

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam perkembangan bisnis di era modern saat ini terutama dalam konteks manajemen sumber daya manusia, perusahaan dituntut untuk mampu mengelola karyawan secara lebih profesional melihat persaingan di dalam dunia bisnis yang semakin ketat. Aspek Sumber Daya Manusia sebagai perencanaan strategik berperan dalam upaya meningkatkan atau mengembangkan dan menjaga keberlangsungan dari perusahaan. Perusahaan menerapkan beberapa cara atau strategi untuk mencapai tujuan utama perusahaan, hal tersebut dilakukan agar perusahaan mampu mendapatkan *profit* yang sebesar-besarnya. Perusahaan juga harus mampu untuk bertahan atau *survive* mengingat pada saat ini banyak perusahaan yang tidak mampu bertahan dan tidak mampu mengatasi permasalahan yang terjadi di internal maupun eksternal perusahaan yang berdampak kurang bagus pada perusahaan baik secara langsung maupun bertahap sehingga mengakibatkan perusahaan mengalami gulung tikar.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang keuangan terutama Bank, kemampuan untuk bertahan dan tetap mampu bersaing secara kompetitif

dengan Bank-Bank lain merupakan kunci untuk melangkah lebih jauh lagi untuk bisa mengembangkan dan meningkatkan kemajuan usaha bisnisnya. Hal ini menjadi poin penting karena salah satu hal yang harus dihindari dan ditakutkan oleh perusahaan yaitu keadaan dimana perusahaan mengalami kerugian lalu gulung tikar. Oleh sebab itu para pemimpin perusahaan khususnya Bank harus berpikir secara lebih keras untuk dapat menghindari masalah tersebut. Peningkatan kualitas dari sisi manajemen sumber daya manusia dapat dilakukan dengan cara salah satunya yaitu perekrutan karyawan yang berkualitas. Strategi perusahaan yang dapat dijalankan oleh perusahaan yaitu seperti budaya organisasi yang diterapkan dalam lingkup perusahaan yang digunakan oleh para karyawan untuk menunjang kinerja karyawan.

Budaya organisasi sangat dibutuhkan dalam perusahaan sebagai sebuah strategi karena budaya organisasi dapat diibaratkan sebagai ciri dari sebuah perusahaan yang bermula dari terjalannya sebuah organisasi atau berlangsungnya sebuah proses di dalam suatu organisasi dan menjadi pegangan bagi suatu kelompok organisasi dalam perusahaan. Budaya organisasi yang sangat kuat di dalam sebuah organisasi akan menciptakan sebuah motivasi, tujuan, dan kontrol organisasi yang efektif, karena hal tersebut akan membantu dalam usaha untuk merebut perhatian banyak orang untuk lebih memfokuskan pada kesatuan gerak dan langkah. Menurut Luthans (Robbins, 2011:85) terdapat dua faktor utama dalam membentuk

budaya yang unggul yang pertama adalah *sharpness* atau tingkat penyebaran yang membentuk budaya yang merujuk pada seberapa besar tingkat karyawan memiliki nilai-nilai inti yang sama, lalu yang kedua adalah *intensity* yang menunjukkan karyawan terhadap nilai inti yang sama. Budaya organisasi yang unggul adalah sebuah prediksi terhadap dua asumsi yang penting. Pertama, berhubungan dengan adaptasi oleh karyawan yang berada di luar perusahaan, bahwa nilai individu terdapat pada tempat kerja memiliki dampak yang langsung terhadap perilaku karyawan. Kedua, berhubungan dengan adaptasi dari internal perusahaan, dimana perilaku karyawan yang positif didalam perusahaan seperti meningkatnya produktivitas dari karyawan, hal ini mendorong untuk memiliki komitmen yang tinggi terhadap pekerjaan. Menciptakan motivasi dan komitmen yang tinggi terhadap perusahaan akan membantu sebuah organisasi yang lebih unggul dan bersaing. Setiap organisasi memerlukan budaya organisasi sebagai identitas kelompok dan berperan penting dimana didalamnya terdapat komitmen dari setiap anggota, identitas setiap individu dalam organisasi, sebagai stabilitas sosial, serta sebagai premis dalam penyampaian pokok pendapat yang bisa diterima dan diambil sebagai keputusan bersama. Sebagaimana peran dari budaya organisasi tersebut, maka setiap organisasi penting untuk membangun budaya organisasi sebagai pencapaian tujuan dari kelompok organisasi.

Berdasarkan Kamus Bahasa Indonesia (Depdiknas, 2005), “budaya” diartikan sebagai sesuatu mengenai kebudayaan yang sudah berkembang serta sudah menjadi kebiasaan yang sudah sulit untuk dirubah. Sedangkan teori Menurut Siehl dan Martin (Kusdi, 2011:50) budaya organisasi diilustrasikan sebagai organisasi yang merekat menjadi satu kesatuan melewati suatu kebersamaan di dalam pola-pola makna. Budaya terfokus pada perilaku/artifak, nilai-nilai, keyakinan-keyakinan yang dimiliki bersama oleh anggota-anggota. Sedangkan Schein (Kusdi, 2011:51) menyimpulkan bahwa budaya organisasi merupakan adanya “sesuatu” yang dijadikan pegangan serta dimiliki bersama oleh para anggotanya (*shared or held in common*). Dengan adanya budaya organisasi di dalam perusahaan akan dijadikan sebagai pegangan, nilai-nilai dan keyakinan oleh karyawan sehingga membentuk kebiasaan atau perilaku kerja yang baik di dalam perusahaan dan memberikan efek terhadap kinerja karyawan karena prinsip atau nilai-nilai tersebut yang dinyatakan secara eksplisit dan terbuka dalam kelompok akan menjadi pedoman yang menjadikan tercapainya suatu tujuan bersama dalam kelompok organisasi.



Gambar 1.1 Bank Agris Cabang Semarang



Gambar 1.2 Karyawan dari Bank Agris Semarang

Adapun peneliti tertarik untuk membahas mengenai budaya organisasi dan lebih memilih melakukan penelitian di Bank Agris Semarang dibanding Bank lain, karena Bank-Bank lain dirasa sudah memiliki nama lebih besar dan dianggap sudah memiliki budaya yang sangat kental. Peneliti juga ingin

mengetahui bagaimana para anggota organisasi membangun budaya organisasi di Bank Agris di Semarang. Cabang dari Bank Agris Pusat yang berlokasi di Semarang ini yang masih berumur 5 tahun berdirinya dan dikatakan baru dibandingkan dengan Bank Bank lain yang sudah lebih lama berdiri dan sudah memiliki pengalaman serta budaya yang lebih kental. Sehingga untuk budaya organisasi di Bank Agris perlu diketahui secara lebih mendalam meskipun perusahaan mengacu pada peraturan yang berlaku pada Bank Agris pusat yang berlokasi di Jakarta namun hal itu tentunya belum cukup dikarenakan perusahaan Bank Agris cabang Semarang ini dirasa perlu untuk menyesuaikan dengan situasi dan kondisi budaya dimana perusahaan baik itu pusat maupun kantor cabang pembantu itu didirikan. Hal ini yang mendasari dan menjadi lebih fokus pada budaya organisasinya oleh sebab itu peneliti untuk ingin mengetahui apakah para karyawan Bank Agris Semarang sudah bisa menjalankan budaya organisasi secara baik atau belum. Untuk mengetahui hal tersebut tentunya dengan cara peneliti melakukan observasi mengenai budaya organisasi di Bank Agris, dan apabila dari persepsi pimpinan Bank Agris menunjukkan hasil bahwa mereka belum sepenuhnya dapat menjalankan budaya organisasi secara baik tentunya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi perusahaan. Penelitian ini juga diharapkan bertujuan agar perusahaan lebih mudah dalam menjalankan budaya organisasi di kedepannya sehingga untuk mempermudah dalam proses pencapaian tujuan bisnisnya. Manajer

Bank Agris Semarang menyusun beberapa kebijakan perusahaan yang dimana hal itu adalah satu bagian dari budaya organisasi. Menjadi persoalan dan perhatian bagi peneliti adalah apakah kebijakan serta peraturan yang ada di perusahaan sudah berlaku sebagaimana mestinya serta apakah perilaku karyawan di dalam perusahaan sudah mendorong para karyawan untuk bekerja secara lebih baik, dengan umur perusahaan yang terbilang muda yang dalam hal ini adalah kantor cabang Bank Agris Semarang yang berlokasi di Jl. MT Haryono, Ruko Mataram Plaza Blok A/9 Semarang ini apakah para karyawannya sudah mengetahui, memahami, serta merasakan budaya organisasi di perusahaan. Komunikasi yang ada di perusahaan menurut salah satu karyawan di Bank Agris Semarang mengatakan bahwa komunikasi yang terjalin secara langsung (*interpersonal*) antar karyawan terutama di bagian marketing lending yang mayoritas pegawainya bekerja lapangan atau di luar kantor memang kurang begitu intens, hal kemungkinan akan menyebabkan komunikasi yang berjalan antar karyawan belum mencapai maksimal berkaitan dengan tugas-tugas dalam penyaluran dana yang telah dihimpun oleh marketing funding karena budaya organisasi yang baik tentunya harus diawali dengan komunikasi yang baik antar karyawan. Oleh sebab itu peneliti ingin mengetahui tentang bagaimana persepsi dari karyawan serta untuk mengetahui seberapa jauh karyawan paham akan budaya organisasi serta dapat merasakan pola budaya organisasi yang ada di Bank Agris Semarang yang merupakan bagian budaya di perusahaan serta

telah dimiliki oleh karyawan di Bank Agris Semarang. Budaya organisasi yang merupakan strategi perusahaan dipilih sebagai variabel.

Praktik budaya organisasi yang ada di dalam perusahaan merupakan beberapa strategi yang diterapkan oleh beberapa perusahaan serta Bank Agris yang merupakan salah satu Bank swasta nasional yang memiliki pengalaman 5 tahun, sangat potensial untuk dipilih sebagai penelitian ini. Oleh sebab itu peneliti memilih kantor Bank Agris cabang Semarang dan karyawannya untuk dijadikan sebagai objek penelitian karena Bank cabang Agris Semarang ini masih berdiri selama 5 tahun sebagai cabang dari Bank Agris pusat. Bank yang berdiri sejak tahun 1973 ini mulanya bernama PT Finconesia yaitu perusahaan yang berbentuk lembaga keuangan. Dan pada tahun 1993 PT. Finconesia berubah nama menjadi PT. Bank Finconesia setelah ijin usahanya telah disetujui menjadi Bank Umum berdasarkan Surat Keputusan dari Menteri Keuangan Republik Indonesia dengan Nomor 442/KMK.017/1993 pada tanggal 9 Maret 1993. Di tahun 2008 Bank Finconesia berubah nama kembali menjadi PT. Bank Agris berdasarkan keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 10/61/KEP.GBI/2008 tertanggal 5 September 2008. Bank Agris cabang Semarang merupakan kantor cabang dari Bank Agris yang berpusat di Jakarta ini beralamatkan di Jl. MT Haryono, Ruko Mataram Plaza Blok A/9 Semarang.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka peneliti memilih untuk melakukan penelitian dengan judul **“PERSEPSI PIMPINAN BANK AGRIS SEMARANG TERHADAP BUDAYA ORGANISASI”**.

1.2. Perumusan Masalah

Bagaimana Budaya Organisasi PT. Bank Agris Semarang berdasarkan kriteria level budaya organisasi Edgar Schein?

1.3. Tujuan Penelitian

Mengetahui budaya organisasi PT. Bank Agris Semarang berdasarkan kriteria level budaya organisasi Edgar Schein yang ada di perusahaan melalui persepsi dari pimpinan Bank Agris Semarang.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademik

- a. Bagi pembaca, penelitian ini bermanfaat sebagai wawasan terkait dengan budaya organisasi yang ada dan terjadi di Bank Agris Semarang
- b. Bagi peneliti, penelitian bermanfaat sebagai sarana pengembangan wawasan khususnya terkait dengan penerapan budaya organisasi di perusahaan yang ada dan terjadi di Bank Agris Semarang.

1.4.2. Manfaat Praktis

Dari penelitian ini memiliki manfaat praktis yaitu sebagai informasi dan bahan evaluasi kepada Bank Agris Semarang tentang bagaimana pola budaya organisasi yang terjadi di Bank Agris Semarang.

