

ABSTRAK

Budaya secara tidak langsung memainkan peran penting dalam produktivitas perusahaan. Penting bagi perusahaan untuk merekrut kandidat yang cocok dengan budaya perusahaan. Maka dari itu, perlu dilakukan identifikasi karakteristik budaya mahasiswa tingkat akhir untuk memprediksi perilaku mereka yang akan mengarah pada keberhasilan organisasi. Studi ini dilakukan untuk mengidentifikasi karakteristik budaya mahasiswa dan mengetahui apakah klaster, program studi, jenis kelamin, suku, daerah asal, dan jumlah pengeluaran mempengaruhi karakteristik budaya mahasiswa. Penelitian ini menggunakan kuesioner CVSCALE. Penelitian ini menggunakan teknik sampling *Proportionate Stratified Random Sampling* dan terdapat 1402 responden mahasiswa UGM yang tersebar di berbagai bidang ilmu. Penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa tingkat akhir UGM memiliki karakteristik budaya *High Power Distance*, *Individualist*, *Long-Term Orientation*, *Masculine*, dan *Low Uncertainty Avoidance*. Data dianalisis menggunakan *one-way* MANOVA dan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara mahasiswa laki-laki dan perempuan di semua dimensi budaya, di beberapa program studi untuk dimensi *Power Distance*, *Individualism*, dan *Long Term Orientation* di beberapa klaster untuk dimensi *Power Distance*, *Individualism*, *Long Term Orientation*, *Uncertainty Avoidance*, dan di beberapa suku mahasiswa untuk dimensi *Long Term Orientation*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik budaya mahasiswa tingkat akhir UGM bersifat individualis dan maskulin. Hal ini diakibatkan karena adanya tantangan dan persaingan yang ketat, faktor globalisasi dan perkembangan sosial ekonomi sehingga mahasiswa cenderung untuk fokus pada diri sendiri dibanding kelompok.

Kata Kunci: Dimensi Budaya, Hofstede, Klaster, Program Studi, Jenis Kelamin, Suku, Daerah Asal, Jumlah Pengeluaran.

ABSTRACT

Culture indirectly plays an important role in company productivity. It is important for companies to recruit candidates who fit the company culture. Thus, it is necessary to identify the characteristics of the final year of student culture to predict their behavior which will lead to organizational success. This study was conducted to identify the cultural dimensions of students and find out whether clusters, study programs, gender, ethnicity, area of origin, and monthly expenditure affect the cultural characteristics of students. This study used the CVSCALE questionnaire. This research uses Proportionate Stratified Random Sampling technique and there are 1402 respondents who are scattered from various study programs. Research shows that UGM final year students have the characteristics of High Power Distance, Individualist, Long Term Orientation, Masculine, and Low Uncertainty Avoidance. Data were analyzed using one-way MANOVA and showed that there were significant differences between male and female students in all cultural dimensions, in several study programs for Power Distance, Individualism, Long Term Orientation dimensions, in several clusters for Power Distance, Individualism, Long Term Orientation, Uncertainty Avoidance dimensions, and in several tribes of students for the Long Term Orientation dimension. The results showed that the cultural characteristics of UGM final year students were individualistic and masculine. This is caused by challenges and intense competition, globalization and socio-economic development factors, hence students tend to focus on themselves rather than groups.

Keywords: *Cultural Values, Hofstede, Clusters, Study Programs, Gender, Ethnicity, Area of Origin, Monthly Expenditure.*