

ABSTRAK

Perusahaan AUTO 2000 Cabang Setiabudi Bandung merupakan jaringan jasa penjualan, perawatan, perbaikan dan penyediaan suku cadang Toyota, yang manajemennya ditangani penuh oleh PT. Astra International Tbk. Perusahaan ini merupakan dealer Toyota yang sudah sukses di pasar nasional khususnya di wilayah regional Bandung. Kesuksesan AUTO 2000 tidak luput dari persaingan dengan pesaing internal maupun eksternal, mengingat persaingan penjualan mobil sangat ketat antar pesaingnya. Untuk mengatasi persaingan yang ketat, diperlukan kondisi perusahaan yang adaptif, dan sedangkan untuk menciptakan kondisi yang adaptif ini perlu dibangun dan diterapkannya budaya organisasi di perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil budaya, hasil pemetaannya dan analisis rekomendasi dengan menggunakan metode Organization Culture Assessment Instrument (OCAI). Metode ini digunakan untuk mengumpulkan informasi dari para pihak terkait yang memerankan budaya di perusahaan. Informasi yang ingin diketahui berupa tipe budaya yang dirasakan saat ini dan yang diharapkan kedepannya. Tipe budaya dalam OCAI dibagi menjadi 4 yaitu : Clan, Adhocracy, Market, Hierarchy. Alat dalam mengumpulkan informasi disini menggunakan kuesioner untuk mengetahui budaya dari setiap responden, dengan menggunakan kuesioner sesuai dengan metode OCAI yang terdiri dari 6 kriteria yaitu karakteristik dominan, kepemimpinan organisasi, pengelolaan karyawan, perekat organisasi, penekanan strategis, kriteria keberhasilan.

Responden dari penelitian ini merupakan pimpinan yang ada di perusahaan. Hal ini dikarenakan pengaruh dalam perubahan atau membangun budaya di perusahaan. Maka dari itu yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah Kepala Cabang, Supervisor, Administration Departement Head, Kepala Bengkel, Customer Relation Care, Security Head, hanya setiap kepala divisinya saja.

Setelah dilakukan pengolahan data maka akan diketahui profil budaya dari masing – masing responden yang diteliti. Berdasarkan hasil pengolahan data menyatakan bahwa budaya yang dirasakan oleh perusahaan yaitu budaya market dan mengharapakan untuk mempertahankan market. Jika dilihat dari keseluruhan responden, masih ada beberapa responden yang belum memiliki persepsi yang sama. Hal ini bisa dipengaruhi oleh deskripsi pekerjaannya sehingga terfokus terhadap pekerjaan yang diberikan dan tidak melihat keadaan perusahaan secara umum. Setelah mengetahui hasil pengolahan datanya ternyata bahwa perusahaan sudah menekankan suatu tipe budaya yaitu budaya market. Dengan demikian adanya kesesuaian antara hasil penelitian menggunakan OCAI dengan visi, misi, serta nilai – nilai yang ada di perusahaan.

Kata kunci : *Budaya Organisasi, AUTO 2000, Organization Culture Assessment Instrument (OCAI).*