

# **Analisis Penerapan Nilai-Nilai Pancasila dan Strategi Kepuasan Pelanggan di Dalam Visi, Misi, dan Nilai-Nilai Perusahaan Manufacturing di PT. AW Faber Castell, Bekasi**

*(Analysis of the Implementation of Pancasila Values and Customer Satisfaction Strategies in the Vision, Mission, and Values of Manufacturing Companies at PT. AW Faber Castell, Bekasi)*

Oleh:

**Mohammad Fauzan; Suminar; Ricy Armiansyah; Ratnasari; Anna Wulandari**

*Magister Manajemen Universitas Pelita Bangsa*

[mfauzan61084@gmail.com](mailto:mfauzan61084@gmail.com); [minararjaya@gmail.com](mailto:minararjaya@gmail.com); [ricyarmiansyah.pb.b21@gmail.com](mailto:ricyarmiansyah.pb.b21@gmail.com);

[ratna.roybian01@gmail.com](mailto:ratna.roybian01@gmail.com); [anna.wulandari@pelitabangsa.ac.id](mailto:anna.wulandari@pelitabangsa.ac.id)

## **ABSTRAK**

*Pancasila merupakan ideologi bangsa Indonesia yang menjadi dasar negara dan falsafah hidup bangsanya. Fenomena yang terjadi yaitu implementasi nilai-nilai Pancasila belum terealisasi dengan baik.. Di sisi lain untuk memenangkan dan bertahan di kompetisi bisnis, perusahaan perlu melakukan manajemen strategi salah satunya strategi kepuasan pelanggan. Analisis ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat penerapan nilai-nilai pancasila di dalam visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan sekaligus strategi kepuasan pelanggan di PT AW Faber Castell, Bekasi. Metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan artikel ini, yaitu dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Dalam metode ini penulis mengumpulkan data yang diperoleh melalui pengkajian buku, artikel, dan karya ilmiah lainnya serta dokumen resmi dari perusahaan mengenai visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan. Hasil dari penelitian ini adalah penerapan nilai-nilai pancasila di dalam visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan diterapkan dengan baik oleh perusahaan PT AW Faber Castell meskipun penerapan sila ke-1 tidak tersurat di dalam dokumen resmi perusahaan tetapi pada pelaksanaannya dilakukan dengan baik oleh perusahaan Hasil analisis juga menggambarkan bahwa strategi kepuasan pelanggan dilaksanakan secara baik oleh perusahaan yang tergambar di dalam visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan, selain itu juga ternyata strategi kepuasan pelanggan ini terkolaborasi dan sangat berkaitan erat dengan nilai-nilai pancasila walaupun tidak semua sila tergambar adanya strategi kepuasan pelanggan Hasil dari analisis ini menjawab fenomena di awal bahwa nilai-nilai dasar Pancasila masih diterapkan dengan baik oleh perusahaan di Indonesia dan mampu berkolaborasi dengan strategi kepuasan pelanggan. Sehingga dengan adanya artikel ini bisa menjadi contoh penerapan nilai pancasila yang berkolaborasi baik dengan manajemen strategi yang pada akhirnya dapat membuat sebuah perusahaan selain bisa mempertahankan jati diri bangsa juga dapat bersaing di dunia bisnis.*

### **Kata kunci:**

*Pancasila, Visi-Misi, Nilai-Nilai Perusahaan, Strategi Kepuasan Pelanggan*

## **ABSTRACT**

*Pancasila is the ideology of the Indonesian nation which is the basis of the state and the philosophy of life of the nation. The phenomenon that occurs is that the implementation of Pancasila values has not been realized properly. On the other hand, to win and survive in business competition, companies need to carry out strategic management, one of which is customer satisfaction strategy. This analysis was conducted with the aim of looking at the implementation of Pancasila values in the company's vision,*

*mission, and values as well as customer satisfaction strategies at PT AW Faber Castell, Bekasi. The research method used in making this article, namely by using qualitative research methods. In this method the author collects data obtained through the study of books, articles, and other scientific works as well as official documents from the company regarding the company's vision, mission, and values. The result of this research is that the implementation of Pancasila values in the company's vision, mission, and values is well implemented by the company PT AW Faber Castell although the implementation of the 1st principle is not stated in the company's official documents but in its implementation it is carried out well by The results of the analysis also illustrate that the customer satisfaction strategy is well implemented by the company which is reflected in the company's vision, mission, and values, besides that it also turns out that this customer satisfaction strategy is collaborative and very closely related to Pancasila values, although not all of the principles are illustrated the existence of a customer satisfaction strategy. The results of this analysis answer the phenomenon at the beginning that the basic values of Pancasila are still well applied by companies in Indonesia and are able to collaborate with customer satisfaction strategies. So that this article can be an example of the application of Pancasila values that collaborate well with strategic management which in the end can make a company, apart from being able to maintain national identity, can also compete in the business world.*

**Keywords:**

*Pancasila, Vision-Mission, Company Values, Customer Satisfaction Strategy*

## **Pendahuluan**

Setiap negara di dunia pasti memiliki sebuah ideologi yang pedoman hidup bangsanya. Ideologi ini menjadi standar hidup berbangsa dan bernegara demi terciptanya Negara yang damai, aman, dan sejahtera. Pancasila merupakan ideologi bangsa Indonesia yang menjadi falsafah hidup bangsanya serta memiliki kedudukan sebagai paradigma pembangunan nasional. Secara filosofis hakikat kedudukan Pancasila sebagai paradigma pembangunan nasional mengandung suatu konsekuensi bahwa dalam segala aspek pembangunan nasional kita harus mendasarkan pada hakikat nilai-nilai dari sila-sila Pancasila (Calam dan Sobirin, 2008).

Pancasila sendiri sebagai ideologi dasar negara mengandung lima nilai luhur yang terdiri dari ketuhanan, kemanusiaan, persatuan, kerakyatan, dan keadilan. Dalam kelima prinsip tersebut hendaknya dikembangkan dengan semangat gotong royong: prinsip ketuhanan harus berjiwa gotong royong (ketuhanan yang berkebudayaan, yang lapang, dan toleran), bukan ketuhanan yang saling menyerang dan mengucilkan. Prinsip kemanusiaan universal harus berjiwa gotong royong (yang berkeadilan dan berkeadaan), bukan pergaulan kemanusiaan yang menjajah, menindas, dan eksploitatif. Prinsip demokrasi harus berjiwa gotong royong (mengembangkan musyawarah mufakat), bukan demokrasi yang didikte oleh suara mayoritas atau minoritas elit penguasa pemodal. Prinsip keadilannya harus berjiwa gotong royong (mengembangkan partisipasi dan emansipasi di bidang ekonomi dengan semangat kekeluargaan), bukan visi kesejahteraan yang berbasis individualisme-kapitalisme, bukan pula yang mengekang kebebasan individu seperti dalam sistem etatisme (Yusdita, 2014).

Dewasa ini, implementasi nilai-nilai Pancasila belum terealisasi dengan baik. Bahkan, untuk beberapa lama, Pancasila sepertinya hanya menjadi ungkapan simbolis kenegaraan tanpa jelas implementasinya (Maftuh, 2008). Pancasila yang merupakan ideologi bangsa Indonesia, masih sangat kurang dalam penerapannya yang dikarenakan eksistensi negara-bangsa Indonesia yang pluralistik terancam tamat jika dasar negara dan konstitusi tidak dijadikan ukuran dan acuan dalam berpikir serta berperilaku sebagai warga negara (Rikard dan Bangun, 2011 dalam Supriyanto, 2013). Sehingga, upaya dalam implementasinya perlu lebih ditekankan baik tataran kehidupan kenegaraan maupun tataran kehidupan masyarakat.

Syarat yang harus dipenuhi suatu perusahaan agar sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Levit,1987). Kepuasan pelanggan akan berdampak pada loyalitas pelanggan. Loyalitas merupakan komitmen pelanggan terhadap perusahaan, merk maupun pemasok yang didasarkan atas sikap positif yang tercermin dalam bentuk pembelian atau transaksi berulang secara konsisten. Pelanggan yang puas mereka akan melakukan pembelian ulang akan produk tersebut atau mereka akan merekomendasikan pada orang lain atas produk tersebut sehingga terbentuk loyalitas. Kesetiaan dan kesediaan untuk melakukan transaksi secara terus menerus pada perusahaan yang sama dpt terjadi apabila konsumen merasa puas dengan kinerja perusahaan. Mengabaikan pelanggan merupakan suatu bencana bagi perusahaan lebih baik kita memfokuskan untuk mengetahui bagaimana cara menemukan dan mendapatkan kembali pelanggan yang tidak puas. Pembiayaan untuk mendapatkan kembali pelanggan yang hilang sangat besar biayanya. Oleh karena itu Strategi Kepuasan Pelanggan menjadi salah satu kunci dan strategi penting di sebuah perusahaan agar sukses di dalam persaingan bisnis.

Penelitian dan analisis mengenai nilai-nilai Pancasila sudah banyak dilakukan begitu juga dengan penerapan strategi kepuasan pelanggan di dalam suatu perusahaan. Menurut Nurfatihah et al. (2021) Implementasi nilai-nilai Pancasila dapat menumbuhkembangkan wawasan kebangsaan yang dapat membantu para generasi menemukan jati diri bangsanya dan mulai mencintai budaya bangsanya sendiri. Sebuah makalah Pendidikan kewarganegaraan Mairi, Vitrail Gloria Nancy (2018) menjelaskan tentang pentingnya menerapkan sila ke-5 Keadilan Sosial Bagi seluruh Rakyat Indonesia yang akan tercipta jika masyarakat, pemimpin negeri, dan pemerintah saling bersosialisasi dan bermusyawarah dengan bijak serta saling menghargai pendapat yang tercipta di antara masyarakat, pemimpin negeri serta pemerintah negeri. Menurut Fasochah et al. (2014) disebutkan bahwa strategi kepuasan pelanggan dilakukan untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Sedangkan Musanto, Trisno (2004) di dalam penelitiannya menggunakan empat variabel untuk mewakili kepuasan pelanggan yang meliputi : reliability, response to and remedy of problems, sales experience dan convenience of acquisition. Dari hasil perhitungan diketahui bahwa sales experience memberikan kontribusi terbesar terhadap loyalitas pelanggan di CV. Sarana Media Advertiseng, Surabaya. Jurnal dan makalah tersebut banyak menggambarkan tentang nilai Pancasila dan strategi kepuasan pelanggan. Analisis kolaborasi keduanya sangat menarik untuk dilakukan di dalam perusahaan

Setiap perusahaan pasti memiliki visi, misi, dan nilai-nilai yang ditetapkan sebagai arah dan tujuan perusahaan tersebut berjalan. Dengan adanya ketetapan arahan tersebut diharapkan perusahaan tersebut memiliki satu pedoman bagi seluruh karyawannya dalam beraktivitas kerja sehari – hari. Trend belakangan ini justru banyak sekali budaya dan nilai yang dianut di perusahaan ber" kiblat" ke luar negeri, khususnya pada bidang manufacturing sebut saja sistem KPI (Key Performance Indicare, Balanced Score Card, TPM (Total Productive Maintenance). Budaya tersebut datangnya dari luar negeri dan diadopsi di Indonesia. Secara implementasi hal tersebut sah-sah saja dan wajar karena beberapa pabrik yang ada masih modalnya dimiliki oleh orang luar negeri / asing sehingga praktis budaya atau nilai-nilai yang berjalan di pabrik tersebut sesuai dengan napa yang dibawa para pemilik modal dari luar negeri. Budaya atau nilai tersebut harus tertanam di benak seluruh pimpinan dan karyawan yang ada di pabrik tersebut.

PT AW Faber Castell Indonesia merupakan salah satu perusahaan manufacturing di Indonesia yang banyak menanamkan dan mengadopsi nilai-nilai dari negara luar untuk mengembangkan perusahaannya di Indonesia. Induk perusahaan ini berada di Negara Jerman sehingga wajar system kerja yang dianut banyak mengadopsi dari luar negeri (dalam hal ini negara Jerman). PT AW Faber Castell Indonesia telah memiliki visi, misi, dan nilai-nilai yang dianut oleh perusahaan. Hal ini bisa menjadi kajian menarik apakah visi, misi, dan nilai-nilai

perusahaan tersebut juga mengandung nilai-nilai Pancasila yang merupakan pedoman hidup bangsa Indonesia.

PT AW Faber Castell Indonesia merupakan salah satu perusahaan manufacturing di Indonesia yang memproduksi pensil. Induk dari perusahaan ini berada di negara Jerman. Faber Castell merupakan perusahaan berskala internasional yang sudah berdiri sejak 1726 dan telah memiliki jaringan bisnis di lebih dari 100 negara di seluruh dunia. Sebagai perusahaan yang memproduksi peralatan tulis menulis ternama di dunia, Faber Castell selalu memfokuskan pada kualitas produk sebagai image yang tertanam hingga saat ini. Adapun visi dan misi PT AW Faber Castell ([www.faber-castell.com](http://www.faber-castell.com)) yaitu:

1. Visi "Kami Mengembangkan Potensi Terbaik" bisa diartikan bahwa perusahaan berusaha mengembangkan perusahaan yang berorientasi pelanggan dan memberi pengalaman unik bagi pelanggan. Perusahaan berusaha membuka dan melanjutkan perjalanan sebagai penghargaan terhadap kesuksesan pendahulu dan penghargaan atas kerja keras orang-orang yang berjasa bagi kelangsungan perusahaan PT AW Faber Castell.
2. Misi "Kami Menciptakan Pengalaman Pelanggan yang mengilhami Ekspresi Diri" bisa diartikan perusahaan bekerjasama untuk menjadi lebih dari yang diharapkan. Perusahaan mendorong pelanggan mewujudkan ide menjadi kenyataan dengan penuh inspirasi dan percaya diri. Pelanggan akan merasakan sesuatu yang berbeda Ketika bekerjasama dengan perusahaan. Perusahaan terus melakukan perbaikan dan berinovasi, serta yakin akan setiap peluang.

Selain visi dan misi perusahaan, PT AW Faber Castell juga memiliki sejumlah nilai-nilai perusahaan yang mendukung terhadap terlaksananya visi dan misi perusahaan. Adapun Nilai-nilai perusahaan PT AW Faber Castell ([www.faber-castell.com](http://www.faber-castell.com)) yaitu:

1. Berjiwa kewirausahaan dan Bertanggung Jawab, memiliki makna kewirausahaan mendorong perusahaan menjadi lincah dan selalu mencari peluang baru. Perusahaan terus menatap ke depan dan menggunakan bakat maupun keterampilan untuk mewujudkan impian. Perusahaan bekerjasama secara efisien dan berkolaborasi untuk mencapai tujuan. Perusahaan bertanggungjawab atas semua Tindakan yang diambil.
2. Bergairah dan Langgeng, memiliki makna bahwa jantung perusahaan ini adalah tradisi yang penuh antusiasme, bersemangat, dan dedikasi. Perusahaan hidup dalam tradisi yang percaya sepenuhnya pada apa yang dilakukan dan menjalankan yang diucapkan. Perusahaan menjaga apinya tetap nyala, bukan abunya.
3. Berpikiran Terbuka dan Ambisius, memiliki makna perusahaan adalah pelopor, berani memikirkan hal-hal baru, selalu mengembangkan pola pikir untuk menciptakan produk, pelayanan, dan pengalaman baru. Perusahaan terus berjuang mewujudkan sesuatu yang baru dan lebih baik, serta mengembangkan potensi kreatifitas setiap orang.
4. Mengedepankan Kualitas dan Berkelanjutan, memiliki makna perusahaan melakukan hal yang benar dan luar biasa termasuk dalam hal kualitas. Perusahaan juga mencari solusi yang ramah lingkungan dan ramah sosial untuk melestarikan bumi.

Pancasila adalah ideologi dasar bangsa Indonesia. Pancasila sendiri berasal dari kata panca yang artinya lima dan sila yang artinya peraturan/asas jadi pancasila artinya lima asas yang proses terbentuknya 5 sila telah melalui banyak perdebatan. Pancasila dibuat untuk ditaati oleh seluruh rakyat Indonesia karena pancasila adalah dasar negara yang menjadi pedoman hidup bagi seluruh rakyat Indonesia. Berikut ini adalah kutipan dari UUD 1945 berikut nilai yang merupakan salah satu dari 45 butir nilai Pancasila:

Sila pertama Ketuhanan Yang Maha Esa: (a) Manusia Indonesia percaya dan taqwa terhadap Tuhan Yang Maha Esa, sesuai dengan kepercayaannya masing-masing menurut dasar kemanusiaan yang adil dan beradab, (b) Mengembangkan sikap saling menghormati kebebasan

Mohammad Fauzan; Suminar; Ricy Armiansyah; Ratnasari; Anna Wulandari

menjalankan ibadah sesuai dengan agama dan kepercayaannya masing-masing. Sila kedua Kemanusiaan yang Adil dan Beradab: (a) Mengakui dan memperlakukan manusia sesuai dengan harkat dan martabatnya sebagai makhluk Tuhan Yang Maha Esa, (b) Mengakui persamaan derajat, persamaan hak dan kewajiban asasi setiap manusia, tanpa membedakan suku, keturunan, agama, kepercayaan, jenis kelamin, kedudukan sosial, warna kulit, dan sebagainya. Sila ketiga Persatuan Indonesia: (a) Mampu menempatkan persatuan, kesatuan, serta kepentingan dan keselamatan bangsa dan negara sebagai kepentingan bersama di atas kepentingan pribadi atau golongan, (b) Mengembangkan rasa cinta kepada tanah air dan bangsa. Sila keempat Kerakyatan yang dipimpin oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan/Perwakilan: (a) Sebagai warga negara dan warga masyarakat, setiap manusia mempunyai kedudukan hak dan kewajiban yang sama, (b) Tidak boleh memaksakan kehendak kepada orang lain. Sila kelima Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia: (a) Mengembangkan perbuatan yang luhur, yang mencerminkan sikap dan suasana kekeluargaan dan kegotong-royongan, (b) Mengembangkan sikap adil terhadap sesama.

Ke-5 sila tersebut harus diamalkan dalam kehidupan sehari-hari (Nilai-Nilai Pancasila Sila Ke-1 Sampai Sila Ke-5, Implementasinya sebagai berikut : (dosenpendidikan.co.id)

#### 1. Nilai ketuhanan Yang Maha Esa

Mengandung arti adanya pengakuan dan keyakinan bangsa terhadap adanya Tuhan sebagai pencipta alam semesta. Dengan nilai ini menyatakan bangsa Indonesia merupakan bangsa yang religius bukan bangsa yang ateis. Nilai ketuhanan juga memiliki arti adanya pengakuan akan kebebasan untuk memeluk agama, menghormati kemerdekaan beragama, tidak ada paksaan serta tidak berlaku diskriminatif antar umat beragama.

Nilai-nilai Pancasila yang bisa kita lakukan dalam kehidupan sehari-hari, yaitu: Mengimani adanya Tuhan yang Maha Esa serta mematuhi perintah dan menjauhi larangan-Nya; Saling bertoleransi antar umat beragama; Saling menghormati dan tidak merendahkan agama dan pemeluk agama lainnya (Dewantara, Nurgiansah, et al., 2021). Secara umum dapat dilihat dalam penjelasan berikut ini :

1. Merupakan bentuk keyakinan yang berpangkal dari kesadaran manusia sebagai makhluk Tuhan.
2. Negara menjamin bagi setiap penduduk untuk beribadah menurut agama dan kepercayaan masing-masing.
3. Tidak boleh melakukan perbuatan yang anti ketuhanan dan anti kehidupan beragama. Mengembangkan kehidupan toleransi baik antar intern maupun antar umat beragama.
4. Mengatur hubungan Negara dan agama, hubungan manusia dengan Sang Pencipta, serta nilai yang menyangkut hak asasi yang paling asasi.

Indikator Sikap dan perilaku yang sesuai dengan nilai Pancasila sila Ke-1, antara lain :

- Mempraktekan prinsip **KERJA SEBAGAI IBADAH**, yaitu dengan menunjukkan sikap selalu bersyukur atas setiap pekerjaan yang telah diamanahkan kepada kita, menjalankannya dengan ikhlas dan sepuh hati.
- Memiliki rasa **TAKUT KEPADA TUHAN**, sehingga kita akan selalu berhati-hati dalam bertindak, menjauhi kejahatan, seperti praktek suap/korupsi, dan praktek2 yg merugikan perusahaan tmtpt kita bekerja.
- Tidak mengganggu, menghalangi-halangi atau menghina rekan yang berlainan agama dalam beribadah.
- Mengutamakan **KEJUJURAN** di atas segalanya.
- Percaya bahwa Allah sudah memberikan kelebihan dan kekurangan kepada setiap manusia, sehingga kita wajib mengembangkan setiap potensi yang kita miliki.

## 2. Nilai Kemanusiaan yang Adil dan Beradab

Nilai ini mengandung arti kesadaran sikap dan perilaku sesuai dengan nilai-nilai moral dalam hidup bersama atas dasar tuntutan hati nurani dengan memperlakukan sesuatu hal sebagai mana mestinya. Nilai-nilai pancasila yang bisa kita lakukan dalam kehidupan sehari-hari, yaitu: Mengakui persamaan hak, kewajiban dan kedudukan semua orang sama di mata hukum, sosial, agama dan lainnya; Mengedepankan sikap toleransi atau tenggang rasa antar masyarakat; Berteman dengan siapa saja tanpa membedakan ras, suku, agama dan lainnya (Dewantara & Nurgiansah, 2021). Secara Umum dapat dilihat dalam penjelasan berikut ini :

1. Merupakan bentuk kesadaran manusia terhadap potensi budi nurani manusia dalam hubungan dengan norma-norma kebudayaan pada umumnya.
2. Adanya konsep nilai kemanusiaan yang lengkap, adil dan bermutu tinggi karena kemampuannya berbudaya.
3. Manusia Indonesia adalah bagian dari warga dunia, meyakini adanya prinsip persamaan harkat dan martabat sebagai hamba Tuhan.
4. Mengandung nilai cinta kasih dan nilai etis yang menghargai keberanian untuk membela kebenaran, santun, dan menghormati harkat kemanusiaan

Indikator Sikap dan perilaku yang sesuai dengan nilai pancasila sila ke-2, antara lain :

- MENOLONG teman yang sedang kesusahan.
- Bersikap adil, TIDAK MEMBEDA-BEDAKAN dalam memilih rekan sekerja, bawahan atau customer.
- Memiliki sikap SALING BERBAGI, baik ilmu maupun hal-hal positif lainnya yang dapat meningkatkan pengembangan diri semua bagian, dari level terendah sampai tertinggi.
- Meminta maaf atau MEMAAFKAN apabila melakukan kesalahan.
- HORMAT dan TAAT kepada atasan, meskipun atasan tidak sesuai dengan harapan kita.

## 3. Persatuan Indonesia

Mengandung makna usaha kearah bersatu dalam kebulatan rakyat untuk membina rasa nasionalisme dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia. Persatuan Indonesia sekaligus mengakui dan menghargai sepenuhnya terhadap keanekaragaman yang dimiliki bangsa indonesia. Nilai-nilai pancasila yang bisa kita lakukan dalam kehidupan sehari-hari, yaitu: Bangga menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa dalam pergaulan sehari-hari; Melestarikan kebudayaan Indonesia seperti baju adat, tarian daerah, alat musik daerah dan lain sebagainya dalam kehidupan sehari-hari; Saling bekerja sama dalam menjaga keutuhan NKRI dengan berpegang teuh kepada nilai-nilai pancasila. Secara umum dapat dilihat dalam penjelasan berikut ini :

1. Persatuan dan kesatuan dalam arti ideologis, ekonomi, politik, sosial budaya dan keamanan.
2. Manifestasi paham kebangsaan yang memberi tempat bagi keragaman budaya atau etnis.
3. Menghargai keseimbangan antara kepentingan pribadi dan masyarakat.
4. Menjujung tinggi tradisi perjuangan dan kerelaan untuk berkorban dan membela kehormatan bangsa dan Negara.
5. Adanya nilai patriotik serta penghargaan rasa kebangsaan sebagai realitas yang dinamis.

Indikator Sikap dan perilaku yang sesuai dengan nilai pancasila sila ke-3, antara lain :

- Membangun semangat KERJASAMA dan saling MENDUKUNG antar department dalam mengerjakan sesuatu.

- Tidak membeda-bedakan tim dikantor, asalnya dari mana, sukunya darimana, agamanya apa, belajar menerima setiap perbedaan tim yang ada dikantor.
  - Menggunakan BAHASA INDONESIA yang baik dan benar dalam berkomunikasi.
4. Kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan  
 Nilai kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan mengandung makna suatu pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat dengan cara musyawarah mufakat melalui lembaga- lembaga perwakilan. Nilai-nilai pancasila yang bisa kita lakukan dalam kehidupan sehari-hari, yaitu: Bermusyawarah dalam setiap pengambilan keputusan; Mengedepankan toleransi dan keadilan dalam mengemukakan dan mendengarkan pendapat dalam musyawarah; Keputusan akhir musyawarah harus disetujui oleh semua pihak karena musyawarah dilakukan untuk menghasilkan keputusan bersama. Secara umum dapat dilihat dalam penjelasan berikut ini
1. Paham kedaulatan rakyat yang bersumber kepada nilai kebersamaan, kekeluargaan, dan kegotong-royongan.
  2. Musyawarah merupakan cermin sikap dan pandangan hidup bahwa kemauan rakyat adalah kebenaran dan keabsahan yang tinggi.
  3. Mendahulukan kepentingan Negara dan masyarakat.
  4. Menghargai kesukarelaan dan kesadaran dari pada memaksakan sesuatu kepada orang lain.
  5. Menghargai sikap etis berupa tanggungjawab yang harus ditunaikan sebagai amanat seluruh rakyat baik kepada manusia maupun kepada Tuhannya.
  6. Menegakkan nilai kebenaran dan keadilan dalam kehidupan yang bebas, aman, adil dan sejahtera.
- Indikator Sikap dan perilaku yang sesuai dengan nilai pancasila sila ke-4, antara lain :
- Membiasakan diri BERMUSYAWARAH dalam menyelesaikan masalah.
  - Berani memberikan usulan dan masukkan dalam sebuah diskusi dikantor
  - Menerima kekalahan dengan ikhlas
  - Berani mengungkapkan kesalahan, tindakan semena-mena atau sikap yang sudah menyalahi peraturan perusahaan, baik yang dilakukan rekan sekerja maupun atasan
  - Melaksanakan segala aturan dan keputusan bersama dengan ikhlas dan bertanggung jawab.
5. Keadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat Indonesia  
 Mengandung makna sebagai dasar sekaligus tujuan, yaitu tercapainya masyarakat Indonesia Yang Adil dan Makmur secara lahiriah dan batiniah. Nilai- nilai pancasila yang bisa kita lakukan dalam kehidupan sehari-hari, yaitu: Mengedepankan sikap adil kepada sesama manusia; Melaksanakan kewajiban dan menghormati hak orang lain; Mengedepankan kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia dibandingkan dengan kepentingan pribadi ataupun golongan (Dewantara, Hermawan, et al., 2021) Secara umum dapat dilihat dalam penjelasan berikut ini :
1. Setiap rakyat Indonesia diperlakukan dengan adil dalam bidang hukum, ekonomi, kebudayaan, dan sosial.
  2. Tidak adanya golongan tirani minoritas dan mayoritas.
  3. Adanya keselarasan, keseimbangan, dan keserasian hak dan kewajiban rakyat Indonesia.
  4. Kederewanan terhadap sesama, sikap hidup hemat, sederhana dan kerja keras.

5. Menghargai hasil karya orang lain.
6. Menolak adanya kesewenang-wenangan serta pemerasan kepada sesama.
7. Menjunjung tinggi harkat dan martabat manusia.

Indikator Sikap dan perilaku yang sesuai dengan nilai pancasila sila ke-5, antara lain :

- Seorang pemimpin memberikan tugas yang merata dan sesuai dengan kemampuan masing-masing anak buahnya.
- Seorang pemimpin harus berani memberikan PUJIAN kepada karyawan yang berprestasi, dan teguran/nasihat kepada karyawan yang malas/kurang berprestasi.
- Merekrut karyawan bukan karena kesamaan suku, ras atau agamanya, tetapi berdasarkan kompetensi yang dimiliki.

Strategi Kepuasan Pelanggan dimaksudkan sebagai suatu kegiatan proses pengaturan dalam mengimplementasikan sebuah strategi perusahaan sehingga keluaran dari strategi tersebut bisa memenuhi standard kualitas yang diharapkan oleh perusahaan. Strategi jangka panjang merupakan sebuah strategi yang diterapkan untuk berorientasi pada kemitraan yang kuat dan 24 langgeng secara individual (Garbarino & Johnson, 1999).

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Band, 1991). Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut (Mowen, 1995).

Produk jasa berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 1996). Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian pada badan usaha tersebut. Demikian pula sebaliknya jika tanpa ada kepuasan, dapat mengakibatkan pelanggan pindah pada produk lain.

Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan (Kotler, 1997). Dengan demikian, harapan pelanggan melatar belakangi mengapa dua organisasi pada jenis bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Harapan mereka dibentuk oleh pengalaman pembelian dahulu, komentar teman dan kenalannya serta janji dari perusahaan tersebut. Harapan-harapan pelanggan ini dari waktu ke waktu berkembang seiring dengan semakin bertambahnya pengalaman pelanggan.

Menurut Tjiptono (1997:24) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evolusi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, antara lain dengan semakin banyaknya badan usaha yang menyatakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misi, iklan.

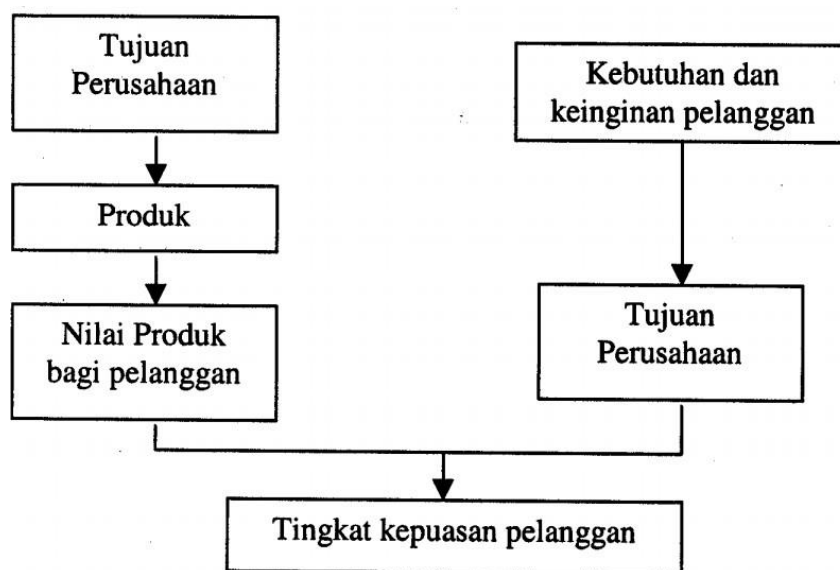
Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang, atau kecewa dari pelanggan yang berasal dari perbandingan antara kinerja produk dengan harapannya. Strategi Kepuasan Pelanggan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Kesetiaan dan kesediaan konsumen untuk melakukan transaksi secara terus menerus pada perusahaan yang sama dapat terjadi apabila konsumen merasa puas dengan kinerja Perusahaan. Menurut Schnaars (dalam Tjiptono,2000:24 ) pada dasarnya tujuan dari suatu usaha bisnis adalah menciptakan konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasan

Mohammad Fauzan; Suminar; Ricy Armiansyah; Ratnasari; Anna Wulandari



konsumen dapat memberikan manfaat diantaranya, hubungan antara perusahaan dengan konsumen secara harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta akan membuat suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Badan usaha dapat mengetahui kepuasan dari para konsumennya melalui umpan balik yang diberikan oleh konsumen kepada badan usaha tersebut sehingga dapat menjadi masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi serta peningkatan kepuasan pelanggan. Dari sini dapat diketahui pada saat pelanggan komplain. Hal ini merupakan peluang bagi badan usaha untuk dapat mengetahui kinerja dari badan usaha. Dengan adanya komplain tersebut badan usaha dapat memperbaiki dan meningkatkan layanan sehingga dapat memuaskan konsumen yang belum puas tadi. Biasanya konsumen mempunyai komitmen yang besar pada badan usaha yang menanggapi komplain darinya.



Sumber : Fandy Tjiptono, Strategi pemasaran, Edisi II, p 25

Gambar 1  
 Konsep Kepuasan Pelanggan (Tjiptono, 1997:25)

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan suatu perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhankebutuhan konsumen yang dianggap paling penting yang disebut "The Big Eight factors" yang secara umum dibagi menjadi tiga kategori sebagai berikut (Hannah and Karp, 1991) yang bisa digunakan sebagai indikator pelaksanaan Strategi Kepuasan Pelanggan :

1. Faktor-faktor yang berhubungan dengan produk :
  - a.) Kualitas produk Yaitu merupakan mutu dari semua komponen-komponen yang membentuk produk. Sehingga produk tersebut mempunyai nilai tambah.
  - b.) Hubungan antara nilai sampai pada harga Merupakan hubungan antara harga dan nilai produk yang ditentukan oleh perbedaan antara nilai yang diterimaoleh pelanggan dengan harga yang dibayar oleh pelanggan terhadap suatu produk yang dihasilkan oleh badan usaha.
  - c.) Bentuk produk Bentuk produk merupakan komponen-komponen fisik dari suatu produk yang menghasilkan suatu manfaat.
  - d.) Keandalan Merupakan kemampuan dari suatu perusahaan untuk menghasilkan produk sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan

2. Faktor-faktor yang berhubungan dengan pelayanan:
  - a.) Jaminan , merupakan suatu jaminan yang ditawarkan oleh perusahaan untuk pengembalian harga
  - b.) Pembelian atau mengadakan perbaikan terhadap produk yang rusak setelah pembelian.
  - c.) Respon dan cara pemecahan masalah. Response to and Remedy of Problems merupakan sikap dari karyawan dalam menanggapi keluhan serta masalah yang dihadapi oleh pelanggan.
3. Faktor-faktor yang berhubungan dengan pembelian:
  - a.) Pengalaman karyawan. Merupakan semua hubungan antara pelanggan dengan karyawan
  - b.) Advertising khususnya dalam hal komunikasi yang berhubungan dengan pembelian
  - c.) Kemudahan dan kenyamanan. Convenience of acquisition merupakan segala kemudahan dan kenyamanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk yang dihasilkannya.

Siapa saja dalam perusahaan harus mengetahui dengan jelas tentang tujuan kesetiaan pelanggan. Pelayanan prima menghasilkan kepuasan pelanggan dan bahwa kepuasan merupakan unsur penting dalam menciptakan kesetiaan pelanggan . Kesetiaan merupakan tujuan akhir Kesetiaan pelanggan merupakan satu konsep yang mencakup empat factor (Robert Bramsom,2004) :

1. Pengalaman pelanggan dengan kepuasan utuh ketika melakukan transaksi dengan anda.
2. Kesetiaan untuk mengembangkan hubungan dengan anda dan dengan perusahaan anda.
3. Kesediaan untuk merekomendasikan anda kepada orang-orang lain.
4. Penolakan untuk berpaling pada pesaing anda.

Tiga hal yang di perlukan untuk mendapatkan pelanggan yang setia :

1. Para karyawan diajarkan dan di beri imbalan untuk mendapatkan umpan balik pelanggan.
2. Proses-proses untuk mengumpulkan dan menggunakan umpan balik pelanggan.
3. Para karyawan cakap yang merespon umpan balik pelanggan dengan cara-cara yang positif.

Melihat fenomena diatas dan ditambah fakta menarik dari PT AW Faber Castell Indonesia, dapat digambarkan dan disimpulkan bahwa budaya atau nilai-nilai dari luar negeri sudah banyak masuk ke dalam implementasi pedoman sehari-hari di perusahaan manufacturing yang berada di Indonesia. Di sisi lain penerapan nilai-nilai Pancasila masih rendah dan hanya sebagai symbol, padahal Pancasila merupakan pedoman hidup berbangsa dan bertanah air di Indonesia. Hal ini menjadi masalah dikemudian hari jika dibiarkan dan nilai budaya luar terus berkembang di Indonesia. Nilai-nilai Pancasila tersebut alangkah indahnya jika dikolaborasi dengan Strategi Kepuasan Pelanggan supaya perusahaan selain mempunyai nilai luhur bangsa juga dapat bersaing dalam kompetisi bisnis. Fenomena inilah yang akan coba diteliti dan dianalisis lebih lanjut ke dalam sebuah analisis yang berjudul "Analisis Penerapan Nilai-Nilai Pancasila dan Startegi Kepuasan Pelanggan Di Dalam Visi, Misi, dan Nilai-Nilai Perusahaan Manufacturing Di Indonesia (Studi Kasus di PT. AW Faber Castell Indonesia)"

Tujuan studi dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis penerapan nilai-nilai Pancasila di dalam visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan PT AW Faber Castell Indonesia
2. Menganalisis penerapan Startegi Kepuasan Pelanggan di dalam visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan PT AW Faber Castell Indonesia

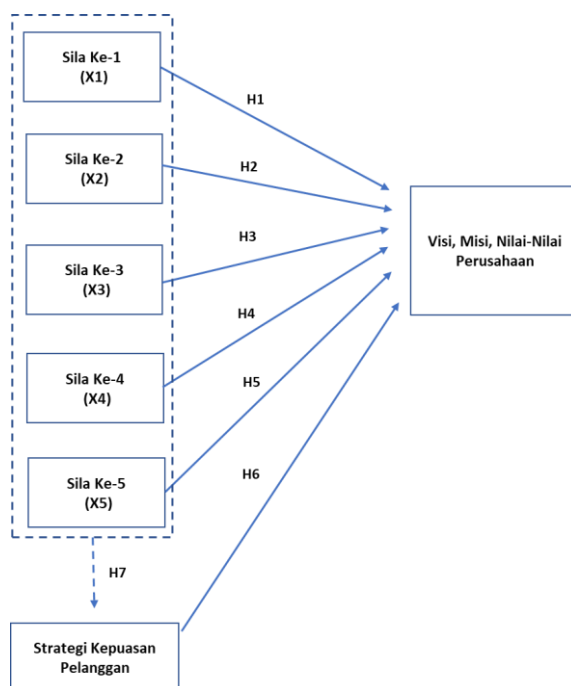
3. Membuat strategi yang memungkinkan dari analisis tersebut agar perusahaan benar-benar yakin dan percaya bahwa nilai-nilai Pancasila bisa diterapkan di dalam perusahaan sekaligus berkolaborasi dengan system yang ada di PT AW Faber Castell Indonesia
4. Menemukan keterkaitan antara penerapan nilai-nilai Pancasila dan Strategi Kepuasan Pelanggan di dalam visi, misi, dan nilai-nilai Perusahaan di PT AW Faber Castell Indonesia

Dengan adanya 4 tujuan ini diharapkan kita memperoleh gambaran yang nyata dan riil bahwa nilai-nilai Pancasila masih ada dan berkembang didalam visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan sehingga keberlangsungan Pancasila sebagai dasar negara sekaligus pedoman hidup masyarakat tetap ada dan terimplementasikan dengan baik di kehidupan sehari-hari khususnya penerapan di dalam suatu perusahaan manufacturing serta keterkaitannya dengan Strategi Kepuasan Pelanggan di PT AW Faber Castell Indonesia. Hal tersebut juga berguna untuk menjaga jatidiri bangsa Indonesia. Nilai-nilai Pancasila tersebut juga akan berkolaborasi dengan Strategi Kepuasan Pelanggan sehingga selain mempunyai nilai luhur bangsa, perusahaan tersebut juga dapat bersaing di dalam kompetisi bisnis..

## Metode Penelitian

Metode Penelitian pada kajian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian untuk menggambarkan keadaan, kondisi, situasi, peristiwa, kegiatan dan lain lain, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan. Data yang dihasilkan adalah data kualitatif (Arikunto, Suharsimi, 2011). Dimana data kualitatif adalah data yang diwujudkan dalam kata keadaan atau kata sifat. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang menggambarkan suatu kondisi maupun peristiwa yang diwujudkan dalam bentuk kata.

Kerangka pemikiran penelitian ini adalah menganalisis nilai-nilai Pancasila dan Strategi Kepuasan Pelanggan di dalam visi, misi, dan nilai-nilai Perusahaan.



Gambar 2  
 Kerangka Pemikiran Penelitian

Hipotesis pada penelitian ini adalah:

- H1 : Terdapat Nilai-Nilai Pancasila Sila ke- 1 yang signifikan pada Visi, Misi, dan Nilai-nilai Perusahaan
- H2 : Terdapat Nilai-Nilai Pancasila Sila ke- 2 yang signifikan pada Visi, Misi, dan Nilai-nilai Perusahaan
- H3 : Terdapat Nilai-Nilai Pancasila Sila ke- 3 yang signifikan pada Visi, Misi, dan Nilai-nilai Perusahaan
- H4 : Terdapat Nilai-Nilai Pancasila Sila ke- 4 yang signifikan pada Visi, Misi, dan Nilai-nilai Perusahaan
- H5 : Terdapat Nilai-Nilai Pancasila Sila ke- 5 yang signifikan pada Visi, Misi, dan Nilai-nilai Perusahaan
- H6 : Terdapat Strategi Kepuasan Pelanggan yang signifikan pada Visi, Misi, dan Nilai-nilai Perusahaan
- H7 : Terdapat Keterkaitan antara Nilai-Nilai Pancasila Sila dan Strategi Kepuasan Pelanggan yang signifikan pada Visi, Misi, dan Nilai-nilai Perusahaan

Sumber data yang diperoleh dengan menggunakan sumber data sekunder. Sumber data sekunder diperoleh dari buku buku pustaka yang ditulis oleh orang lain, dokumen dokumen maupun jurnal. Sumber data sekunder yang digunakan peneliti yaitu buku dan website yang membicarakan mengenai nilai-nilai dasar negara Pancasila dan Strategi kepuasan Pelanggan. Sumber data lainnya berupa website dari PT AW Faber Castell mengenai visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan beserta penjelasannya.

Teknik pengumpulan data adalah cara bagaimana dapat diperolehnya data mengenai variabel – variabel tersebut (suharsimi Arikunto, 2010). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya. Data yang didapatkan peneliti berupa profil perusahaan, visi dan misi perusahaan serta nilai-nilai perusahaan yang digunakan sehari- hari. Selain itu juga data berupa detail penjelasan nilai-nilai dasar Pancasila dan strategi kepuasan pelanggan beserta penerapannya didalam kehidupan sehari-hari.

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang dipeoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori , menjabarkan ke dalam unit unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2010).

Dalam menganalisis data, peneliti harus menggunakan data yang diperoleh dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif. Cara berfikir induktif yaitu suatu cara berfikir yang berangkat dari premi yang bersifat khusus, ditarik kesimpulan yang berupa generalisasi atau bersifat umum (Abdurrahmat Fathoni ,2011).

Berdasarkan uraian diatas peneliti dalam menganalisis data menggunakan data yang diperoleh dalam bentuk uraian uraian kemudian data tersebut dianalisis dengan cara berfikir induktif yaitu secara khusus memberikan serentetan pertanyaan dan menghasilkan suatu jawaban. Kemudian dari jawaban tersebut dapat ditarik kesimpulan mengenai bagaimana nilai-nilai Pancasila dan strategi kepuasan pelanggan masuk ke dalam visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan

## Hasil Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menganalisis nilai-nilai Pancasila (Sila ke-1 : Ketuhanan Yang Maha Esa, Sila ke-2 : Kemanusiaan yang Adil dan Beradab, Sila ke-3 : Persatuan Indonesia, Sila Ke-4 : Kerakyatan yang dipimpin oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan Perwakilan, Sila Ke-5 Keadilan Sosial Bagi Seluruh rakyat Indonesia) dan Strategi Pancasila yang terkandung di dalam visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan (Berjiwa kewirausahaan dan Bertanggung Jawab, Bergairah dan Langgeng, Berpikiran Terbuka dan Ambisius, Mengedepankan Kualitas dan Berkelanjutan).

Indikatornya memakai butir-butir Pancasila : Sila pertama Ketuhanan Yang Maha Esa: (a) Manusia Indonesia percaya dan taqwa terhadap Tuhan Yang Maha Esa, sesuai dengan kepercayaannya masing-masing menurut dasar kemanusiaan yang adil dan beradab, (b) Mengembangkan sikap saling menghormati kebebasan menjalankan ibadah sesuai dengan agama dan kepercayaannya masing-masing. Sila kedua Kemanusiaan yang Adil dan Beradab: (a) Mengakui dan memperlakukan manusia sesuai dengan harkat dan martabatnya sebagai mahluk Tuhan Yang Maha Esa, (b) Mengakui persamaan derajat, persamaan hak dan kewajiban asasi setiap manusia, tanpa membeda-bedakan suku, keturunan, agama, kepercayaan, jenis kelamin, kedudukan sosial, warna kulit, dan sebagainya. Sila ketiga Persatuan Indonesia: (a) Mampu menempatkan persatuan, kesatuan, serta kepentingan dan keselamatan bangsa dan negara sebagai kepentingan bersama di atas kepentingan pribadi atau golongan, (b) Mengembangkan rasa cinta kepada tanah air dan bangsa. Sila keempat Kerakyatan yang dipimpin oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan/Perwakilan: (a) Sebagai warga negara dan warga masyarakat, setiap manusia mempunyai kedudukan hak dan kewajiban yang sama, (b) Tidak boleh memaksakan kehendak kepada orang lain. Sila kelima Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia: (a) Mengembangkan perbuatan yang luhur, yang mencerminkan sikap dan suasana kekeluargaan dan kegotong-royongan, (b) Mengembangkan sikap adil terhadap sesama.

Strategi kepuasan pelanggan memakai indikator : Faktor-faktor yang berhubungan dengan produk (Kualitas produk, hubungan antara nilai sampai pada harga, bentuk produk, keandalan), Faktor-faktor yang berhubungan dengan pelayanan: Jaminan, Pembelian atau mengadakan perbaikan terhadap produk yang rusak setelah pembelian. Respon dan cara pemecahan masalah), Faktor-faktor yang berhubungan dengan pembelian (Pengalaman karyawan, Advertising, Kemudahan dan kenyamanan. Hasil analisis tergambar sebagai berikut:

Tabel 1  
 Hasil Analisis Penerapan Nilai-Nilai Pancasila ke dalam  
 Visi, Misi, dan Nilai-nilai perusahaan PT AW Faber Castell

No	Parameter	Sila Ke-1	Sila Ke-2	Sila Ke-3	Sila Ke-4	Sila Ke-5	Strategi Kepuasan Pelanggan
1.	Visi : <i>Kami Mengembangkan Potensi Terbaik</i>		√			√	√
2.	Misi : <i>Kami Menciptakan Pengalaman Pelanggan yang Mengilhami Ekspresi Diri</i>		√			√	√
3.	Nilai Perusahaan : Berjiwa kewirausahaan dan Bertanggung Jawab		√	√			
4.	Nilai Perusahaan : Bergairah dan Langgeng		√				
5.	Nilai Perusahaan : Berpikiran Terbuka dan Ambisius		√		√		
6.	Nilai Perusahaan : Mengedepankan Kualitas dan Berkelanjutan		√			√	√

Hasil dari analisis Penerapan Nilai-Nilai Pancasila ke dalam Visi, Misi, dan Nilai-Nilai perusahaan PT AW Faber Castell terlihat bahwa nilai sila ke-2 mendominasi seluruh aspek baik Visi, Misi, dan Nilai-Nilai Perusahaan. Sila Ke-2 dari Pancasila mengandung arti kesadaran sikap dan perilaku sesuai dengan nilai-nilai moral dalam hidup bersama atas dasar tuntutan hati nurani dengan memperlakukan sesuatu hal sebagai mana mestinya. Aplikasi dari sila ke-2 ini sesuai dengan visi perusahaan yaitu dalam mengembangkan potensi manusia (khususnya mengenai seni tulis menulis, lukisan) dan misi perusahaan yang ingin menyentuh dari aspek kemanusiaan dalam hal menciptakan pengalaman tersendiri kepada pelanggan Ketika menggunakan produk yang kita ciptakan untuk masyarakat. Selain di Visi dan Misi Perusahaan, Nilai- Nilai dari sila ke-2 Pancasila ini juga mendominasi seluruh nilai- nilai perusahaan yang ada. Hal tersebut terlihat dari aspek tanggung jawab, mengedepankan kepentingan kualitas untuk kepentingan manusia (pelanggan), berpikiran terbuka dengan semua kalangan manusia. Hal-hal mengenai kemanusiaan menyentuh semua aspek karena perusahaan ini menciptakan produk untuk pelanggan dalam hal ini manusia yang menggunakan produknya sehingga sangat penting dan vital aspek kemanusiaan menjadi prioritas utama di perusahaan PT AW Faber Castell ini. Menurut Kothler (2002), banyak perusahaan beralih ke pemasaran hubungan masyarakat (marketing public relation) untuk mendukung promosi dan pembentukan citra produk atau korporat. Nama lain dari strategi ini adalah publisitas (publicity).

Strategi ini banyak menyentuh hubungan dengan masyarakat/pelanggan yaitu:

- a.) Meluncurkan produk baru
- b.) Mereposisi produk yang yang dewasa / matang
- c.) Mempengaruhi kelompok sasaran tertentu
- d.) Mempertahankan produk yang menghadapi masalah publik
- e.) Membangun citra korporat dengan cara yang mencerminkan kesukaan dalam produknya

Strategi ini berkonsentrasi bagaimana berhubungan baik dengan manusia dalam hal ini adalah pelanggan sehingga sejalan dengan nilai-nilai Pancasila sila ke-2 yaitu kemanusiaan yang adil dan beradab. Selain yang bersifat komersil, PT AW Faber Castell juga menerapkan program-program CSR (Corporate Social Responsibility) yang non-komersil untuk membantu masyarakat yang kekurangan, diantaranya nya penyaluran alat tulis untuk korban bencana alam (seperti banjir, gempa bumi). Hal ini sangat sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung di dalam nilai-nilai dasar Pancasila Sila ke-2 Kemanusiaan yang Adil dan Beradab.

Analisis berikutnya, penerapan nilai-nilai Pancasila sila ke-3 di dalam visi, misi, dan Nilai-nilai perusahaan ada pada Nilai perusahaan yang ketiga yaitu : berjiwa kewirausahaan dan Tanggung Jawab yang bisa diartikan salah satunya yaitu perusahaan bekerjasama secara efisien dan berkolaborasi untuk mencapai tujuan. Perusahaan bertanggungjawab atas semua Tindakan yang diambil. Kerjasama yang dilakukan bisa menjadi poin penting dalam penerapan nilai Pancasila sila Ke-3 yaitu Persatuan Indonesia. Persatuan yang dibangun dengan Kerjasama dan kolaborasi yang efisien akan membuat tujuan yang telah kita tetapkan menjadi terwujud. Tanggung jawab yang diambil sebagai konsekuensi dari Tindakan yang telah dilakukan makin menambah erat dan solidnya persatuan. Kerjasama yang dilakukan perusahaan sebagai penerapan dari nilai-nilai dasar Pancasila sila ke-3 yaitu dengan perangkat RT/RW ataupun karang taruna setempat atau daerah sekitar pabrik. Kerjasama yang dilakukan bisa dengan memberi kesempatan warga sekitar yang sesuai kompetensi dan skil untuk bergabung menjadi karyawan di pabrik. Kerjasama lain juga dilakukan Ketika ada bencana banjir atau bencana alam lainnya. Dengan adanya Kerjasama ini diharapkan persatuan antar warga dan perusahaan bisa terjalin dengan baik.

Penerapan nilai-nilai Pancasila sila ke-4 juga ada pada nilai-nilai perusahaan yaitu pada Berpikiran Terbuka dan Ambisius . Nilai perusahaan ini mengandung makna perusahaan tidak

Mohammad Fauzan; Suminar; Ricy Armiansyah; Ratnasari; Anna Wulandari

eksklusif dengan membuka seluas-luasnya masukan atau pemikiran baru agar perusahaan lebih baik kedepannya. Berpikiran terbuka ini juga melihat trend atau budaya yang sedang berkembang di masyarakat. Musyawarah dan Mufakat pasti digunakan dalam rangkaian meeting atau rapat-rapat untuk membuat perusahaan lebih maju ke depannya. Nilai-nilai sila ke-4 diaplikasikan dengan baik pada nilai perusahaan ini. Perusahaan memakai prinsip musyawarah dan mufakat dalam mengambil keputusan atau membuat sejumlah tindakan perbaikan atas sejumlah masalah yang terjadi. Tidak ada keputusan yang sifatnya otoriter dan mengesampingkan prinsip musyawarah dan mufakat sesuai dengan nilai-nilai dasar sila ke-4 Pancasila. Prinsip musyawarah dan mufakat ini dilaksanakan diseluruh level di perusahaan dari direktur, manajer, supervisor, leadr sampai operator. Rapat, koordinasi, briefing, atau pun sifatnya arahan semua dilakukan dalam prinsip musyawarah dan mufakat. Masukan dari level bawah (operator) juga dibangun untuk menemukan masalah-masalah apa yang terjadi didalam keseharian pekerjaan. Sinergi ini kemudian dibawa sampai level atas untuk ditemukan solusinya. Sistematis ini sangat efektif dalam rangka menciptakan keharmonisan dalam bekerja di sebuah perusahaan. Musyawarah dan mufakat merupakan hal yang esensi dan kritis dalam kehidupan demokrasi di sebuah perusahaan.

Penerapan sila ke-5 nilai dasar Pancasila yaitu keadilan sosial bagi seluruh Indonesia. Nilai dasar Pancasila ini diterapkan dengan baik pada visi, misi, dan salah satu nilai perusahaan yaitu : Mengedepankan Kualitas dan Berkelanjutan. Perusahaan selalu mengedepankan kualitas sebagai prioritas karena hal tersebut merupakan wujud penerapan keadilan yang wajib diterima oleh setiap pelanggan. Jangan sampai pelanggan sudah mengorbankan uang untuk membeli produk tetapi mendapatkan produk yang tidak sebanding dengan uang yang telah dikeluarkan. Hal ini tentunya akan membuat ketidakadilan bagi konsumen. Visi dan misi yang telah ditetapkan juga mengandung nilai-nilai keadilan sosial yaitu selalu menempatkan pelanggan pada prioritas pertama. Visi misi yang ditetapkan diarahkan bagaimana perusahaan mampu menciptakan produk yang dapat membuat pelanggan atau konsumennya bisa berkembang potensinya dan mampu mengekspresikan dirinya secara optimal. Hal ini merupakan penerapan nilai keadilan sosial didalam suatu visi dan misi perusahaan. Didalam kebijakannya, perusahaan juga sangat memperhatikan nilai keadilan sosial diantaranya pada proses perekrutan karyawan. Proses perekrutan karyawan dilaksanakan dengan menentukan kriteria non-SARA (Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan). Kriteria yang ditetapkan berdasarkan skill dan kemampuan yang dibutuhkan. Hal ini untuk menghindari konflik sosial dan menerapkan prinsip keadilan sosial. Prinsip keadilan sosial juga digunakan dalam hal sehari-hari pekerjaan yaitu dengan menghargai karya orang lain dengan pemberian rewards atau pemberian hukuman bagi mereka yang bersalah tanpa melihat latar belakang dari karyawan tersebut. Prinsip Keadilan sosial juga ditunjukkan Ketika seorang atasan memberi tugas kepada bawahan sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan, tidak ada yang berlebih atau timpang satu sama lain.

Hasil analisis di tabel itu juga menggambarkan bahwa strategi kepuasan pelanggan dilaksanakan secara baik oleh perusahaan yang tergambar di dalam visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan, selain itu juga ternyata strategi kepuasan pelanggan ini terkolaborasi dan sangat berkaitan erat dengan nilai-nilai pancasila walaupun tidak semua sila tergambar adanya strategi kepuasan pelanggan. Tabel tersebut menggambarkan bahwa indikator kepuasan pelanggan terdapat di visi dan misi perusahaan tercermin dari kosakata "menciptakan pengalaman pelanggan" yang bisa diartikan perusahaan sebaik mungkin untuk membuat produk agar pelanggan merasa puas sehingga tercipta pengalaman pelanggan dalam mengekspresikan diri. Indikator kepuasan pelanggan yang terdiri dari produk, pelayanan, dan pembelian juga tergambar dalam aktivitas sehari-hari di perusahaan ini diantaranya ada nya survei kepuasan pelanggan dan menerima komplain dari pelanggan terkait produk yang tidak standar. Hal ini penting demi menjaga hubungan baik dengan pelanggan sekaligus pelayanan yang maksimal

kepada pelanggan. Action Plan atau Tindakan perbaikan juga dilakukan dari komplain pelanggan untuk memastikan jaminan ke depannya kejadian tersebut tidak berulang. Produk yang dihasilkan juga dijaga ketat kualitas nya agar produk yang dikirim ke pelanggan sudah sesuai dengan standar yang ada. Hal tersebut sudah menggambarkan bahwa perusahaan sudah concern dengan kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Jika kepuasan pelanggan tercipta maka dengan sendirinya loyalitas akan terbentuk dan akan selalu memprioritaskan pembelian ke perusahaan kit ajika mereka ada kebutuhan akan produk yang kita hasilkan. Selain kualitas, kuantitas dan ketepatan waktu pengiriman ke pelanggan juga penting supaya kepuasan pelanggan tercipta.

Tabel analisis tersebut juga menggambarkan strategi kepuasan pelanggan ini ternyata sangat berkaitan erat dengan nilai-nilai Pancasila khususnya pada sila ke-2. Indikator sila ke-2 yaitu adanya nilai-nilai kemanusiaan di dalam nya, pelanggan merupakan bagian dari "saudara" dari perusahaan yang harus diperlakukan dengan baik dan adil. Pelanggan merupakan ujung tombak kemajuan dari perusahaan sehingga perlakuan baik, adil, toleransi harus terus dilakukan selian demi kemajuan perusahaan juga untuk menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan. Hal ini menggambarkan kolaborasi yang sangat baik antara strategi kepuasan pelanggan dan nilai-nilai Pancasila sila ke-2 untuk diterapkan di sebuah perusahaan. Kolaborasi tersebut dapat membuat perusahaan lebih maju dan kuat dengan persaingan bisnis sekaligus menjaga nilai-nilai luhur bangsa yaitu Pancasila

## Pembahasan

Dari hasil analisis tersebut diatas dapat didiskusikan dan dilihat lebih dalam lagi bahwa penerapan nilai-nilai Pancasila diterapkan dengan baik oleh perusahaan di dalam visi, misi, dan Nilai-nilai perusahaan. Nilai dasar Pancasila yang cukup dominan ada pada sila ke-2 yaitu Kemanusiaan yang Adil dan Beradab karena perusahaan lebih melakukan banyak pendekatan kepada konsumen / pelanggan sebagai prioritas nilainya. Hal ini berkaitan erat dengan visi misi perusahaan untuk membuat produk untuk pelanggan agar bisa mengembangkan potensi dan ekspresi dirinya. Penerapan terbanyak kedua ada pada sila ke-5 yaitu keadilan sosial. Prinsip keadilan sosial sangat vital dalam membangun perusahaan lebih baik lagi. Keadilan sosial wajib diaplikasikan ke seluruh aktivitas perusahaan karena amanat dari negara dalam pengelolaan perusahaan dan untuk menghindari konflik sosial yang timbul ketika prinsip ini tidak diterapkan dengan baik di dalam perusahaan.

Prinsip Persatuan Indonesia dan Musyawarah Muafakat menjadi nilai dasar Pancasila selanjutnya yang diterapkan dengan baik di perusahaan PT AW Faber Castell. Persatuan Indonesia menjadi penting karena perusahaan banyak melakukan Kerjasama dan kolaborasi demi menciptakan persatuan diantara karyawan, supplier, maupun perangkat RT/RW setempat sehingga keharmonisan bisa tercipta di Lingkungan internal dan Eksternal Perusahaan. Prinsip Musyawarah dan Mufakat juga diterapkan dengan baik oleh perusahaan demi memecahkan suatu permasalahan dengan baik ataupun menentukan Tindakan yang tepat untuk membuat perusahaan lebih baik lagi. Dengan adanya musyawarah dan mufakat seluruh elemen karyawan baik dari tingkat operator, leader, supervisor, Manajer sampai direktur turut berpartisipasi dalam membuat perusahaan lebih baik lagi kedepannya. Kolaborasi strategi kepuasan pelanggan dengan nilai Pancasila juga diterpkan dengan baik di visi misi dan nilai perusahaan.



## Kesimpulan

Secara keseluruhan, kesimpulan dari penelitian ini adalah penerapan nilai-nilai Pancasila dan strategi kepuasan pelanggan di dalam visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan diterapkan dengan baik oleh perusahaan PT AW Faber Castell khususnya pada sila ke-2 sampai ke-5. Hanya saja untuk penerapan sila ke-1 yaitu Ketuhanan Yang Maha Esa tidak nampak secara tersurat dari visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan yang ada. Walaupun tidak tersurat terlihat di visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan, penerapan nilai-nilai sila ke-1 ini diterapkan dengan baik di dalam perusahaan. Penerapan sila ke-1 yang terlihat yaitu pembuatan tempat ibadah di dalam pabrik, pengadaan PHBI (Perayaan Hari Besar Islam) di dalam lingkungan perusahaan dan penetapan istirahat lebih lama di hari Jum'at untuk memberi waktu karyawan yang beragama islam melaksanakan solat Jum'at. Penerapan yang lain berupa libur / cuti pada saat Idul fitri ataupun Natal. Hal tersebut sudah mewakili penerapan sila ke-1 Pancasila di dalam perusahaan.

Saran yang bisa diterapkan untuk sila ke-1 adalah ketika diadakan rapat atau briefing dengan memasukan motivasi yang bersifat keagamaan seperti Kerja adalah bagian dari ibadah atau pentingnya Kejujuran di dalam bekerja sehingga dapat memotivasi karyawan supaya kerja lebih baik lagi. Hal-hal sederhana tersebut bisa diterapkan untuk menciptakan suasana kerja yang nyaman, professional sekaligus terdapat nilai-nilai religious di dalamnya. Pengembangan dari analisis ini bisa dibuat analisis secara kuantitatif dari karyawan yang ada didalam perusahaan ini. Secara kualitatif sudah dibuktikan bahwa nilai-nilai Pancasila terimplemetasi dengan baik alangkah baiknya jika juga dibuktikan dengan survei atau kuisisioner di lingkungan perusahaan untuk benar-benar membuktikan bahwa nilai-nilai Pancasila dirasakan dengan baik oleh karyawan yang berada di Perusahaan tersebut. Hal tersebut nantinya bisa melengkapi hasil penelitian sebelumnya sehingga hasil Analisa nya lebih lengkap dan bisa ditarik kesimpulan dengan baik. Strategi kepuasan pelanggan juga harus terus diperkuat dengan evaluasi feedback dari masukan / saran dari pelanggan

## Daftar Pustaka

- Band, William A, 1991, Creating value for customer: Designing and Implementation a Total
- Calam, Ahmad dan Sobirin. 2008. Pancasila Sebagai Paradigma Kehidupan Dalam Bermasyarakat, Berbangsa dan Bernegar. Jurnal Saintikom, Vol. 4/ No. 1/ Januari 2008.
- Fandy Tjiptono,1997, Strategi Pemasaran,Penerbit Andi,Yogyakarta. pada Novall Computer Yogyakarta
- Fandy Tjiptono.1994. Analisis Kepuasan Pelanggan Sebagai Dasar Penyusunan Strategi Pemasaran Defensif dipublikasikan
- Fasochah et al. (2014). Strategi Kepuasan Pelanggan dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Loyalitas. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi No. 36 Th. XXI / April 2014
- Fathoni, Abdurrahmat. Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi.Jakarta: PT Rineka Cipta,2011.
- Hanan, Mack and Peter Karp, 1991, Customer Satisfaction: How to Maximize, Measure and Market your company's Ultimate Product. New York: American Management Association.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 1996, Principles Of Marketing, Seventh Edition, International Editrion, Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.

ISSN XXXX-XXXX

Prosiding EMAS: Ekonomi Manajemen Akuntansi Kewirausahaan Vol.1 No.1 - Juni 2021

Call for Papers dan Seminar I "Manajemen dan Ekonomi Berbasis Pancasila"

Magister Manajemen, Universitas Pelita Bangsa, 26 Juni 2021

Kotler, Philip, 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan pengendalian* (Edisi kedelapan, terjemahan Arcella Ariwati Hermawan), Jakarta: Salemba Empat.

Kothler et al. 2002. *Manajemen Pemasaran : Edisi Ketiga Belas*. Erlangga. Jakarta Levit T,1987. *Imaginasi Pemasaran ( Terjemahan )*, Jakarta, Penerbit Erlangga.

Maftuh, Bunyamin. 2008. *Internalisasi Nilai-Nilai Pancasila dan Nasionalisme Melalui Pendidikan Kewarganegaraan*. *Educationist*, Vol. II No. 2, hal 134-144

Mairi, Vitrail Gloria Nancy (2018). *Makalah Pendidikan Kewarganegaraan "Penerapan Sila Keadilan Sosial dalam Kehidupan Masyarakat"*. Program Studi Sistem Informasi Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Sam Ratulangi. Manado

Mowen, John C, 1995, *Consumer behavior*, Prentice Hall, Inc, Englewood Cliffs, New Jersey, International Edition

Nilai-Nilai Pancasila Sila Ke-1 Sampai Sila Ke-5, Implementasi ([dosenpendidikan.co.id](http://dosenpendidikan.co.id))

Nurgiansah, T. H., Dewantara, J. A., & Rachman, F. (2020). *The Implementation of Character Education in the Civics Education Syllabus at SMA Negeri 1 Sleman*. *Jurnal Etika Demokrasi*, 5(2), 110–121.

Nurfatimah et al. 2021. *Implementasi Nilai Pancasila Dalam Menumbuhkembangkan Wawasan Kebangsaan Di Kehidupan Bangsa Indonesia*. *Jurnal Kewarganegaraan* Vol. 5 No.1 Juni 2021 P-ISSN: 1978-0184 E-ISSN: 2723-2328

Musanto, Trisno. 2004. *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya*. Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Surabaya

Our Vision and Value ([www.faber-castell.com](http://www.faber-castell.com))

Robert Bramson, 2005, *Customer Loyalty*, PT Prestasi Pustakaraya, Jakarta.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015)

Supriyanto, Eko Eddy. *Penerapan Nilai-Nilai Pancasila Dalam Kebijakan Ekonomi Di Kabupaten Tegal 2009-2014*. <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/politika/article/download/6072/5180>: 17 April 2016

Yusdita, elana era. 2014. *Pendebetan etika dalam jiwa akuntan indonesia: pemupukan nilai pancasila oleh pendidik*. *Media mahardika*. Vol. 12 No. 3, Hal 28-40.