

ABSTRAK

TRANFORMASI BUDAYA UNTUK MENCAPAI STRATEGI JANGKA PANJANG PERUSAHAAN DI PT WASKITA KARYA

Stefanus Gunawan
17/422826/PEK/23672

Budaya dalam organisasi menjadi pembeda antara perusahaan yang sukses dengan yang lain (Cameron and Quinn, 2011). Perusahaan dapat dikatakan sukses dan mampu bertahan dalam jangka panjang seringkali terlihat dari kepemilikan budaya organisasi yang kuat dan kesesuaian budaya organisasi tersebut terhadap tuntutan bisnisnya. Waskita memahami bahwa untuk mencapai visi perusahaan hanya dapat dilakukan melalui penanaman dan pemahaman yang baik terkait budaya perusahaan untuk menjaga kelangsungan bisnis Perseroan secara berkelanjutan (Putra, 2018). Untuk itulah Waskita perlu memahami kembali budaya yang ada di perusahaan saat ini dan diselaraskan dengan tuntutan perkembangan di masa depan.

OCAI (*Organizational Culture Assessment Instrument*) adalah instrumen untuk mengidentifikasi budaya organisasi realisasi (*existing culture*), dan membantu mengidentifikasi mengenai budaya yang diharapkan perusahaan (*preferred culture*) yang penilaiannya diukur dalam 6 dimensi utama (karakteristik dominan, gaya kepemimpinan dan pendekatan yang ada dalam organisasi, pengelolaan karyawan, perekat organisasi, titik berat strategis dan kriteria keberhasilan) yang kemudian digunakan untuk memetakan tipe profil budaya organisasi (*Clan Culture*, *Adhocracy Culture*, *Market Culture* dan *Hierarchy Culture*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *existing culture* lebih mengarah pada tipe budaya *hierarchy*, sedangkan menurut manajemen perusahaan perlu melakukan perubahan budaya (*preferred culture*) yang lebih mengarah kepada tipe budaya *market*. Cara perusahaan memperkuat budaya *market* adalah melalui penyusunan strategi (*strategic fit*, *internal fit*, *organizational fit* dan *environmental fit*) mempertimbangkan prinsip tata kelola yang baik yang mendasari langkah dalam setiap pengambilan keputusan.

Kata Kunci: OCAI, *existing culture*, *preferred culture*, *Hierarchy*, *Market*, *Culture*

ABSTRACT

CULTURAL TRANSFORMATION TO ACHIEVE A LONG-TERM COMPANY STRATEGY AT PT WASKITA KARYA

Stefanus Gunawan
17/422826/PEK/23672

What distinguishes successful companies from others is the culture in their organization (Cameron and Quinn, 2011). Companies can be successful and able to survive in the long term, often seen from having a strong organizational culture and the suitability of the organizational culture to the demands of its business. Waskita understands that achieving the company's vision can only be done through good cultivation and understanding of corporate culture to sustainability of the Company's business (Putra, 2018). For this reason, Waskita needs to re-understand the existing culture and be aligned with future development demands.

OCAI (Organizational Culture Assessment Instrument) is an instrument to identify current (existing culture) and expected organizational culture (preferred culture) that assessed with 6 main dimensions (dominant characteristics, leadership style and existing approaches in the organization, management of employee, organization glue, strategic emphases and criteria of success) that used to map the type of organizational culture profile (Clan Culture, Adhocracy Culture, Market Culture and Hierarchy Culture).

The results showed that current identified culture was more directed to Hierarchy Culture type, whereas according to company management it was necessary to make cultural changes (preferred culture) which directed to Market Culture type. The way companies strengthen market culture is through strategic fit, internal fit, organizational fit and environmental fit by considering the principles of good governance that underlie steps in every decision making.

Keywords: OCAI, existing culture, preferred culture, Hierarchy, Market, Culture