

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki keanekaragaman kuliner nusantara, begitu pula di tiap daerahnya. Hal tersebut membuat sekelompok pengusaha kuliner yang melihat peluang bisnis berani untuk menajakan atau menjual kuliner khas dari daerah asalnya. Ditengah persaingan bisnis kuliner di tanah air yang semakin tinggi menyebabkan restoran harus mampu bersaing dengan bisnis kuliner lainnya. Menurut data sementara yang dikelola oleh data.kotasemarang.go.id mempresentasikan jumlah penyedia jasa makanan dan minuman dalam bentuk unit restoran di kota semarang pada tahun 2021 berjumlah 1.568 unit, dibandingkan pada tahun sebelumnya 2020 jumlah restoran di kota semarang, menurut data sementara yang dikeluarkan oleh data.kotasemarang.go.id berjumlah 215 unit. Maka dengan adanya peningkatan jumlah unit penyedia jasa makanan dan minuman di Semarang, secara tidak langsung menciptakan persaingan diantara bisnis restoran satu dengan yang lain. Akibatnya setiap restoran harus memiliki keunggulan kompetitif di tengah persaingan dalam bisnis kuliner. Maka dari itu restoran sebagai sebuah organisasi penyedia jasa makanan dan minuman harus memiliki ciri khas dimana hal tersebut dapat menjadi sebuah identitas atau pembeda diantara organisasi-organisasi lainnya. Peran dan fungsi budaya organisasi sangat dipengaruhi bagi sebuah organisasi supaya dapat bersaing secara kompetitif dan tetap mempertahankan eksistensinya ditengah persaingan bisnis yang semakin ketat serta bagaimana sebuah bisnis dapat menghadapi perubahan yang akan terjadi kedepannya. Menurut Sutrisno, Budaya organisasi memiliki peran yang penting dalam mencapai tujuan sebuah organisasi atau perusahaan, setiap organisasi memiliki ciri khas masing-masing sebagai pembeda diantara organisasi-organisasi lainnya (Rendita,2021). Budaya organisasi dapat memberikan pengaruh yang besar bagi sebuah organisasi, khususnya apabila oraganisasi tersebut memiliki budaya yang kuat *stong culture* (Bangun, 2012). Budaya organisasi dapat dikatakan kuat apabila organisasi tersebut memiliki daya saing yang tinggi sehingga dapat mengambil

tindakan yang terkoordinasi terhadap pesaing dan pelanggan. Lebih dari itu budaya organisasi dapat pula berfungsi untuk mengarahkan anggota organisasi yang memiliki kompetensi lebih untuk bersama-sama mencapai *goal* atau tujuan bersama dalam sebuah organisasi.

Sama halnya dengan *Just Snack* sebagai salah satu tempat penyedia jasa makanan dan minuman yang menjual kuliner khas Bandung di Semarang. *Just snack* menyediakan berbagai macam menu makanan dan minuman khas Bandung seperti Siomay Bandung, Batagor, Cireng, Cilok Goreng, Lotek, Karedok, Yamien, Lomie, Baso Cuankie, Seblak, Es Cendol dan lain sebagainya. *Just snack* sendiri adalah *restaurant* yang dibangun pada tahun 2016 bertempat di Jalan Telaga Bodas Raya No 2A Kelurahan Karangrejo, Kecamatan Gajahmungkur, Kota Semarang. Sebelumnya pada tahun 2012 pemilik *Just Snack* yaitu Ibu Cynthia yang kebetulan juga berasal dari Bandung, hanya menjual jajanan ringan khas Bandung seperti Siomay Bandung dan Batagor yang sistem pemesanannya hanya *pre-order*. Namun karena Ibu Cynthia melihat peluang bisnis dan kebetulan memiliki koneksi dan banyak relasi di Semarang maka Ibu Cynthia memutuskan untuk mendirikan bisnis kuliner khas Bandung di Semarang, dengan tujuan memperkenalkan kepada masyarakat macam-macam kuliner khas Bandung. Pada awal tahun 2022, *Just Snack* mulai memperluas usahanya dengan mendirikan cabang di Mall Citraland tepatnya di *foodcourt* lantai 3. Bahkan sekarang *Just snack* sudah memiliki karyawan yang terdiri dari *Counter* berjumlah 4 orang, *Kitchen* berjumlah 6 orang dan Keamanan yang berjumlah 2 orang serta 2 karyawan yang bertugas melayani di *foodcourt* Mall Citraland lantai 3. Saat ini *Just Snack* terus melakukan pengembangan baik dari keragaman menu yang dijual, pelayanan terhadap konsumen, kualitas dan kebersihan makanan, hal ini dilakukan agar masyarakat luas di Semarang semakin mengenal dan tertarik dengan *Just Snack*. Budaya di dalam sebuah organisasi sangat dekat atau erat hubungannya dengan keberhasilan suatu organisasi, kemampuan suatu organisasi dalam mengimplementasikan nilai-nilai budaya didalam organisasi dapat mendukung sebuah organisasi untuk tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Maka alasan peneliti ingin melakukan penelitian budaya organisasi

di *Just snack* karena ditengah-tengah persaingan bisnis pada industri kuliner yang semakin ketat, *Just Snack* sebagai salah satu restoran yang memiliki keunikan dan ciri khas dengan menjual kuliner khas bandung di Semarang membuat peneliti ingin menganalisis lebih lanjut terkait budaya organisasi di Just Snack dengan menggunakan metode OCAI sebagai alat analisisnya.

Organizational Cultural Assessment Instrument (OCAI) adalah salah satu alat pengukuran budaya organisasi yang valid, dikembangkan oleh Robert Quinn dan Kim Cameron di Universitas Michigan (Lamers, et.al 2008). Menurut Brody (2014), OCAI dapat digunakan untuk mengetahui budaya organisasi yang dominan di dalam sebuah organisasi tersebut, dengan menggambarkan nilai-nilai, norma dan pendekatan dalam pekerjaan (David, 2018). Alat ukur OCAI dikembangkan berdasarkan *Competing Values Framework*, yang terdiri dari empat klasifikasi budaya organisasi yakni Budaya Klan, Budaya Adhokrasi, Budaya Pasar, Budaya Hirarki. Terdapat juga indikator-indikator atau dimensi pengukuran menurut OCAI yakni sebagai berikut, Karakteristik Dominan, Kepemimpinan Organisasi, Manajemen Karyawan, Perikat Organisasi, Penekanan Strategis dan terakhir Kriteria Keberhasilan. Penelitian menggunakan metode OCAI memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan. Metode OCAI memiliki nilai validitas dan reliabilitas yang sudah teruji, disisi lain OCAI juga memiliki beberapa keterbatasan yakni instrumen penelitian menggunakan angka dimana responden harus membuat nilai atau bobot sendiri pada setiap indikatornya. Diharapkan melalui penelitian ini Just Snack sebagai sebuah organisasi dapat menentukan dan mempertimbangkan bagaimana persepsi karyawan Just Snack terhadap budaya organisasi saat ini dan budaya apa yang diharapkan dimasa yang akan datang. Selain itu dengan adanya penelitian ini dapat juga untuk membantu Just Snack dalam mengidentifikasi tentang budaya organisasi yang harus dikembangkan guna menjawab tantangan dan persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat serta permasalahan saat ini dan yang akan muncul kedepanya.

1.2 Masalah Penelitian

1. Bagaimana profil budaya organisasi (PBO) dari *Just Snack Resto*?
2. Bagaimana budaya organisasi *Just snack* saat ini dan yang diharapkan berdasarkan persepsi karyawan menggunakan metode OCAI?

1.3 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui profil budaya organisasi (PBO) dari *Just Snack Resto*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana budaya organisasi *Just Snack* saat ini dan yang diharapkan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Akademis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya dan menambah wawasan mengenai budaya organisasi dengan menggunakan metode OCAI.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan informasi untuk *Just snack* terkait bagaimana persepsi karyawan terhadap budaya organisasi saat ini dan yang diharapkan dimasa yang akan datang.