

artikel irpin 10-2022

by Turnitin.com ®

Submission date: 07-Oct-2022 02:28PM (UTC+0700)

Submission ID: 1919026615

File name: artikel_irpin_10-2022.docx (119.15K)

Word count: 2227

Character count: 14313

**BUDAYA PERUSAHAAN KREATIF DALAM MENINGKATKAN
KINERJA PERUSAHAAN DI PT. ARTOS *TEXTILE* INDUSTRI DAN PT.
BANDUNG SAKURA *TEXTILE MILL* DI KABUPATEN BANDUNG
JAWA BARAT**

Abstrak: Penelitian ditujukan guna menyelidiki kinerja perusahaan dipengaruhi budaya perusahaan kreatif. Metode Penelitian memanfaatkan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan analisis linear regresi sederhana. Jumlah sampel sebanyak 80 orang karyawan yang diambil dari PT. Artos *Textile* Industri dan PT. Bandung Sakura *Textile Mill* di Kabupaten Bandung Jawa Barat. Keluaran dari penelitian mengindikasikan Budaya Perusahaan Kreatif memiliki efek signifikan dan positif bagi kinerja perusahaan.

Kata kunci:, Budaya perusahaan kreatif, kinerja karyawan

I. PENDAHULUAN

Aspek yang paling penting dalam menjalankan perusahaan adalah kinerja perusahaan. Sebab, kinerja perusahaan tergantung pada manajer puncak, menengah dan para karyawan. Kinerja karyawan adalah capaian keberhasilan seseorang yang menyeluruh dalam kurun waktu tertentu di dalam menjalankan tugas. Jika seluruh karyawan bekerja dengan baik maka akan berpengaruh pada kinerja perusahaan. Pada hakikatnya Kinerja ditakrifkan karena tiga kegiatan, yakni: kapabilitas, pretensi dan domain (Gibson et al., 1991). Maka dari itu, supaya memiliki kinerja nan bagus, seseorang wajib memiliki kehendak nan tinggi guna menuntaskan serta mendalami pekerjaannya. Bila tidak memahami ketiga hal tersebut, kinerja nan baik tak bisa dicapai.

(Ogbonna & Harris, 2000) menemukan bahwa faktor yang mempengaruhi kinerja adalah budaya perusahaan. Budaya perusahaan yang kuat, kreatif akan memiliki keunggulan bersaing secara nasional maupun internasional. Demikian pun peneliti seperti (Shahzad, Fakhar; Iqbal, Zahid; Gulzar, 2013) menguraikan bahwasanya budaya perusahaan menjadi pemberi yuridiksi superior kinerja dan menentukan bahwasanya budaya perusahaan nan kuat yaitu asal muasal keutamaan kinerja yang kompetitif. Jadi keunggulan bersaing itu sangat penting bagi organisasi yang memegang kuat budaya perusahaan.

Perusahaan tekstil merupakan salah satu tumpuan sumber pekerjaan buat masyarakat di Dayeuhkolot Kabupaten Bandung dan lingkungannya. Dalam hal ini, perusahaan sebagai objek penelitian adalah PT. Artos *Textile* Industri berdiri tahun 1994 dan PT. Bandung Sakura *Textile Mill* berdiri tahun 1970 di Kabupaten Bandung Jawa Barat. Perusahaan tekstil ini merupakan perusahaan tekstil ternama di Kota Dayeuhkolot. Perusahaan ini berkembang dengan memproduksi kain *greige* polos sehingga menjadi salah satu perusahaan tekstil terpadu, manufaktur utama kain kualitas baik, memberikan layanan pabrik dimulai dengan *texturizing*,

sizing, tenun, *jacquard*, pewarnaan, pencetakan, dan benang. Industri tekstil ini mempunyai peran penting guna penyerapan tenaga kerja masyarakat setempat. Namun terakhir, perusahaan yang bersangkutan sedang menurun, padahal persaingan pabrikan tekstil di pasar dunia condong bertambah ketat. Ditambah pabrikan tekstil dimaksud bukan berbasis pada produksi bahan mentah domestik nan kuat. Bahan mentah tekstil berasal dari serat kapas masih mesti diimpor.

Sebagai upaya untuk bertahan di pasar kompetitif saat ini, perusahaan harus bekerja keras (Fekete & Bocskei, 2011). Budaya yang kuat dapat menentukan tingkat keberhasilan perusahaan (Han, 2012). Budaya perusahaan selalu mendapat perhatian karena pentingnya budaya perusahaan dan implikasinya bagi perusahaan (Zheng et al., 2010). Budaya perusahaan tidak didefinisikan oleh satu aspek tunggal saja tetapi merupakan kombinasi dari ciri-ciri budaya yang secara umum bahwa budaya perusahaan berbeda satu sama lain (Jinhui Wu et al., 2011).

Perusahaan dengan potensi budaya kreatif menghadirkan ciri-ciri kewirausahaan, fleksibilitas dan kreativitas (Acar & Acar, 2014; K. Cameron et al., 2006; Tseng, 2010). Budaya perusahaan adalah sumber daya yang potensial dari keunggulan kompetitif berkelanjutan (Flamholtz & Randle, 2012). Dengan demikian, budaya perusahaan dapat dianggap sebagai sumber daya strategis berkelanjutan yang dikendalikan oleh perusahaan, dengan karakteristik tertentu yang dapat menentukan kesuksesan bisnis, yang, pada gilirannya, meningkatkan kinerja yang lebih baik (K. Cameron et al., 2006; Fekete & Bocskei, 2011; Flamholtz & Randle, 2012; Han, 2012)

Berdasarkan studi (Kim Jean Lee & Yu, 2004), bahwa budaya kreatif memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Baru-baru ini, beberapa penulis telah membuktikan hubungan positif antara budaya perusahaan terhadap kinerja perusahaan (Acar & Acar, 2014; Fekete & Bocskei, 2011; Han, 2012; Tseng, 2010), tetapi sedikit tentang budaya perusahaan kreatif.

II. TINJAUAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

2.1. Budaya perusahaan Kreatif dan kinerja Perusahaan

Perusahaan yang dinilai sebagai sentral organisasi yang menentukan keputusan dan perilaku perusahaan dapat memengaruhi kepercayaan dan tindakan para pemangku kepentingan (Flamholtz & Randle, 2012).

Menurut (K. S. Cameron & Quinn, 2011), budaya perusahaan adalah seperangkat elemen nilai-nilai dasar, pendekatan, asumsi, interpretasi, yang menjadi ciri suatu perusahaan; memiliki dampak yang berbeda pada keberhasilan perusahaan, juga mempertimbangkan orientasi strategis perusahaan dan kebutuhan lingkungan eksternal.

Model yang diusulkan berpusat pada nilai-nilai kompetitif dan mencakup jenis budaya kolaboratif, kreatif, kompetitif dan kontrol (K. S. Cameron & Quinn, 2011).

(K. Cameron et al., 2006), budaya memiliki elemen berbeda yang diwakili oleh keyakinan, nilai-nilai dan artefak yang mengarahkan pada efikasi organisasi. Budaya perusahaan yang berorientasi pada tugas akan meningkatkan kinerja perusahaan (K. Cameron et al., 2006; Hartnell et al., 2011). Budaya perusahaan jika dikelola dengan baik, akan menjadi sumber keunggulan kompetitif (Flamholtz & Randle, 2012). Dengan demikian, budaya perusahaan adalah salah satu yang paling banyak diteliti (Zheng et al., 2010).

Karakteristik budaya kreatif selalu berorientasi pada konversi pengetahuan yang dikembangkan dalam meningkatkan kinerja perusahaan (Tseng, 2010). Dengan demikian, budaya perusahaan kreatif, berpotensi secara positif dapat berdampak pada kinerja perusahaan (Fekete & Bocskei, 2011; Han, 2012).

Budaya perusahaan sebagai sumber daya strategis yang berkelanjutan (Flamholtz & Randle, 2012) yang ditandai oleh kreatifitas inovasi dan pengkajian (K. Cameron et al., 2006). Selain itu, banyak peneliti telah menunjukkan bahwa budaya perusahaan yang kreatif memberikan dampak yang lain bagi kinerja perusahaan tergantung pada konteks pengambilan sampel (Carvalho et al., 2010; Fekete & Bocskei, 2011; Flamholtz & Randle, 2012; Han, 2012).

2.2. Hipotesis

Budaya perusahaan kreatif ditandai oleh dinamisme yang kuat dan fokus pada lingkungan eksternal dan terkait erat dengan pengambilan risiko, inovasi dan perubahan (K. Cameron et al., 2006). Perusahaan dengan budaya kreatif memiliki cerminan kewirausahaan, fleksibilitas dan kreativitas (Acar & Acar, 2014; K. Cameron et al., 2006; Santos et al., 2012; Tseng, 2010)

Perusahaan yang kreatif selalu menyeimbangkan persaingan dengan memperkenalkan produk, layanan, dan atau proses baru (K. Cameron et al., 2006). Fokus perusahaan dengan pengembangan teknologi baru, untuk meningkatkan kemampuan perusahaan dan mendapatkan produk-produk lebih murah (Naor et al., 2014).

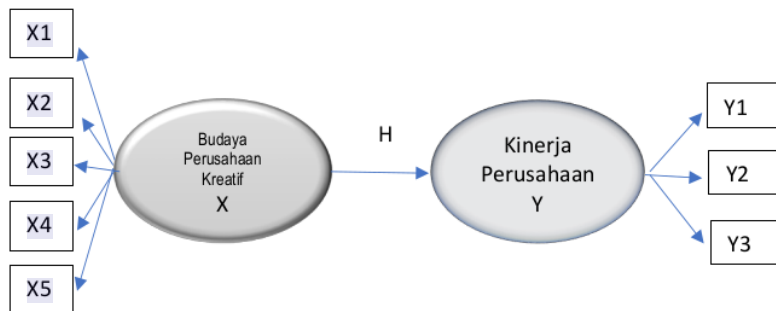
Karakteristik budaya perusahaan yang direfleksikan oleh komitmen dan inovasi, pengenalan produk dan layanan baru, kewirausahaan dan manajemen pengambilan resiko, telah berpengaruh terhadap kinerja perusahaan (K. Cameron et al., 2006; Naor et al., 2014) Demikian juga (Kim Jean Lee & Yu, 2004; Tseng, 2010) menyatakan bahwa karakteristik budaya perusahaan berorientasi pada potensi untuk konversi pengetahuan yang dikembangkan dan peningkatan kinerja perusahaan.

Literatur menunjukkan bahwa, pada kenyataannya, budaya perusahaan memiliki pengaruh positif pada kinerja perusahaan (Acar & Acar, 2014; Fekete & Bocskei, 2011; Han, 2012). (Sashkin & Rosenbach, 2013) juga menerapkan ukuran untuk menilai elemen budaya organisasi. Untuk mengukur budaya organisasi, peneliti mengadopsi (Sashkin & Rosenbach, 2013) yang indikatornya adalah

mengelola perubahan, mencapai tujuan, kerja sama tim, orientasi pelanggan, kekuatan budaya. Indikator untuk mengukur kinerja mengadopsi dari (Williams & Anderson, 1991) yaitu kualitas dan kuantitas dan tingkat ketepatan waktu.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya maka hipotesisnya yakni: **Hipotesis** : “Budaya perusahaan kreatif berdampak positif dan signifikan bagi kinerja perusahaan”

Mengacu dari literatur maupun hipotesis seperti diuraikan sebelumnya bahwasanya kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan : mengelola perubahan (X1), mencapai tujuan (X2), kerja sama tim (X3), orientasi pelanggan (X4), kekuatan budaya (X5); kuantitas (Y1), kualitas (Y2) Tingkat ketepatan waktu (Y3)

III. METODOLOGI

Dalam penelitian ini, menerapkan metodologi penelitian desain survei untuk mendapatkan tanggapan dari responden atas kuesioner, yang telah dibagikan kepada 80 orang karyawan PT. Artos *Textile* Industri dan PT. Bandung Sakura *Textile Mill* di Kabupaten Bandung Jawa Barat. Kuesioner berisi dua bagian yaitu informasi umum tentang responden seperti masa kerja, jenis kelamin, status perkawinan, usia dan pendidikan.

Materi yang kedua adalah pernyataan tentang variabel budaya perusahaan dan kinerja perusahaan. Kuesioner penilaian budaya perusahaan diadopsi dari (Sashkin & Rosenbach, 2013) mencakup 15 pertanyaan untuk mendapatkan respons budaya organisasi, yang dicerminkan dari indikator mengelola perubahan, mencapai tujuan, mengkoordinasikan kerja tim, orientasi pelanggan, dan kekuatan budaya. Kinerja perusahaan dinilai melalui 6 pernyataan (Williams & Anderson, 1991).

Menggunakan skala Likert diawali dari “sangat tidak setuju” (1) sampai dengan “sangat setuju” (5), Populasi penelitian terdiri dari seluruh pekerja, baik laki-laki dan perempuan, yang bekerja di PT. Artos *Textile* Industri dan PT. Bandung Sakura *Textile Mill* yang berjumlah 1500 orang. Sampel penelitian 80 orang karyawan mencakup responden dari PT. Artos *Textile* Industri dan PT. Bandung Sakura *Textile Mill*. Kuesioner telah dibagikan dan direspon sangat baik. Teknik analisa data memanfaatkan analisa regresi linear sederhana yaitu pengujian variabel dependen dipengaruhi variabel independen.

IV. HASIL PENELITIAN

4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas adalah langkah paling penting untuk memastikan bahwa penelitian yang dilakukan telah konsisten dengan penelitian sebelumnya atau sebaliknya. Uji *Alpha Cronbach* untuk memastikan bahwa skala tersebut dapat diandalkan dan dapat dipakai dalam pengujian selanjutnya. Pada penelitian ini telah menemukan *Cronbach's Alpha value* 0,901 untuk 15 *item* skala budaya perusahaan dan 0.929 untuk 6 *item* skala kinerja. Menurut ketentuan ilmu sosial maka apabila nilai *Alpha Cronbach* melebihi nilai 0,70, bahwa penelitian boleh dilanjutkan.

Tabel 4.1. Uji validitas Budaya Perusahaan Kreatif

Penyataan	Corrected item- Total correlation	r tabel	Keterangan
1	0.687	3.88	<i>Valid</i>
2	0.683	3.88	<i>Valid</i>
3	0.812	3.88	<i>Valid</i>
4	0.608	3.88	<i>Valid</i>
5	0.774	3.88	<i>Valid</i>
6	0.686	3.88	<i>Valid</i>
7	0.681	3.88	<i>Valid</i>
8	0.812	3.88	<i>Valid</i>
9	0.605	3.88	<i>Valid</i>
10	0.776	3.88	<i>Valid</i>
11	0.684	3.88	<i>Valid</i>
12	0.680	3.88	<i>Valid</i>
13	0.810	3.88	<i>Valid</i>
14	0.609	3.88	<i>Valid</i>
15	0.775	3.88	<i>Valid</i>

Sumber : Hasil Pengolahan data 2022

Tabel 4.2. Uji validitas kinerja Perusahaan

Penyataan	Corrective item- Total correlation	r tabel	Keterangan
1	0.682	3.88	<i>Valid</i>
2	0.689	3.88	<i>Valid</i>
3	0.810	3.88	<i>Valid</i>
4	0.600	3.88	<i>Valid</i>
5	0.770	3.88	<i>Valid</i>
6	0.689	3.88	<i>Valid</i>

Sumber : Hasil Pengolahan data 2022

Tabel 4.3. Uji Reliabilitas Budaya Perusahaan Kreatif dan Kinerja Perusahaan

Budaya Perusahaan Kreatif		Kinerja Perusahaan	
Alpha Cronbach	N of Items	Alpha Cronbach	N of Items
0.901	15	0.929	6

Sumber : Hasil pengolahan data 2022

4.2. Analisis Korelasi

Pada segmen ini, diuraikan sberapa kuat kinerja perusahaan dipengaruhi budaya perusahaan kreatifPT. Artos *Textile* Industri dan PT. Bandung Sakura *Textile Mill* di Dayeuhkolot Kabupaten Bandung Jawa Barat. Hasil olah data yang dikumpulkan melalui kuisisioner, berikutnya dianalisis guna mendapatkan kesimpulan. Proses olah datanya untuk menguji korelasi antara budaya perusahaan kreatif (X) dan kinerja perusahaan (Y). Hasil uji korelasi tercantum dalam Tabel 4.4. di bawah ini :

Tabel 4.4. Korelasi Budaya Perusahaan Kreatif dan Kinerja Perusahaan

			Rank of budaya perusahaan	Rank of kinerja perusahaan
<i>Sperman's rho</i>	Rank of budaya perusahaan kreatif	corelation	1.000	.635**
		Coeffisient		
		Sig (2-tailed)	.80	.000
		N	80	80
	Rank of kinerja perusahaan	corelation	.635**	1.000
		Coeffisient		
		Sig.(2-tailed)	.000	
		N	80	80

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Sumber : Hasil olah data 2022

Mengacu dari Tabel 4.4. maka koefisien korelasi *rank spearman* budaya perusahaan kreatif dan kinerja perusahaan sebesar 0.635 atau 64 persen. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwasanya angka koefisien menjelaskan terjadi korelasi signifikan variabel budaya perusahaan kreatif dengan kinerja perusahaan.

Sesudah nilai koefisien korelasi *rank spearman* dihitung, berikutnya dilakukan analisis regresi dengan menguji sejauhmana variabel dependen dipengaruhi variabel independen. Untuk lebih jelasnya disajikan hasil regresi di Tabel 4.5.

Tabel 4.5. Uji regresi budaya Perusahaan kreatif terhadap Kinerja Perusahaan

Model	R				Change Statistic
-------	---	--	--	--	------------------

	R	Adjusted R	Std. error	R square	F change	df	df	Sig. F
1	.620 ^a	.384	5.02535	.384	16.238	1	26	.000

a prediktors:(constant) budaya perusahaan
 Sumber : Hasil Pengolahan data 2022

Dari tabel 4.5. di atas bisa dijelaskan bahwasanya angka *p-value t* statistik variabel budaya perusahaan kreatif menunjukkan angka Sig. F 0,000 kurang dari angka 0,05, sehingga budaya perusahaan kreatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Oleh karena itu, pernyataan hipotesis yang telah dibangun bahwa budaya perusahaan kreatif berdampak positif dan signifikan bagi kinerja perusahaan dapat diterima. Agar lebih jelasnya bisa diamati dalam gambar model penelitian berikut ini :



Gambar 4.2. Model Penelitian

Sumber : Hasil olah data 2022

4.3. PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini variabel yang disorot adalah variabel kinerja perusahaan yang dinilai pada lima tahun terakhir ini mengalami penurunan yang cukup drastis akibat persaingan yang ketat di bidang industri tekstil sehingga banyak perusahaan yang berhenti karena persaingan tersebut. Akibat fenomena itu, peneliti berupaya untuk menarik benang merah kenapa kinerja perusahaan itu tidak berkembang dan apa yang menjadi penyebab dari permasalahan itu.

Hasil kajian literatur bahwa faktor-faktor yang menyebabkan kinerja perusahaan menjadi tidak berdaya saing adalah faktor budaya perusahaan kreatif itu sendiri yang tidak kuat. Oleh karenanya, peneliti menghubungkan antara budaya perusahaan kreatif dengan kinerja perusahaan. Hipotesis yang diformulasikan dalam penelitian ini adalah: “Budaya perusahaan kreatif berdampak positif dan signifikan bagi kinerja perusahaan”.

Hasil olah data penelitian memperlihatkan bahwasanya budaya perusahaan kreatif mempunyai pengaruh positif dan signifikan bagi kinerja perusahaan di PT. Artos *Textile* Industri dan PT. Bandung Sakura *Textile Mill* di Kabupaten Bandung Jawa Barat. Signifikansinya sebesar 0,635 atau 64 persen. Ternyata hipotesis yang dibangun berdasarkan teori dan empiris dapat diterima.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian (Acar & Acar, 2014; Fekete & Bocskei, 2011; Han, 2012). yang menyimpulkan bahwasanya budaya perusahaan memberikan pengaruh yang signifikan bagi kinerja perusahaan. Keterbatasan dari hasil penelitian yang dilakukan adalah variabel kinerja perusahaan hanya dipengaruhi oleh variabel budaya perusahaan kreatif saja, sedangkan faktor-faktor yang lain juga masih perlu untuk diteliti lebih lanjut. Oleh sebab itu, penelitian ke depan diharapkan agar peneliti lain dapat menindak lanjuti dengan menggunakan variabel independen yang lain.

V. KESIMPULAN

Hasil analisis variabel budaya perusahaan kreatif dengan variabel kinerja perusahaan menunjukkan bahwasanya variabel budaya perusahaan kreatif mempunyai korelasi cukup kuat dengan hubungan positif dan searah. Oleh karenanya bisa disimpulkan bahwa kinerja perusahaan dalam PT. Artos *Textile* Industri dan PT. Bandung Sakura *Textile Mill* di Kabupaten Bandung Jawa Barat dipengaruhi secara signifikan oleh budaya perusahaan kreatif.

artikel irpin 10-2022

ORIGINALITY REPORT

11%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.scribd.com Internet Source	2%
2	www.emerald.com Internet Source	1%
3	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
4	docplayer.com.br Internet Source	1%
5	ejurnal.poltekkutaraja.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to iGroup Student Paper	1%
7	thesis.umy.ac.id Internet Source	1%
8	es.scribd.com Internet Source	<1%
9	repository.uksw.edu Internet Source	<1%

10

www.revistas.usp.br

Internet Source

<1 %

11

eprints.iain-surakarta.ac.id

Internet Source

<1 %

12

Rudy Pusung. "Analisis Hubungan antara Pengukuran Kinerja, Strategi dan Kinerja Perusahaan", GOING CONCERN : JURNAL RISET AKUNTANSI, 2014

Publication

<1 %

13

lib.unnes.ac.id

Internet Source

<1 %

14

pt.scribd.com

Internet Source

<1 %

15

repositori.uin-alauddin.ac.id

Internet Source

<1 %

16

www.slideshare.net

Internet Source

<1 %

17

Marcia Martins Mendes De Luca, Paulo Henrique Nobre Parente, Emanuel Mamede Sousa Silva, Ravena Rodrigues Sousa. "The effect of creative corporate culture and intangibility on the performance of foreign firms traded on the NYSE", Innovation & Management Review, 2018

Publication

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

artikel irpin 10-2022

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8
