliaran itu."

3. Menjaga Integritas Internal dan Eksternal

Ketika integritas telah terbangun, menjaga kedisiplinan dan integritas menjadi tantangan berikutnya. Beberapa karyawan tentu pernah melakukan kesalahan, bahkan ada yang mengarah pada kriminalitas.

"Kalau "nakal" ya pasti ada. karyawan pun juga ada, cuman ya kita harus pilah-pilah. Karyawan kita kan bukan malaikat, ya manusia."

Salah satu hal yang dilakukan Bapak Yan Suhirmanto adalah menegakkan pemantauan dan pembinaan langsung terhadap karyawan yang bermasalah.

"Misalkan sekarang dia sukanya kerja lambat atau suka menggambar itu biasanya saya jadikan motivator untuk kontrol teman-teman supaya dia tau rasanya ngejar-ngejar orang yang gak selesai kerjanya itu seperti apa."

Yang menarik lebih lanjut adalah, PT TIM hingga saat ini belum pernah melakukan PHK terhadap karyawannya. Aktivitas pembinaan lebih dipilih oleh PT TIM untuk mengatasi berbagai permasalahan SDM.

"Selama ini kami belum pernah men-PHK. Jadi selama perusahaan berdiri belum pernah ada. Memang kami temukan ada orang yang tidak ber-integritas bahkan melakukan kejahatan (crime) namun mereka sudah mengakui kesalahannya dan menyatakan permintaan maaf kepada perusahaan. Jadi masih tetap bekerja hingga saat ini. Ada beberapa

kasus. Yang seperti ini memang ada pihak-pihak luar yang memanfaatkan mereka, kerjasama dengan pihak luar agar mereka tidak loyal terhadap perusahaan. Iming-iming nya ya seperti perusahaan ini kaya masa kamu hanya seperti ini. Yang seperti itu hingga akhirnya terpengaruh dengan pihak luar yang buruk. Kerjasama mencuri dan sebagainya yang kebetulan saya pernah menangkap sendiri yang seperti itu"

Bahkan untuk mitra kerja yang bermasalah, PT TIM dapat berlaku tegas menerapkan jalur hukum,

"Iya Pak, kita kasih peringatan. Kalau tidak ya seperti yang memiliki Garden Palace baru juga kita pailitkan lewat jalur hukum. Karena tidak memiliki integritas oleh karena itu saya pailitkan. Untuk apa orang yang tidak memiliki integritas. Tapi kalo dia crime ya saya laporkan ke Polda seperti itu."

Untuk lebih menunjukkan terjaganya kualitas, PT TIM juga mengikuti berbagai manajemen mutu melalui ISO.

"Untuk kita sekarang, yang manajemen mutu 90001/2015 sudah, kemudian lingkungan dan keselamatan kerja merupakan ISO yang sudah kami terapkan.."

Konsekuensi Integritas

Dalam wawancaranya Bapak Yan menyatakan bahwa membangun integritas walaupun dalam jangka pendek tidak terlihat menjanjikan, namun dalam jangka panjang, dapat membangun loyalitas konsumen. Hal ini tampak dalam cerita yang disampaikan sebagai berikut,

"Hampir semua klien kami loyal, bahkan ada yang mulai dari tahun 2000 sebelum kita ada hingga sekarang masih tetap menjadi klien kami. Rata-rata klien kami loyal... Iya, contoh Pak ini, dulu kalau kami tender di PT. ABC, dalam tender urea, kami tidak pernah menang karena harga kita kalah. Cuman setelah kita analisa kenapa kita bisa kalah, ya pasti ternyata itu barang campuran, barang tidak resmi, barang ilegal, atau milik petani. Sedangkan yang punya kita ini adalah barang resmi yang kualitasnya bagus dan memang tidak ada campuran yang lain. Kompetitor kita punya harga murah namun saya bilang tidak usah dilawan ini karena kita tidak bisa melawan barang yang ilegal dan barang curian, kita tetap saja di jalurnya yang benar. Akhirnya sekarang

Pak, seiring berjalannya waktu setelah 5 tahun, akhirnya yang pesaing-pesaing seperti itu yang bisnis abu-abu tidak dapat berkompetisi dengan era keterbukaan yang seperti sekarang. Mereka sudah mati dan nggak bisa. Dan akhirnya sekarang kami yang supply 100% urea ke PT. ABC, tidak ada yang bisa mengalahkan kita.”

Konsumen yang tidak loyal seringkali adalah konsumen yang hanya mencari harga rendah dan tidak peduli pada kualitas.

“Iya betul, kecuali ada 1-2 klien yang tidak peduli ini barang apa yang penting murah.. Iya benar seperti itu Pak, biar saja pasti dia akan kembali, jika menyimpangi pasti suatu saat dia akan rugi nantinya, entah jangka pendek atau pun jangka panjang”

Integritas di Masa Pandemi

Di masa pandemik, PT TIM malah aktif untuk melakukan aktivitas berbagi. PT TIM memproduksi hand sanitizer bukan untuk kepentingan komersial, bahkan sempat mengisi kekosongan akibat tingginya permintaan hand sanitizer di awal pandemik 2020. Dan hal itu meningkatkan integritas PT TIM di mata stakeholdernya.

Menjaga integritas dan kualitas menghadapi tantangan di masa pandemik, mengingat adanya aktivitas *working from home* (WFH) dan menjaga jarak, dapat membatasi adanya pengawasan dan pembinaan. Namun PT TIM, ternyata juga dapat mengatasi permasalahan pandemik dengan melakukan komunikasi intens melalui media sosial Telegram.

“Dari situasi Covid19 ini, kami benar-benar memanfaatkan IT Pak. Mau nggak mau harus mendorong IT, komunikasi resmi menggunakan media telegram. Disitulah letak integritas untuk saat ini, cepat lambatnya merespon masalah dan kita resmikan adalah menggunakan telegram. Sebenarnya tidak masalah dalam masa pandemi seperti ini. Alhamdulillah seluruh staff selama pandemi ini belum pernah ada yang positif.”

Penutup

Membangun Integritas internal dan eksternal sangat diperlukan perusahaan untuk membangun loyalitas jangka panjang dari konsumen. Hal ini juga sejalan dengan materi sebelumnya mengenai determinan dari Integritas yang dapat dikelompokkan menjadi 2 faktor, yakni internal dan eksternal (Victoria, 2008). Untuk itu salah satu nilai penting yang dominan adalah Kepemimpinan yang kemudian akan berlanjut pada budaya, SOP, pelatihan karyawan dan penegakkan integritas.

DAFTAR PUSTAKA

Company Profile PT Toya Indo Manunggal, 2019.

Hanapiyah, Z.M., Daud, S. & Abdullah, W.M.T.W. (2019). Maintaining Integrity among Employees through Empowerment Religiosity and Spirituality. *International Journal of Business, Economics and Law*, 19 (2), 38-46.

Victoria, Y. (2008). Pengaruh Loyalitas Karyawan terhadap Arah Visi dan Misi, Jakarta.

BIOGRAFI PENULIS

Ririn Tri Ratnasari



Dr. Ririn Tri Ratnasari dengan Scopus ID 57203635064 dan ORCID ID 0000-0003-1126-4012 adalah dosen tetap pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga (Unair). Saat ini menjadi Reviewer pada *Journal of Sustainable Finance & Investment* (Scopus Q1), *International Journal of Gender and Entrepreneurship* (Scopus Q1), *Journal of Islamic Marketing* (Scopus Q2), *Journal of Islamic Accounting and Business Research* (Scopus Q3), *Jurnal Al-Uqud* (Sinta 2), *Journal of Economics and Business Islamic/JEBIS* (Sinta 2), *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan/JESTT* (Sinta 3), *Agrokreatif Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat* (Sinta 4), dan Editor pada *Jurnal Upajiwa Dirgantara Magister Manajemen UST*. Buku yang telah dipublikasikan adalah *Manajemen Pemasaran Jasa*; *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*; *Dasar-dasar Pemasaran Syariah*; *Praktik Waqaf Uang Berbasis Wirausaha*; dan *Model Islamic Corporate Governance pada Pengelola Wakaf Uang Berbasis Wirausaha*. Sedangkan *book chapter* yang telah dihasilkan berjudul *Zakat dan Pemberdayaan*; juga *Buku Daras Manajemen*.