

INTISARI

Setiap perusahaan memiliki budaya perusahaan sebagai identitas unik, tercermin dari nilai-nilai yang dijunjung tinggi dalam interaksi, komunikasi, dan lingkungan kerja. Tujuan utama setiap perusahaan adalah mencapai keuntungan, yang seringkali diindikasikan dengan peningkatan pencapaian target penjualan. Fokus penelitian ini adalah bagaimana budaya perusahaan dapat memengaruhi peningkatan capaian target penjualan, dengan DNVB Indonesia, perusahaan rintisan di bidang edukasi, sebagai studi kasus.

Melalui metode etnografi dan melakukan wawancara mendalam serta observasi partisipatoris, penelitian ini bertujuan memahami secara mendalam konteks budaya perusahaan. Rentang waktu penelitian mencakup Januari hingga Desember 2023 yang dilakukan di Yogyakarta. Wawancara dilakukan terhadap 5 anggota DNVB. Dalam prosesnya, ditemukan sembilan indikator budaya perusahaan yang menjadi panduan bagi seluruh anggota perusahaan dalam DNVB Indonesia. Salah satu indikator yang dapat diukur dari segi biaya adalah manajemen stress dan kesehatan mental, diwujudkan melalui program *staycation* yang rutin diselenggarakan sebagai respons terhadap tingkat stres karyawan.

Hasil kajian menunjukkan bahwa program *staycation* sebagai implementasi budaya perusahaan memiliki dampak positif pada peningkatan capaian target penjualan. Peningkatan signifikan ini terlihat pada bulan-bulan di mana program ini dilaksanakan. Maka dari temuan ini, dapat ditegaskan bahwa ada keterkaitan yang erat antara budaya perusahaan yang memperhatikan kesejahteraan karyawan dengan pencapaian target penjualan.

Kata kunci: budaya perusahaan, perusahaan rintisan, target penjualan, manajemen stres, etnografi bisnis.

ABSTRACT

Every company has a company culture as a unique identity, reflected in the values upheld in interactions, communications, and the work environment. The main goal of every company is to achieve profit, which is often indicated by increased achievement of sales targets. This research focuses on how corporate culture can influence the achievement of sales targets, with DNVB Indonesia, an educational start-up, as a case study.

Through ethnographic methods and applying in-depth interviews with participatory observation, this research also aims to understand the company's cultural context deeply. The study was conducted in Yogyakarta and covers January to December 2023. The interview is held with five informants. In the process, nine corporate culture indicators were found that guide all company members within DNVB Indonesia. One of the indicators that can be measured in terms of costs is stress management and mental health, realized through a staycation program routinely held in response to employee stress levels.

The study results show that the staycation program as an implementation of corporate culture has a positive impact on increasing the achievement of sales targets. This significant increase was seen in the months when the program was implemented. From these findings, it can be asserted that there is a close relationship between a corporate culture that pays attention to employee welfare and the achievement of sales targets.

Keywords: company culture, start-up, sales target, stress management, business ethnography.