

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisis dari penelitian budaya organisasi di Orva Motion. Maka peneliti mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Budaya organisasi saat ini

Berdasarkan pengolahan hasil kuesioner OCAI yang telah diisi oleh responden menunjukkan bahwa tipe budaya organisasi yang saat ini ada di Orva Motion adalah budaya *Market* dengan poin rata-rata secara keseluruhan sebesar 36,8 poin. Dari data tersebut menunjukkan bahwa terdapat kesesuaian antara visi Orva Motion dengan budaya organisasi saat ini yang berfokus pada kepuasan konsumen. Hasil ini juga sesuai dengan lingkungan organisasi yang bersifat kompetitif. Untuk peringkat kedua, organisasi Orva Motion didominasi oleh budaya *Clan* (24,3), diikuti oleh budaya *Adhocracy* (23,5), dan peringkat terakhir adalah budaya *Hierarchy* (15,4).

2. Budaya organisasi yang diharapkan

Berdasarkan pengolahan hasil kuesioner OCAI yang sudah diisi oleh responden menunjukkan bahwa tipe budaya organisasi yang diharapkan untuk kedepannya mendominasi di Orva Motion adalah budaya *Clan* dengan poin rata-rata yang diharapkan sebesar 31,1 poin. Hasil ini menandakan bahwa karyawan ingin organisasi untuk mengurangi suasana kompetitif yang ada di organisasi dan menciptakan suasana kerja yang kekeluargaan serta berfokus pada pengembangan karyawan di dalam organisasi. Peringkat selanjutnya untuk budaya yang diharapkan adalah budaya *Adhocracy* (29,3), diikuti oleh budaya *Market* (23,9), dan budaya *hierarchy* berada pada posisi terakhir (15,7).

3. Kekuatan budaya organisasi

Tipe budaya *Market* merupakan tipe budaya yang mendominasi budaya organisasi yang ada saat ini di organisasi. Budaya *Market* memiliki selisih sebesar 12,5 dengan budaya *Clan* yang berada di posisi kedua untuk budaya yang mendominasi organisasi saat ini. Hal ini menunjukkan kekuatan budaya *Market* yang mendominasi di dalam organisasi.

4. Kesenjangan budaya organisasi

Tipe budaya yang saat ini menjadi budaya organisasi yang dominan adalah budaya *Market*, namun hal ini berbanding dengan harapan karyawan yang menempatkan budaya *Market* di posisi ketiga dengan selisih antara budaya saat ini dengan yang diharapkan sebesar 12,9 poin. Tipe budaya *Clan* menjadi budaya yang diharapkan untuk mendominasi di organisasi untuk kedepannya dengan rata-rata yang diharapkan sebesar 31,1 poin. Hasil ini menandakan jika karyawan berharap jika organisasi tidak hanya berfokus pada konsumen dan menciptakan lingkungan kompetitif, namun juga dapat menciptakan lingkungan kerja yang kondusif bagi karyawan dengan mendorong karyawan untuk bekerja sama dan menciptakan sinergi yang positif antar karyawan.

5. Keselarasan antar dimensi budaya organisasi

Berdasarkan tabel 4.10 terlihat bahwa keselarasan antar dimensi budaya organisasi saat ini dapat dikatakan baik. Hal ini terlihat dari budaya *Market* yang mendominasi keseluruhan dimensi budaya organisasi saat ini. Sedangkan untuk keselarasan antar dimensi budaya organisasi yang diharapkan sudah cukup baik karena budaya *Clan* mendominasi empat dari enam dimensi budaya yang ada.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan dari penelitian budaya organisasi, diketahui bahwa terjadi kesenjangan antara budaya saat ini dengan budaya yang diharapkan oleh karyawan di dalam organisasi untuk lima tahun yang akan datang. Oleh karena itu, penulis menyarankan organisasi untuk melakukan beberapa cara sebagai berikut untuk mengatasi hal ini:

1. Orva Motion disarankan untuk mempertahankan budaya organisasinya saat ini karena budaya *Market* lebih sesuai bagi perusahaan yang bergerak di bidang *event organizer*. Agar budaya organisasi tidak bergeser menjadi budaya *Clan* seperti yang diharapkan oleh karyawan, Orva Motion disarankan untuk lebih giat melakukan sosialisasi budayanya, sosialisasi ini dapat dilakukan ketika pertemuan mingguan antara direktur dengan karyawan dilaksanakan, membuat simbol-simbol budaya untuk mengingatkan karyawan tentang budaya organisasi yang dianut oleh Orva

Motion, atau membuat acara-acara internal lain sebagai perwujudan nilai-nilai budaya organisasi di Orva Motion.

2. Budaya *Market* lebih mengarah pada semangat untuk bersaing (*competition*), sementara budaya *Clan* lebih mengarah pada semangat untuk bekerja sama (*cooperation*). Untuk memadukan kedua semangat itu, Orva Motion disarankan untuk memberikan pelatihan untuk karyawan-karyawan yang ada di dalam organisasi dengan bertemakan *Coopetition* dan menekankan *adapter* sebagai tipe *coopetition* di dalam organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2020, March 19). *Imbas Corona Industri Event Organizer Kehilangan Potensi Pemasukan Hingga Rp69 T*. Retrieved May 17, 2021, from kbr.id: https://kbr.id/nasional/03-2020/imbasp_corona__industri_event_organizer_kehilangan_potensi_pemasukan_hingga_rp6_9_t/102608.html
- Akbar, C. (2020, March 20). *Dihantam Corona Ratusan Event Organizer Terancam Gulung Tikar*. (R. Tri, Editor) Retrieved May 25, 2021, from bisnis.tempo.co: https://bisnis.tempo.co/read/1321791/dihantam-corona-ratusan-event-organizer-terancam-gulung-tikar?page_num=1
- Browaeyns, M.-J., & Price, R. (2015). *Understanding Cross-Cultural Management* (3rd ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2011). *Diagnosing and Changing Organizational Cultures: Based on the Competing Values Framework* (3rd ed.). San Francisco: Jossey-Bass.
- Chin, K.-S., Chan, B. L., & Lam, P.-K. (2008). Identifying and Prioritizing Critical Success Factors for Coopetition Strategy. *Industrial Management & Data Systems*, 437-454.
- Chrisbiyanto, A. (2019, July 18). *Nilai Investasi di Industri Event Organizer Terus Meningkat*. Retrieved May 25, 2021, from ekbis.sindonews.com: <https://ekbis.sindonews.com/berita/1421327/34/nilai-investasi-di-industri-event-organizer-terus-meningkat>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Methods Approaches* (4th ed.). California: Sage Publications.
- Dessler, G. (2017). *Human Resource Management* (15th ed.). USA: Pearson.
- Drennan, D. (2016). Transforming Company Culture. In B. Senior, & S. Swales, *Organizational Change* (p. 121). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- George, J. M., & Jones, G. R. (2012). *Understanding and Managing Organizational Behavior* (6th ed.). New Jersey: Pearson.
- Ivancevich, J. M., & Konopaske, R. (2012). *Human Resource Management* (12th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Jaeger, M., Yu, G., & Adair, D. (2017). Organisational culture of Chinese construction organisations in Kuwait. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 24(6), 1051-1066.
- Liputan6. (2020, October 16). *Budaya Organisasi Kunci Keberhasilan Perusahaan Bertahan dari Resesi Ekonomi*. Retrieved August 10, 2021, from liputan6.com:

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4384471/budaya-organisasi-kunci-keberhasilan-perusahaan-bertahan-dari-resesi-ekonomi>

- Mondy, R. W., & Martocchio, J. J. (2016). *Human Resource Management* (14th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Nukic, I. S., & Huemann, M. (2016). Organizational culture of the Croatian construction industry. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 23(2), 237-260.
- Oney-Yazici, E., Giritli, H., Topcu-Oraz, G., & Acar, E. (2007). Organizational Culture: the Case of Turkish Construction Industry. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 14(6), 519-531.
- Putsanra, D. V. (2020, April 13). *Arti PSBB yang Dibuak Untuk Cegah Penyebaran Corona di Indonesia*. Retrieved May 25, 2021, from [tirto.id: https://tirto.id/arti-psbb-yang-dibuak-untuk-cegah-penyebaran-corona-di-indonesia-eMXT](https://tirto.id/arti-psbb-yang-dibuak-untuk-cegah-penyebaran-corona-di-indonesia-eMXT)
- Quinn, R. E., & Rohrbaugh, J. (1981). A Competing Values Approach to Organizational Effectiveness. *Public Productivity Review*, 5(2), 122-140. doi:10.2307/3380029
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). *Management* (13th ed.). Harlow: Pearson.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior* (17th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Chichester: John Wiley & Sons.
- Syahid. (2018, October 23). *Tips Menjalani Bisnis Event Organizer*. (S. Kurniawan, Editor) Retrieved May 25, 2021, from [elshinta.com: https://www.elshinta.com/news/158988/2018/10/23/tips-menjalani-bisnis-event-organizer](https://www.elshinta.com/news/158988/2018/10/23/tips-menjalani-bisnis-event-organizer)
- Yin, R. (2016). Case Study Research: Design and Methods. In U. Sekaran, & R. Bougie, *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed., p. 98). Chichester: John Wiley & Sons Ltd.