

ABSTRAK

Kota Bandung merupakan ibu kota dari Provinsi Jawa Barat, menjadi tempat destinasi wisata unggulan Jawa Barat baik domestik maupun mancanegara. Hal ini berdampak kepada pertumbuhnya sektor bisnis dalam bidang perhotelan. Banyaknya bisnis perhotelan mengakibatkan tingkat persaingan antar hotel yang semakin ketat, sehingga untuk menghadapi suatu persaingan, perusahaan membutuhkan mengenai efektivitas budaya organisasi yang perlu diidentifikasi dan dikembangkan.

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tipe budaya organisasi pada karyawan Hotel “X” Kota Bandung dengan menggunakan teori budaya organisasi menurut Cameron & Quinn (2011). Responden pada penelitian ini adalah dengan jumlah responden sebanyak 57 orang karyawan Hotel “X” Kota Bandung. Alat ukur yang digunakan adalah *Organizational Culture Assesment Instrument (OCAI)*.*

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa budaya yang dirasakan berkembang dan dihayati oleh karyawan Hotel “X” Kota Bandung adalah clan culture dan adhocracy culture. Sementara tipe budaya yang sesuai dengan visi misi adalah market dan adhocracy. Dari hasil penelitian ini, peneliti mengajukan saran bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti dengan karakteristik sample yang berbeda, jumlah sampel lebih besar. Selain itu, perlu adanya sosialisasi dan implementasi jika ingin melakukan perubahan budaya sesuai dengan budaya yang diharapkan perusahaan.

ABSTRACT

Bandung is the capital of West Java Province, a leading tourist destination in West Java, both domestic and foreign. This has an impact on the growth of the business sector in the hotel sector. The increase of hotel businesses triggers hotel competition. In order to overcome this problem and in order to answer challenges, companies needs to acknowledge the effectiveness of organizational culture that needs to be identified and develop.

This study aims to determine the type of organizational culture in Bandung "X" Hotel employees by using organizational culture theory according to Cameron & Quinn (2011). Respondents in this study were 57 respondents from "X" Hotel Bandung employees. The measuring instrument used was the Organizational Culture Assessment Instrument (OCAI).

We obtained that the culture that is perceived to be developed and lived by employees of the "X" Hotel in Bandung is clan culture and adhocracy culture. While the type of culture that suits the vision and mission is the market and adhocracy. We propose suggestions for further researchers to examine the characteristics of different samples, a larger sample size. In addition, the necessity for socialization and implementation to make cultural changes in accordance with the culture expected by the company.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I – PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.3.1 Maksud Penelitian.....	6
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Kerangka Pemikiran.....	7
1.6 Asumsi Penelitian.....	15
BAB II – TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Organisasi.....	16
2.2 Budaya Organisasi.....	16

2.1.1 Definisi Budaya Organisasi.....	16
2.1.2 Fungsi Budaya Organisasi.....	18
2.1.3 Dimensi Budaya Organisasi.....	19
2.1.4 Aspek Budaya Organisasi.....	20
2.1.5 Pentingnya Mengelola Budaya Organisasi.....	21
2.1.6 Tipe-tipe Budaya Organisasi.....	22
2.2 <i>Development of the Competing Values Framework</i>	24
2.3 <i>Human Resources Management Roles</i>	27
2.4 <i>Organizational Effectiveness</i>	29
2.5 Interpretasi Profil Budaya.....	29
2.6 Instrumen Penilaian Budaya Organisasi.....	32
2.7 <i>Organizational Culture Assessment Instrument (OCAI)</i>	32
BAB III – METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Rancangan dan Prosedur Penelitian.....	34
3.2 Bagan Prosedur Penelitian.....	35
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	35
3.3.1 Variabel Penelitian.....	35
3.3.2 Definisi Konseptual.....	35
3.3.3 Definisi Operasional.....	36
3.4 Alat Ukur Budaya Organisasi.....	37
3.4.1 Kuesioner Tipe Budaya Organisasi.....	37
3.5 Data Pribadi dan Data Penunjang.....	39

3.6 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	40
3.6.1 Validitas Alat Ukur.....	40
3.6.2 Reliabilitas Alat Ukur.....	40
3.7 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel.....	42
3.7.1 Populasi Sasaran.....	42
3.7.2 Karakteristik Populasi.....	42
3.8 Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV – HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Responden Penelitian.....	45
4.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.1.2 Gambaran Responden Berdasarkan <i>Departement</i>	46
4.1.3 Gambaran Responden Berdasarkan Level Jabatan.....	47
4.2 Hasil Penelitian.....	48
4.2.1 Tipe Budaya Organisasi Saat Ini.....	48
4.2.2 Aspek-Aspek Budaya Organisasi.....	49
4.2.2.1 <i>Dominant Characteristic</i>	50
4.2.2.2 <i>Organizational Leadership</i>	51
4.2.2.3 <i>Management of Employees</i>	53
4.2.2.4 <i>Organizational Glue</i>	54

4.2.2.5 <i>Strategic Emphases</i>	55
4.2.2.6 <i>Criteria of Success</i>	56
4.2.3 Tipe Budaya Organisasi Berdasarkan <i>Departement</i>	57
4.2.3.1 Berdasarkan <i>Departement Food and Beverages</i>	58
4.2.3.2 Berdasarkan <i>Departement Front Office</i>	59
4.2.3.3 Berdasarkan <i>Departement Sales Marketing</i>	60
4.2.3.4 Berdasarkan <i>Departement Engineer</i>	61
4.2.3.5 Berdasarkan <i>Departement Accounting</i>	62
4.2.3.6 Berdasarkan <i>Departement HRD</i>	63
4.2.4 Tipe Budaya Organisasi Berdasarkan <i>Level Jabatan</i>	64
4.2.4.1 Berdasarkan <i>Level Jabatan Manajer</i>	65
4.2.4.2 Berdasarkan <i>Level Jabatan Supervisor</i>	66
4.2.4.3 Berdasarkan <i>Level Jabatan Staff</i>	67
4.2.4.4 Berdasarkan <i>Level Jabatan Operasional</i>	68
4.2.4.5 Berdasarkan <i>Level Jabatan Marketing</i>	69
4.3 Pembahasan Penelitian.....	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR RUJUKAN.....83

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 3.1 Kisi-kisi Alat Ukur Budaya Organisasi.....	39
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan <i>Departement</i>	46
Tabel 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan <i>Level Jabatan</i>	47
Tabel 4.4 Tabel Budaya Organisasi Hotel “X” Kota Bandung.....	48
Tabel 4.5 Tabel Budaya Aspek <i>Dominant Characteristic</i>	50
Tabel 4.6 Tabel Budaya Aspek <i>Organizational Leadership</i>	51
Tabel 4.7 Tabel Budaya Aspek <i>Management of Employees</i>	52
Tabel 4.8 Tabel Budaya Aspek <i>Organizational Glue</i>	54
Tabel 4.9 Tabel Budaya Aspek <i>Strategic Emphases</i>	55
Tabel 4.10 Tabel Budaya Aspek <i>Criteria of Success</i>	56
Tabel 4.11 Tabel Budaya Organisasi Departemen <i>Food & Beverages</i>	58
Tabel 4.12 Tabel Budaya Organisasi Departemen <i>Front Office</i>	59
Tabel 4.13 Tabel Budaya Organisasi Departemen <i>Sales Marketing</i>	60
Tabel 4.14 Tabel Budaya Organisasi Departemen <i>Engineer</i>	61
Tabel 4.15 Tabel Budaya Organisasi Departemen <i>Accounting</i>	62
Tabel 4.16 Tabel Budaya Organisasi Departemen <i>HRD</i>	63
Tabel 4.17 Budaya Organisasi Jabatan <i>Manager</i>	65
Tabel 4.18 Budaya Organisasi Jabatan <i>Supervisor</i>	66

Tabel 4.19 Budaya Organisasi Jabatan *Staff*.....67

Tabel 4.20 Budaya Organisasi Jabatan *Operasional*.....68

Tabel 4.21 Budaya Organisasi Jabatan *Marketing*.....69



DAFTAR GRAFIK

Halaman

Grafik 4.1 Budaya Organisasi Pada Karyawan Hotel “X” Kota Bandung.....	49
Grafik 4.2 Aspek <i>Dominant Characteristic</i>	50
Grafik 4.3 Aspek <i>Organizational Leadership</i>	51
Grafik 4.4 Aspek <i>Management of Employees</i>	53
Grafik 4.5 Aspek <i>Organizational Glue</i>	54
Grafik 4.6 Aspek <i>Strategic Emphases</i>	55
Grafik 4.7 Aspek <i>Criteria of Success</i>	57
Grafik 4.8 Departemen <i>Food and Beverage</i>	58
Grafik 4.9 Departemen <i>Front Office</i>	59
Grafik 4.10 Departemen <i>Sales Marketing</i>	61
Grafik 4.11 Departemen <i>Engineer</i>	62
Grafik 4.12 Departemen <i>Accounting</i>	63
Grafik 4.13 Departemen <i>HRD</i>	64
Grafik 4.14 Budaya Organisasi Berdasarkan Jabatan <i>Manager</i>	65
Grafik 4.15 Budaya Organisasi Berdasarkan Jabatan <i>Supervisor</i>	66
Grafik 4.16 Budaya Organisasi Berdasarkan Jabatan <i>Staff</i>	68
Grafik 4.17 Budaya Organisasi Berdasarkan Jabatan <i>Operasional</i>	69

Grafik 4.18 Budaya Organisasi Berdasarkan Jabatan *Marketing*.....70



DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 1.1 Kerangka Pikir.....	16
Bagan 3.1 Prosedur Penelitian.....	35



DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Kisi-kisi Alat Ukur Budaya Organisasi.....	84
Lampiran 2 Lembar Persetujuan.....	88
Lampiran 3 Alat Ukur Budaya Organisasi.....	90
Lampiran 4 Hasil Penelitian.....	97

