

## PENGEMBANGAN BUDAYA ORGANISASI YANG RELEVAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KERJA PEGAWAI (STUDI DI PT BENANG KOMUNIKA INFOTAMA (BCOMM) TAHUN 2011)

Hafidin Fajar<sup>1</sup>, Prodi Mbti<sup>2</sup>

Universitas Telkom

---

### Abstrak

Perubahan selalu terjadi baik eksternal maupun internal, maka dibutuhkan budaya organisasi untuk membedakan antara perusahaan yang satu dan yang lainnya, budaya organisasi bisa mempengaruhi kepuasan kerja pegawai yang berdampak pada produktivitas kerja. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh budaya organisasi terhadap kepuasan kerja, disamping itu untuk mengetahui budaya apa yang harus diterapkan di PT. Benang Komunika Infotama [BCOMM] di Jakarta untuk meningkatkan kepuasan kerja Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi deskriptif, populasi dari penelitian adalah Pegawai PT. Benang Komunika Infotama [BCOMM], dan pengambilan sample dengan menggunakan teknik sampel jenuh atau sensus sebanyak 61 pegawai. Pengolahan data dengan menggunakan analisis jalur. Sedangkan dalam proses pengolahan data menggunakan program SPSS for windows versi 13 dan microsoft excel 2007 Hasil penelitian dengan menggunakan analisis jalur adalah budaya clan tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap kepuasan kerja, budaya adhocracy berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan kerja, budaya hierarchy tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan kerja, budaya market berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan kerja, serta budaya clan, adhocracy, hierarchy, dan market secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja. Saran untuk meningkatkan kepuasan kerja adalah dengan memperbaiki sistem gaji dan promosi. Budaya organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kerja, untuk itu sebaiknya lebih ditingkatkan lagi dari semua aspek yang terkait, dalam penelitian ini budaya market mempunyai pengaruh yang paling signifikan terhadap kepuasan kerja karena hal ini dapat mendorong pegawai untuk mendapatkan kepuasan kerja. Kata kunci : Budaya Organisasi dan Kepuasan Kerja.

---

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Tinjauan Terhadap Objek Studi

##### 1.1.1 Profil Perusahaan

Objek studi pada penelitian ini adalah PT. Benang Komunika Infotama [BCOMM] yang beralamatkan Jl. Cendrawasih Raya No 36-37 Arteri Pondok Indah Kebayoran Lama Jakarta Selatan 12240.

PT. Benang Komunika Infotama [BCOMM], berdiri pada September 2003 yang berfokus pada layanan *content provider*. *Content provider* merupakan penyedia layanan jasa untuk aplikasi-aplikasi telepon seluler atau *mobile*, contoh dari *content provider* seperti *download ringtone*, *ring back tone*, *wallpaper*, *games*, dan *quiz*.

Berawal dari sebuah *content provider company* yang berfokus pada pengembangan *media communication* dengan berbasiskan *short message system* (SMS). Sebagai wujud pelayanan unggul pada *client* dan *partner*, BCOMM siap pada seluruh lini pelayanan (*from end-to-end services*) serta menyampaikan solusi Aplikasi Bisnis berbasis *mobile* dari skala kecil sampai dengan skala *enterprise* dengan pendekatan dan pemahaman pasar yang tepat.

Dengan pemahaman pada pasar dan kematangan yang terbentuk dari proses belajar dan bersinergi inilah, sayap-sayap BCOMM tumbuh beriring bersama dengan kepercayaan dan kepuasan para pelanggannya yang membuktikan eksistensinya. Pengembangan ini meluas dan mencakup bukan saja *Mobile Services*, namun sudah masuk pada wilayah-wilayah *Telco Network Services*, *IT Solution* dan *Integrated Media*.

### 1.1.2 Visi dan Misi

#### a. Visi BCOMM

Visi BCOMM adalah menjadi pemimpin pasar dalam mensinergikan Solusi & Nilai melalui *mobile content* dan media dan industri IT *Solution* pada skala regional dan internasional.

#### b. Misi BCOMM

Misi BCOMM adalah membantu *client* dan *partner* optimal memanfaatkan kekuatan *mobile content* dan teknologi informasi. Memberikan kualitas pelayanan yang baik, secara berlanjut kreatif dan inovatif untuk kesuksesan *client* dan *partner*.

### 1.1.3 Corporate Value

#### a. Customer In Mind

Kepuasan Pelanggan adalah kunci dan orientasi dalam menapaki tangga-tangga emas kesuksesan. Dengan modal kepercayaan yang menjadi akibat dari kepuasan pelanggan kami melangkah dengan pasti menjadi *partner* dalam kemajuan dan pengembangan.

#### b. Innovation to Product

Dengan semangat menciptakan *value* dan *benefit* untuk tumbuh dan berkembang bersama selalu maju menjadi yang pertama, BCOMM menempuh jalan - jalan menuju kematangan dan kemapanan jati dirinya dengan selalu melihat ke depan. Dengan basis riset dan pengembangan berinovasi dalam menjawab setiap kebutuhan pelanggan.

#### c. Mutual Benefit through Synergy

Dengan sinergi kita mampu mengubah tantangan menjadi peluang, kendala menjadi senjata dan merubah ketidakmungkinan menjadi sebuah pencapaian. Prestasi adalah ketika sebuah kerjasama menemukan iramanya

menuju sinergi yang menjadikan semua menjadi lebih baik dan bernilai. Prestasi untuk selalu menjadi yang terbaik kami dedikasikan untuk sepenuhnya kepada kepuasan pelanggan.

#### 1.1.4 Logo BCOMM

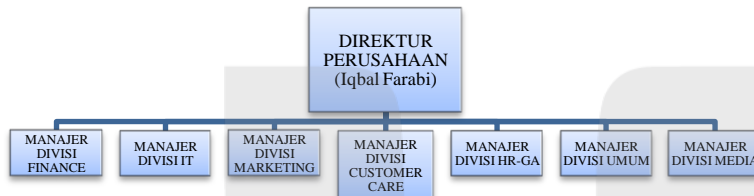
**Gambar 1.1**  
**Logo BCOMM**



Sumber : *HRD BCOMM (2011)*

#### 1.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan

**Gambar 1.2**  
**Struktur Organisasi BCOMM**



Sumber : *HRD BCOMM (2011)*

#### 1.1.6 Produk dan Pelayanan BCOMM

Produk BCOMM :

1. [www.whatzups.com](http://www.whatzups.com)
2. [www.rajakonten.com](http://www.rajakonten.com)
3. [www.kompilasi.com](http://www.kompilasi.com)
4. Album kompilasi Bcomm an artist vol. 1
5. *Free magazine : Myschool & Frontliners*

Pelayanan BCOMM :

1. *Mobile service*
2. *Integrated Media*
3. *Telco Network Services*
4. *IT Services*

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Ketua Umum Asosiasi Telekomunikasi Selular Indonesia (ATSI) Sarwoto Atmosutarno, saat menyampaikan sambutan di Indonesia Cellular Show (ICS) 2010, Rabu (14/7/2010) menyatakan, “Industri telepon *fixed line* yang lebih dulu dikenal masyarakat saat ini penetrasinya kurang dari 5 persen. Sementara industri seluler yang baru dikenal selama 15 tahun memiliki penetrasi sebesar 79,13% dengan jumlah pelanggan 188.041.000.”.

Pertumbuhan pengguna telepon seluler merupakan berkah tersendiri bagi negara berkembang seperti Indonesia, Afrika, dan India. Pendapatan yang dihasilkan industri seluler tahun 2009 di atas Rp 100 triliun.

Pencapaian jumlah pelanggan telepon seluler tersebut bukan berarti industri telepon seluler tidak memiliki hambatan ke depan. Dengan penetrasi sebesar 79,13%, industri ini telah mendekati kejenuhan dari sisi layanan, khususnya untuk layanan voice atau SMS. Operator harus dapat menyediakan inovasi dalam layanan seperti konten untuk dapat bertahan di industri telepon seluler.

Untuk membuat konten dalam telepon seluler, maka operator dapat bekerja sama dengan perusahaan *content provider*. *Content provider* adalah perusahaan yang menyediakan jasa nilai tambah dalam dunia telekomunikasi.

Bisnis jasa konten telepon selular, yang didukung penuh oleh produsen perangkat telepon selular ternama seperti Nokia, Siemens, Samsung, Motorola, Sony-Ericsson, Alcatel, BlackBerry, dan lain-lain. Industri ini akan

memberikan warna baru pada telepon selular dengan layanan nada dering, *Java games*, logo, dan lain-lain.

Terdapat 56 perusahaan *content provider* dan *IT solution* di Indonesia yang termasuk dalam IMOCA (*INDONESIAN MOBILE & ONLINE CONTENT PROVIDER ASSOCIATION*), dapat dilihat pada lampiran.

Kemajuan teknologi mendorong persaingan yang ketat pada industri telekomunikasi, khususnya *content provider*. Munculnya 56 perusahaan *content provider* dan *IT solution* yang tergabung dalam IMOCA ikut meramaikan persaingan di industri telepon selular Indonesia saat ini, BCOMM merupakan salah satu perusahaan *content provider* dan *IT solution* dalam IMOCA.

BCOMM mempunyai beberapa *client & partner* yang loyal dan setia terhadap semua konten layanan dan *IT solution* yang disuguhkan. Berikut adalah *client & partner* perusahaan BCOMM yang dapat dilihat pada Tabel 1.1.

**Tabel 1.1**  
***Client & Partner BCOMM***

<i>Client</i>	<i>Partner</i>
Telkomsel	Sampoerna
Indosat	SinemArt
Excelcomindo	Softex
Three – Hutchinson	Unilever
Telkom Flexi	Cek & Ricek
Esia	Universitas Widya Dharma Pontianak
Mobile 8	Universitas Muhammadiyah Kalimantan
	Universitas Hasanudin Makasar

Sumber : [www.benang.co.id/client&partner](http://www.benang.co.id/client&partner)

Dengan terdapatnya *client & partner* BCOMM yang setia dan loyal, BCOMM tetap mempunyai kewajiban besar untuk selalu menjaga kualitas. Untuk dapat membuat konten layanan yang inovatif dan berkualitas, BCOMM harus mempunyai SDM yang unggul sehingga dapat diandalkan sebagai ujung tombak suksesnya perusahaan.

Semakin banyak perusahaan *content provider* dan IT solution membuat *client & partner* mempunyai banyak pilihan untuk menggunakan jasa *content provider* dan IT solution. Oleh karena itu, seluruh perusahaan *content provider* dan IT solution yang ada di Indonesia dituntut untuk memberikan jasa terbaik bagi *client & partner*.

Kunci kualitas produk dan layanan adalah SDM yang kompeten. Saat ini BCOMM mempunyai total 61 karyawan yang dapat dilihat pada tabel 1.2 di bawah ini :

**Tabel 1.2**

**JUMLAH PEGAWAI BCOMM SAMPAI BULAN FEBRUARI 2011**

DIVISI	Februari 2011				
	Permanent	Contract	Probation	Freelance	Total
Finance	2	3	-	-	5
IT	4	4	3	-	11
Marketing	5	8	1	1	15
Costumer Care	4	-	2	-	6
HR-GA	1	5	-	-	6
Admin	2	6	1	-	9
Media	1	4	4	-	9
<b>Total</b>	19	30	11	1	61

Sumber : HRD BCOMM (2011)

Keberadaan dan keberhasilan suatu perusahaan banyak dipengaruhi oleh keberhasilan dalam menanamkan dan mempertahankan visi dan misi perusahaan yang didukung budaya organisasi yang diterapkan. Karena itu sangat wajar bila perusahaan menuntut pegawainya untuk bertindak dan bekerja sesuai dengan budaya organisasi, dengan harapan perusahaan dapat menghasilkan produk dan jasa sesuai harapan pelanggan.

Menurut Koesmono (2005:3), Budaya organisasi merupakan falsafah, ideologi, nilai-nilai, anggapan, keyakinan, harapan, sikap dan norma-norma yang dimiliki secara bersama serta mengikat dalam suatu komunitas tertentu.

Budaya organisasi merupakan suatu hal yang sangat penting bagi tiap perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Hal ini dikarenakan, budaya organisasi akan memberikan karakter yang kuat bagi perusahaan, membangun etika kerja, pola pikir, pola tindak, dan juga cara perusahaan berinteraksi yang harus dibandingkan dengan perusahaan lain. Perusahaan yang memiliki budaya kerja yang kuat, identik, original dan berkarakter akan mudah bersaing di pasar, karena memiliki “jiwa” yang kuat.

Menurut Lowney (dalam, Nova 2010:1), menyatakan: dari hasil riset yang diselenggarakan oleh para konsultan manajemen McKinsey & Co, untuk melancarkan strategi membantu perusahaan menarik dan mempertahankan para pegawai berbakat yang langka, McKinsey bertanya kepada para eksekutif puncak, apa yang telah memotivasi para pegawai mereka yang paling berbakat. Pada Tabel 1.3 adalah ringkasan di antara 200 eksekutif puncak mengenai peringkat faktor yang mutlak essential untuk memotivasi pegawai berbakat:



Tabel 1.3

**PERINGKAT FAKTOR UNTUK MEMOTIVASI PEGAWAI**

Faktor-Faktor	Persentasi
Nilai-nilai Budaya	58%
Kebebasan Otonomi	56%
Tugas Mengandung Tantangan	51%
Pengelolaan yang baik	50%
Kompensasi yang tinggi	23%
Misi yang mengilhami	16%

Sumber: *Lowney (Nova, 2010: 1)*

Menurut Moeljono dan Sudjatmiko (2007:22), Setiap perusahaan pasti mempunyai budaya perusahaan, baik dibuat maupun tidak dibuat oleh manajemen. Perbedaannya adalah apabila dibuat maka budaya itu dikendalikan dan diarahkan, sedangkan apabila tidak dibuat maka dibiarkan untuk tumbuh ke arah negatif atau dapat disebut sebagai budaya informal. Membiarkan perusahaan dalam kondisi budaya dibiarkan tumbuh sendiri justru berpotensi menghambat kemajuan perusahaan. Budaya yang tumbuh ke arah negatif dapat menjadi budaya yang tidak sesuai dengan misi, visi, dan strategi perusahaan.

PT. Benang Komunika Infotama [BCOMM] tidak mengetahui budaya organisasi yang berjalan pada saat ini, sehingga berpotensi tumbuh budaya ke arah negatif dan membuat tidak kuatnya budaya organisasi. Budaya organisasi yang lemah akan menimbulkan rasa tidak puas pegawai terhadap lingkungan kerja.

Menurut Moeljono dan Sudjatmiko (2007:7), Semakin kuat budaya organisasi, semakin tinggi pula tingkat kepuasan kerja pegawai.

Menurut Daulatram dalam jurnal *Organizational Culture and Job Satisfaction* (2003:4), Budaya organisasi dapat juga mempengaruhi pegawai yang berhubungan dengan komitmen karyawan, kinerja pegawai, dan kepuasan kerja pegawai.

Rasa ketidakpuasan pegawai dapat dilihat dari jumlah pelanggaran yang dilakukan, seperti keterlambatan, ketidak hadiran, dan lain-lain.

Berikut adalah absensi pegawai BCOMM Desember 2010-Februari 2011 yang dapat dilihat pada Tabel 1.4.

**Tabel 1.4**  
**ABSENSI PEGAWAI BCOMM DESEMBER 2010 –**  
**FEBRUARI 2011**

Alasan	Desember 2010	Januari 2011	Februari 2011	Total
<b>Terlambat</b>	21	21	3	45
<b>Cuti</b>	5	-	-	5
<b>Izin</b>	9	4	8	21
<b>Sakit</b>	-	2	2	4
<b>Tanpa Keterangan</b>	4	-	-	4

Sumber : *HRD BCOMM (2011)*

Dapat dilihat pada Tabel 1.5 jumlah absensi keterlambatan, izin, dan tanpa keterangan pegawai BCOMM pada bulan Desember 2010 – Februari 2011 sangat tinggi masing-masing sebesar 45 terlambat, 21 izin, dan 4 tanpa keterangan dalam tiga bulan terakhir.

Menurut Nainggolan dalam jurnal *Efek Kepuasan Kerja Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan* (2011:1), Kepuasan pegawai sangat menentukan kinerja kerjanya, jika pegawai puas dengan apa yang di dapat dari perusahaan maka ia bekerja dengan giat dan jika semua pegawai bekerja dengan

maksimal sudah dipastikan perusahaan pun akan mengalami kemajuan. Tetapi jika karyawan merasa kurang puas, bahkan merasa kurang diperhatikan maka karyawan pun akan bekerja dengan asal-asalan yang penting pekerjaan selesai soal hasilnya baik atau banyak salah tidak diperdulikan.

Rasa tidak puas pegawai dapat menimbulkan pegawai tidak memiliki komitmen yang kuat kepada perusahaan dan membuat tingkat keluar-masuk pegawai yang tinggi. Untuk lebih jelasnya, Tabel 1.5 dan Tabel 1.6 menjelaskan tentang jumlah pegawai baru dan *resign* selama bulan Desember 2010-Februari 2011 di PT. Benang Komunika Infotama [BCOMM].

**Tabel 1.5**  
**JUMLAH PEGAWAI BARU BULAN DESEMBER 2010-  
FEBRUARI 2011**

DIVISI	DESEMBER 2010	JANUARI 2011	FEBRUARI 2011	Total
IT	5	-	4	9

Sumber : *HRD BCOMM (2011)*

**Tabel 1.6**  
**JUMLAH PEGAWAI RESIGN BULAN DESEMBER 2010-  
FEBRUARI 2011**

DIVISI	DESEMBER 2010	JANUARI 2011	FEBRUARI 2011	Total
IT	-	5	1	6

Sumber : *HRD BCOMM (2011)*

Perusahaan harus berusaha untuk menekan tingkat keluar-masuk pegawai dengan cara senantiasa memperhatikan tingkat kepuasan kerja pegawai.

Pihak manajemen BCOMM sendiri tidak tahu budaya organisasi yang berjalan pada saat ini di perusahaan, dikarenakan pihak manajemen

belum pernah mengukur dan meneliti mengenai budaya organisasi, oleh karena itu penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengembangan Budaya Organisasi yang Relevan dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Kerja Pegawai (Studi di PT. Benang Komunika Infotama Tahun 2011)** “

### **1.3 Perumusan Masalah**

Topik pembahasan permasalahan dalam penulisan skripsi ini adalah mengenai budaya organisasi yang sesuai untuk PT. Benang Komunika Infotama [BCOMM]. Berdasarkan uraian dalam latar belakang penelitian, permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana budaya organisasi di kantor PT. Benang Komunika Infotama [BCOMM]?
2. Bagaimana tingkat kepuasan kerja pegawai di kantor PT. Benang Komunika Infotama [BCOMM]?
3. Seberapa besar pengaruh budaya organisasi terhadap kepuasan kerja Pegawai di kantor PT. Benang Komunika Infotama [BCOMM]?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui budaya organisasi di kantor PT. Benang Komunika Infotama [BCOMM]
2. Mengetahui tingkat kepuasan kerja pegawai di kantor PT. Benang Komunika Infotama [BCOMM]
3. Mengetahui besar pengaruh budaya organisasi terhadap kepuasan kerja pegawai di kantor PT. Benang Komunika Infotama [BCOMM].

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

Melalui penelitian ini penulis dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang lebih luas mengenai budaya organisasi. Sekaligus sebagai referensi untuk penelitian lain yang berkaitan dengan judul penelitian ini.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian mengenai budaya organisasi diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu masukan bagi perusahaan, terutama untuk mengembangkan strategi dalam meningkatkan kepuasan kerja pegawai.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB I. PENDAHULUAN**

Dalam bagian ini dijelaskan tinjauan terhadap objek studi, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

Tinjauan pustaka yang dikaji dalam bab ini adalah yang terkait dengan permasalahan yang ingin ditelaah secara lebih mendalam dalam penelitian ini, yaitu meliputi budaya organisasi dan kepuasan kerja pegawai.

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

Dalam bagian ini akan dijelaskan mengenai jenis penelitian yang akan dilakukan, meliputi jenis penelitian yang digunakan, operasionalisasi variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data, teknik sampling dan pengambilan sampel, pengujian validitas, pengujian reliabilitas, teknik analisis data, dan pengujian hipotesis.

#### **BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pada bagian ini dijelaskan tentang analisis dan pengolahan data yang dilakukan dan pembahasan hasil penelitian.

#### **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

Bagian ini akan dikemukakan kesimpulan dari hasil penelitian beserta rekomendasi bagi perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil beberapa kesimpulan yang diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap tujuan dilakukannya penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Budaya yang diterapkan di PT. Benang Komunika Infotama adalah budaya *clan* 80,24%, budaya *adhocracy* 79,38%, budaya *hierarchy* 78,69%, dan budaya *market* 78,23% di kantor PT. Benang Komunika Infotama [BCOMM] tergolong **kuat**.
2. Kepuasan kerja pegawai di kantor PT. Benang Komunika Infotama [BCOMM] tergolong **tinggi** sebesar 77,42%.
3. Pengaruh budaya perusahaan terhadap kepuasan kerja pegawai PT. Benang Komunika Infotama [BCOMM] yaitu:
  - a. Secara simultan atau secara bersama-sama budaya organisasi yang terdiri dari variabel budaya *clan*, budaya *adhocracy*, budaya *hierarchy*, dan budaya *market* mampu mempengaruhi kepuasan kerja pegawai sebesar 81,5% dan sisanya 18,5% dipengaruhi oleh faktor lainnya.
  - b. Secara parsial, terdapat:
    - i. Koefisien regresi  $X_1$  menyatakan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel

budaya clan terhadap kepuasan kerja yaitu sebesar -0,08 dengan nilai  $t = -0,083$ .

- ii. Koefisien regresi  $X_2$  menyatakan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel budaya adhocracy terhadap kepuasan kerja yaitu sebesar 0,245 dengan nilai  $t = 2,113$ .
- iii. Koefisien regresi  $X_3$  menyatakan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel budaya hierarchy terhadap *kepuasan kerja* yaitu sebesar 0,181 dengan nilai  $t = 1,490$ .
- iv. Koefisien regresi  $X_4$  menyatakan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel budaya market terhadap *kepuasan kerja* yaitu sebesar 0,581 dengan nilai  $t = 6,800$ .

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, disarankan kepada PT. Benang Komunika Infotama (BCOMM) untuk :

1. Tipe budaya organisasi market mempunyai pengaruh yang paling signifikan terhadap kepuasan kerja pada PT. Benang Komunika Infotama dibandingkan tipe budaya clan, adhocracy, dan hierarchy, untuk itu sebaiknya PT. Benang Komunika Infotama lebih menguatkan budaya market lagi karena hal ini dapat mendorong pegawai untuk mendapatkan kepuasan kerja.
2. Untuk meningkatkan kepuasan kerja pegawai BCOMM, dapat dilakukan hal-hal sebagai berikut :



- a. Berikan pekerjaan yang sesuai dengan latar belakang pendidikan dan kemampuan setiap karyawan agar karyawan lebih maksimal dalam menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan kepadanya agar rencana jangka panjang fokus kepada persaingan dan pencapaian target dapat tercapai.
- b. Lakukan rapat atau pertemuan secara rutin, baik pertemuan internal dalam satu divisi, pertemuan antar divisi, maupun pertemuan yang melibatkan seluruh divisi di dalam perusahaan demi mengkomunikasikan visi dan misi perusahaan yang berorientasi pada hasil.
- c. Perusahaan harus lebih memperhatikan kesejahteraan karyawan sesuai dengan dedikasi yang telah diberikan oleh karyawan. Buatlah sistem *reward and punishment* yang adil dan pasti sehingga karyawan semakin termotivasi untuk selalu ingin memberikan yang terbaik bagi perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alam, Muhammad M. & Mohammad, Jamilha F. (2010), *Level Of Job Satisfaction And Intent to Leave Among Malaysian Nurses. Business Intelligence Journal*: Tidak diterbitkan.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- As'ad, Mohammad. (2003). *Psikologi Industri: Seri Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Liberty.
- B. Lund, Daulatram (2003). *Organizational Culture and Job Satisfaction*. (online) (<http://emeraldinsight.com/0885.8624.htm>), diakses 9 Mei 2011.
- Budi, Triton Prawira (2006). *Paradigma Baru : Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Tugu Publisher.
- Cameron, Kim & Quinn, Robert (2006). *Diagnosing and Changing Organizational Culture : Based on the Competing Values Framework*. San Fransisco: Jossey-Bass.
- Hutami, Rr. Rieka Febrianti (2007). *Budaya Organisasi PT. Telkom Divre III Jawa Barat & Banten Menurut Teori Cameron & Quinn Serta Keterkaitan Dengan The Telkom way 135*. Bandung: IMT.

Kotter, John P. & Heskett, James L. (1998). *Corporate Culture and Performance*. Jakarta: PT Prehalindo.

Luthans, Fred (2002). *Organizational Behavior* (7th ed.). New York: McGraw-Hill, Inc.

Mangkunegara, Anwar P. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia dan Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Moeljono, Djokosantoso & Sudjatmiko, Steve (2007). *Corporate Culture Challenge To Excellence*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Nainggolan, Sonya (2011). *Jurnal Efek Kepuasan Kerja Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan*. (online) ([http://vibizmanagement.com/journal/index/category/human\\_resources/573/10](http://vibizmanagement.com/journal/index/category/human_resources/573/10)), diakses pada 10 Mei 2011.

Owens, Robert G. (2006). *Organizational Behaviour in Education* (9th ed.). Boston: Allyn and Bacon, Inc.

Purwanto, Agus J. (2005). *Teori Organisasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Riduwan & Kuncoro, Engkos Ahmad. (2010). *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur*. Bandung: CV. Alfabeta.

Robbins, Stephen P. (2003). *Perilaku Dalam Organisasi* (Edisi Sembilan), Jilid I. Jakarta: Index.

Robbins, Stephen P. & Judge, Timothy A, (2008). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.

S., Nova (2010). *Budaya Kerja dan Komitmen Karyawan*, (online) ([http://vibizmanagement.com/journal/index/category/leadership\\_corp\\_culture/283/210](http://vibizmanagement.com/journal/index/category/leadership_corp_culture/283/210)), diakses 10 Mei 2011.

Sudarmanto (2009). *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sekaran, Uma. (2006). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat

Sugiarto, *et.al.* (2001). *Teknik Sampling*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Teman, Koesmono (2005). *Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Motivasi Dan Kepuasan Kerja Serta Kinerja Karyawan Pada Sub Sektor Industri Pengolahan Kayu Skala Menengah Di Jawa Timur*, Jurnal pada Universitas Kristen Petra: Tidak diterbitkan.

Tika, Mohammad P. (2006). *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Umar, Husein (2007). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Von Brocke, Jan & Sinnl, Theresa (2011), *Culture in business process management: a literature review*. (online) ([www.emeraldinsight.com/1463-7154.htm](http://www.emeraldinsight.com/1463-7154.htm)), diakses pada 9 Mei 2011.

Wilson, Alan M. (2001). *Understanding Organisational Culture and the Implications for Corporate Marketing*. (online) ([www.emeraldinsight.com](http://www.emeraldinsight.com)) , diakses pada 9 Mei 2011.

INTERNET

[www.benang.co.id](http://www.benang.co.id) diakses pada 9 Mei 2011

[www.imoca.or.id](http://www.imoca.or.id) diakses pada 9 Mei 2011

