

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Persepsi Budaya organisasi (variabel X)

1. Pengertian persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu suatu stimulus yang diterima oleh individu melalui alat reseptor yaitu indera. Alat indera merupakan penghubung antara individu dengan dunia luarnya. Persepsi merupakan stimulus yang diindera oleh individu, diorganisasikan kemudian diinterpretasikan sehingga individu menyadari dan mengerti tentang apa yang diindera.

Dengan kata lain persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia. Persepsi merupakan keadaan integrated dari individu terhadap stimulus yang diterimanya. Apa yang ada dalam diri individu, pikiran, perasaan, pengalaman-pengalaman individu akan ikut aktif berpengaruh dalam proses persepsi.

Menurut Kotler (2000) dalam modul Universitas Brawijaya, menjelaskan persepsi sebagai proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti.

Gibson, dkk (1989) dalam dalam modul Universitas Brawijaya, memberikan definisi persepsi adalah proses kognitif yang dipergunakan oleh individu untuk menafsirkan dan memahami dunia

sekitarnya (terhadap obyek). Gibson juga menjelaskan bahwa persepsi merupakan proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh individu. Oleh karena itu, setiap individu memberikan arti kepada stimulus secara berbeda meskipun objeknya sama. Cara individu melihat situasi seringkali lebih penting daripada situasi itu sendiri.

Walgito (1993) dalam modul Universitas Brawijaya, mengemukakan bahwa persepsi seseorang merupakan proses aktif yang memegang peranan, bukan hanya stimulus yang mengenainya tetapi juga individu sebagai satu kesatuan dengan pengalaman-pengalamannya, motivasi serta sikapnya yang relevan dalam menanggapi stimulus. Individu dalam hubungannya dengan dunia luar selalu melakukan pengamatan untuk dapat mengartikan rangsangan yang diterima dan alat indera dipergunakan sebagai penghubung antara individu dengan dunia luar. Agar proses pengamatan itu terjadi, maka diperlukan objek yang diamati alat indera yang cukup baik dan perhatian merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam mengadakan pengamatan. Persepsi dalam arti umum adalah pandangan seseorang terhadap sesuatu yang akan membuat respon bagaimana dan dengan apa seseorang akan bertindak.

2. Pengertian budaya organisasi

Budaya berasal dari kata *culture* ini diadaptasi dari bahasa Latin, yaitu *cult* yang berarti mendiami, mengerjakan, atau memuja, dan *are* yang berarti hasil dari sesuatu. Warner dan Joynt (2002: 3)

mengartikan budaya dari Berthon (1993) sebagai hasil dari tindakan manusia. Budaya dalam suatu organisasi merupakan karakteristik semangat atau suasana (spirit) dan kepercayaan (belief) yang dilakukan di dalam organisasi tersebut (Torrington, 1994: 31). Budaya yang ada pada suatu organisasi akan berbeda dengan organisasi lainnya. Lebih lagi organisasi yang ada pada negara yang berbeda. Oleh karena itu, kita perlu memahami perbedaan budaya antarnegara yang sangat beragam sehingga dapat mengelola perbedaan tersebut.

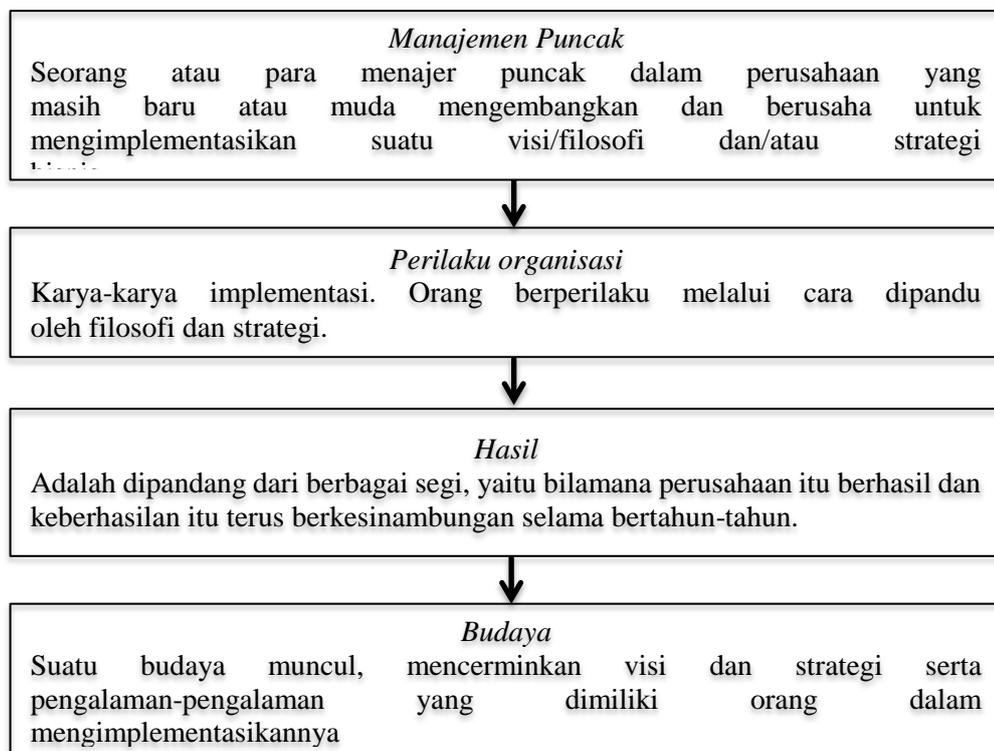
Kotter (1997) menyatakan bahwa budaya perusahaan adalah nilai dan praktik yang dimiliki bersama diseluruh kelompok dalam satu perusahaan, sekurang-kurangnya dalam manajemen senior. Gagasan-gagasan dalam budaya perusahaan yang kuat sering dihubungkan dengan pendiri atau pemimpin awal, itupun lazim diartikulasikan sebagai “visi”, “strategi bisnis”, “filosofi”, atau ketiganya.

Menurut Kast (dalam Robins, 2005) memberikan definisi persepsi budaya organisasi sebagai sistem nilai dan kepercayaan yang dianut bersama yang berinteraksi dengan orang-orang suatu perusahaan, struktur organisasi dan system pengawasan untuk menghasilkan norma-norma perilaku. Sedangkan Schein (dalam Gibson et.al, 2005) mendefinisikan budaya sebagai pola dari asumsi dasar yang telah ditentukan atau dikembangkan untuk mempelajari cara-cara berintegrasi, yang telah berfungsi dengan baik yang telah

dianggap baru oleh karenanya harus diajarkan kepada anggota baru sebagai cara yang besar untuk memikirkan, memandang dan merasa berkepentingan dengan masalah tersebut. Berbagai definisi tentang budaya perusahaan tersebut menyimpulkan betapa budaya perusahaan sangat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan bisnis.

Gambar 2.1

Bagan Kemunculan budaya organisasi Oleh Kotter



Budaya organisasi dalam perusahaan bersifat sangat persuasif dan mempengaruhi hampir keseluruhan aspek kehidupan organisasi. Demikian juga budaya organisasi mampu menumpulkan atau membelokkan dampak perubahan organisasi yang sudah direncanakan secara matang. Pada dasarnya, budaya organisasi atau perusahaan

menjelma dalam berbagai wujudnya dan karena bisa mendukung atau menghambat perubahan.

Budaya organisasi dimanifestasikan dalam dua bentuk yaitu konkrit dan abstrak.:

- a. Konkrit, hal ini bisa dilihat dari cara anggota melayani konsumen, cara berpakaian anggotanya. Dan cara berkomunikasi baik antara atasan dan bawahan maupun rekan sekerja.
- b. Abstrak, hal ini bisa dilihat secara kasat mata. Bentuk ini merupakan bagian yang paling sukar diubah karena terdapat pada sisi kognitif sistem nilai sebuah budaya perusahaan. Disini budaya perusahaan berbentuk ide atau gagasan anggota organisasi tentang lingkungannya yang relatif stabil dari waktu ke waktu walau anggota berubah.

Budaya organisasi pada dasarnya tidak dapat dilepaskan dari konteks budaya secara umum yang ada dalam masyarakat. Berdasarkan pengertian Kast (dalam Robbins, 2003) dimana budaya organisasi merupakan seperangkat sistem nilai dan kepercayaan yang dianut bersama yang berinteraksi dengan orang-orang suatu perusahaan, struktur organisasi dan system pengawasan untuk menghasilkan norma-norma perilaku, maka sebenarnya budaya organisasi kalau merupakan bagian dari budaya umum yang berkembang dalam masyarakat dalam lingkup spesifik yang bersifat abstrak. Atas dasar itu, pemahaman terhadap unsur-unsur dan

karakteristik budaya organisasi dalam suatu organisasi maka merupakan hal yang sangat penting dalam mempelajari atau mengkajinya.

Dalam penelitian ini ditegaskan bahwa budaya organisasi adalah nilai dan praktik yang dimiliki bersama diseluruh kelompok dalam satu perusahaan.

3. Aspek-Aspek Persepsi budaya organisasi

Menurut Robbins (2005) terdapat tujuh karakteristik yang dapat menangkap hakikat budaya yang terjadi dalam suatu organisasi, yaitu :

- a. Inovasi dan keberanian mengambil risiko. Sejauh mana karyawan didorong untuk bersikap inovatif dan berani mengambil resiko.
- b. Perhatian pada hal-hal rinci. Sejauh mana karyawan diharapkan menjalankan presisi, analisis, dan perhatian pada hal-hal detail.
- c. Orientasi hasil. Sejauh mana manajemen berfokus lebih pada hasil ketimbang pada teknik dan proses yang digunakan untuk mencapai hasil tersebut.
- d. Orientasi orang. Sejauh mana keputusan-keputusan manajemen mempertimbangkan efek dari hasil tersebut atas orang yang ada di dalam organisasi.
- e. Orientasi tim. Sejauh mana kegiatan-kegiatan kerja di organisasi pada tim ketimbang pada individu-individu.

- f. Keagresifan. Sejauh mana orang bersikap agresif dan kompetitif ketimbang santai.
- g. Stabilitas. Sejauh mana kegiatan-kegiatan organisasi menekankan dipertahankannya status quo dalam perbandingannya dengan pertumbuhan.

Sedangkan pemotretan terhadap budaya perusahaan dilakukan oleh Kotter (1997) berdasarkan aspek-aspek :

- a. Kepedulian akan pelanggan
- b. Kepedulian akan pemegang saham
- c. Kepedulian akan karyawan
- d. Penghargaan terhadap proses yang dapat menciptakan perubahan yang bermanfaat
- e. Pemberian perhatian cermat terhadap semua konstiuensi (pemilih) organisasi.
- f. Berani melakukan pengambilan resiko untuk memenuhi

Dan menurut Hofstede (1994) dalam jurnal Ivo Maharnika, membagi aspek budaya organisasi menjadi enam dimensi beserta indikatornya :

- a. Orientasi pada proses-orientasi pada hasil

Orientasi pada proses : mereka merasa dirinya harus selalu menghindari resiko, karena hal yang terenting bagi mereka adalah mengikuti prosedur kerja.

Orientasi pada hasil : mereka merasa nyaman dengan situasi yang tidak familiar (situasi-situsi yang baru) karena tidak terbentur untuk mengikuti prosedur kerja yang baik.

b. Orientasi pada karyawan-orientasi pada pekerjaan

Orientasi ada karyawan : mereka merasa bahwa masalah pribadi mereka ikut diperhitungkan oleh organisasi, hal itu biasanya terwujud dalam tipe komunikasi yang terjalin antara manajemen dan karyawan yang cenderung memiliki tingkat keterbukaan yang tinggi.

Orientasi pada pekerjaan : mereka merasa mengalami tekanan kuat dalam menyelesaikan pekerjaan mereka dan mereka merasa bahwa organisasi hanya tertarik pada pekerjaan yang telah dilakukan oleh karyawan, tidak pada kesejahteraan pribadi dan keluarga.

c. Sesuatu yang berhubungan dengan organisasi-sesuatu yang berhubungan dengan pribadi yang profesional

Sesuatu yang berhubungan dengan organisasi : karyawan mendapatkan identitas mereka sebagian besar dari organisasinya, dimana norma-norma organisasi mempengaruhi perilaku mereka di rumah, sama seperti ketika mereka bekerja.

Sesuatu yang berhubungan dengan pribadi yang profesional : mereka merasa bahwa kehidupan pribadi mereka berbeda dengan kehidupan dalam bisnis (organisasi).

d. Sistem terbuka -sistem tertutup

Sistem terbuka : para anggotanya menyadari bahwa organisasi dan orang-orangnya sama-sama terbuka pada pendatang baru dan orang luar.

Sistem tertutup : organisasi dan orang-orangnya menjadi tertutup atau suka main rahasia meskipun diantara orang dalam, hanya orang tertentu yang cocok dengan organisasi, dan karyawan baru butuh lebih dari satu tahun untuk merasa bahwa dirinya “sudah berada di rumahnya sendiri”.

e. Kontrol yang ketat-kontrol yang longgar

Dimensi ini mengacu pada jumlah struktur internal didalam organisasi. Sejauh mana struktur internal perusahaan yang tertuang dalam sistem mampu mengatur/mengontrol orang didalam. Orang-orang didalam unit dengan *kontrol longgar* merasa bahwa tidak ada seorangpun yang berpikir tentang biaya-biaya perusahaan, usaha penghematan cenderung kurang maksimal. Sedangkan orang-orang pada unit dengan *kontrol ketat* menggambarkan bahwa lingkungan kerja mereka sadar akan biaya-biaya perusahaan, itu mereka aplikasikan dalam penghematan yang maksimal.

f. Pragmatis-normatif

Pragmatis (praktek) : cenderung menggerakkan pasar. Melihat bahwa semua divisi adalah pemasar, dalam hal ini adalah

pemasar nama baik perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan kredibilitas akan output perusahaan (produk perusahaan).

Normatif : merasa bahwa tugas mereka pada dunia luar merupakan penerapan/implementasi aturan yang tidak dapat diganggu gugat dimana penekanan utamanya adalah pada mengikuti prosedur organisasi yang benar dan prosedur dianggap lebih penting daripada hasil.

Menurut Gibson et.al (2005), budaya organisasi perusahaan mempunyai lima karakteristik.

- a. Mempelajari, yaitu kultur diperlukan dan diwujudkan dalam belajar, observasi dan pengalaman.
- b. Saling berbagi, yaitu individu dalam kelompok, keluarga saling berbagi kultur dan pengalaman.
- c. Transgenerasi, merupakan kumu-latif dan melampaui satu generasi ke generasi berikutnya.
- d. Persepsi pengaruh, yaitu membentuk perilaku dan struktur bagaimana seseorang menilai dunia.
- e. Adaptasi, yaitu kultur didasarkan pada kapasitas seseorang berubah atau beradaptasi.

4. Fungsi budaya organisasi

Dalam organisasi, instansi atau perusahaan memiliki berbagai fungsi. Menurut Kast dan Rosenzweig (1985: 954) mengemukakan bahwa budaya mempunyai fungsi antara lain:

- a. menyampaikan rasa identitas untuk anggota-anggota organisasi,
- b. memudahkan komitmen untuk sesuatu yang lebih besar daripada diri sendiri,
- c. meningkatkan stabilitas sosial,
- d. menyediakan premises (pokok pendapat) yang diterima dan diakui untuk pengambilan keputusan.

Menurut Robins (1999) budaya organisasi memiliki beberapa fungsi didalam suatu organisasi, diantaranya :

- a. Budaya memiliki suatu peran dalam batas-batas penentu, yaitu menciptakan perbedaan antara satu organisasi dengan organisasi yang lain.
- b. Budaya berfungsi untuk menyampaikan rasa identitas kepada anggota-anggota organisasi.
- c. Budaya mempermudah penerusan komitmen hingga mencapai batasan yang lebih luas, melebihi batasan ketertarikan individu.
- d. Budaya mendorong stabilitas sistem sosial. Budaya merupakan suatu ikatan sosial yang membantu mengikat kebersamaan

organisasi dengan menyediakan standar-standar yang sesuai mengenai apa yang harus dikatakan dan dilakukan karyawan.

- e. Budaya bertugas sebagai pembentuk perilaku serta sikap karyawan.

B. Loyalitas Karyawan (variabel Y)

1. Pengertian Loyalitas

Loyalitas berasal dari kata loyal yang berarti setia. Loyalitas dalam perusahaan dapat diartikan sebagai kesetiaan seorang karyawan terhadap perusahaan. Menurut Sudimin (2003:5), loyalitas berarti “Kesediaan karyawan dengan seluruh kemampuan, keterampilan, pikiran, dan waktu untuk ikut serta mencapai tujuan perusahaan dan menyimpan rahasia perusahaan serta tidak melakukan tindakan-tindakan yang merugikan perusahaan selama orang itu masih berstatus sebagai karyawan.”

Sedangkan loyal menurut Siagian (2005:57), “Suatu kecenderungan karyawan untuk tidak pindah ke perusahaan lain.” Menurut Robbins (2003:71), “Loyalitas adalah keinginan untuk memproteksi dan menyelamatkan wajah bagi orang lain.” Fletcher dalam Sudimin (2003:5) merumuskan loyalitas sebagai kesetiaan kepada seseorang dengan tidak meninggalkan, membelot atau tidak mengkhianati yang lain pada waktu diperlukan.

Menurut Hasibuan (2011:95), “Kesetiaan dicerminkan oleh kesediaan karyawan menjaga dan membela organisasi di dalam

maupun di luar pekerjaan dari rongrongan orang yang tidak bertanggung jawab.” Menurut Meyer dan Herscovits dalam Oei (2010:190), loyalitas merupakan kondisi psikologis yang mengikat karyawan dan perusahaannya.

Dalam penelitian ini ditegaskan bahwa loyalitas karyawan adalah kesediaan karyawan dengan seluruh kemampuan, keterampilan, pikiran, dan waktu untuk ikut serta mencapai tujuan perusahaan.

2. Aspek – Aspek Loyalitas

Loyalitas kerja tidak terbentuk begitu saja dalam perusahaan, tetapi ada aspek-aspek yang terdapat didalamnya yang mewujudkan loyalitas kerja. Masing-masing aspek merupakan bagian dari manajemen perusahaan yang berkaitan dengan karyawan maupun perusahaan. Aspek-aspek loyalitas kerja yang terdapat pada individu dikemukakan oleh Siswanto (Trianasari, 2005), yang menitik beratkan pada pelaksanaan kerja yang dilakukan karyawan antara lain. :

- a. *Taat pada peraturan.* Setiap kebijakan yang diterapkan dalam perusahaan untuk memperlancar dan mengatur jalannya pelaksanaan tugas oleh manajemen perusahaan ditaati dan dilaksanakan dengan baik. Keadaan ini akan menimbulkan kedisiplinan yang menguntungkan organisasi baik intern maupun ekstern.

- b. *Tanggung jawab pada perusahaan.* Karakteristik pekerjaan dan pelaksanaan tugasnya mempunyai konsekuensi yang dibebankan karyawan. Kesanggupan karyawan untuk melaksanakan tugas sebaik-baiknya dan kesadaran akan setiap resiko pelaksanaan tugasnya akan memberikan pengertian tentang keberanian dan kesadaran bertanggungjawab terhadap resiko atas apa yang telah dilaksanakan.
- c. *Kemauan untuk bekerja sama.* Bekerja sama dengan orang-orang dalam suatu kelompok akan memungkinkan perusahaan dapat mencapai tujuan yang tidak mungkin dicapai oleh orang-orang secara individual.
- d. *Rasa memiliki,* adanya rasa ikut memiliki karyawan terhadap perusahaan akan membuat karyawan memiliki sikap untuk ikut menjaga dan bertanggung jawab terhadap perusahaan sehingga pada akhirnya akan menimbulkan loyalitas demi tercapainya tujuan perusahaan.
- e. *Hubungan antar pribadi,* karyawan yang mempunyai loyalitas kerja tinggi mereka akan mempunyai sikap fleksibel ke arah tata hubungan antara pribadi. Hubungan antara pribadi ini meliputi : hubungan sosial diantara karyawan, hubungan yang harmonis antara atasan dan karyawan, situasi kerja dan sugesti dari teman kerja.

- f. Kesukaan terhadap pekerjaan, Perusahaan harus dapat menghadapi kenyataan bahwa karyawannya tiap hari datang untuk bekerjasama sebagai manusia seutuhnya dalam hal melakukan pekerjaan yang akan dilakukan dengan senang hati sebagai indikatornya bisa dilihat dari : keunggulan karyawan dalam bekerja, karyawan tidak pernah menuntut apa yang diterimanya diluar gaji pokok.

Pambudi juga menambahkan bahwa lima (5) faktor yang menjadi tolok ukur sumber daya manusia mempunyai loyalitas atau komitmen (dikutip dalam Utomo, 2002, p.17) yaitu:

- a. Karyawan tersebut berada di perusahaan tertentu;
- b. Karyawan tersebut mengenal seluk-beluk bisnis perusahaannya maupun para pelanggan dengan baik.
- c. Karyawan tersebut turut berperan dalam mempertahankan hubungan dengan pelanggan yang menguntungkan bagi perusahaannya.
- d. Karyawan tersebut merupakan aset tak berwujud yang tidak dapat ditiru oleh para pesaing.
- e. Karyawan tersebut mempromosikan perusahaannya, baik dari sudut produk, layanan, sebagai tempat kerja yang ideal maupun keunggulan kinerja dan masa depan yang lebih baik.

Aspek-aspek loyalitas di atas, yang merupakan proses psikologis individu akan sering mempengaruhi untuk membentuk loyalitas, yaitu dorongan yang kuat untuk tetap menjadi anggota

perusahaan, kepercayaan yang pasti, penerimaan penuh atas nilai-nilai perusahaan, taat pada peraturan yang berlaku, rasa tanggung jawab yang tinggi, dan sikap kerja yang positif. Apabila hal-hal tersebut dapat terpenuhi dan dimiliki oleh karyawan, maka niscaya karyawan tersebut akan memiliki loyalitas yang tinggi sesuai dengan harapan perusahaan.

3. Faktor – Faktor yang mempengaruhi loyalitas

Loyalitas kerja akan tercipta apa bila karyawan merasa tercukupi dalam memenuhi kebutuhan hidup dari pekerjaannya, sehingga mereka betah bekerja dalam suatu perusahaan. Yuliandri (dalam Kadarwati, 2003) menegaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas karyawan adalah adanya fasilitas-fasilitas kerja, tinjauan kesejahteraan, suasana kerja serta upah yang diterima dari perusahaan.

Selanjutnya Steers dan Porter (dalam Kusumo, 2006) menyatakan bahwa timbulnya loyalitas kerja dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu:

- a. Karakteristik pribadi, meliputi usia, masa kerja, jenis kelamin, tingkat pendidikan, prestasi yang dimiliki, ras dan beberapa sifat kepribadian.
- b. Karakteristik pekerjaan, berupa tantangan kerja, job stress, kesempatan berinteraksi sosial, job enrichment, identifikasi tugas, umpan balik tugas dan kecocokan tugas.

- c. Karakteristik desain perusahaan, menyangkut pada intern perusahaan itu yang dapat dilihat dari desentralisasi, tingkat formalisasi, tingkat keikutsertaan dalam pengambilan keputusan, paling tidak telah menunjukkan berbagai tingkat asosiasi dengan tanggung jawab perusahaan, ketergantungan fungsional maupun fungsi kontrol perusahaan.
- d. Pengalaman yang diperoleh dalam pekerjaan, meliputi sikap positif terhadap perusahaan, rasa percaya pada sikap positif terhadap perusahaan, rasa aman.

Berdasarkan faktor-faktor yang telah diungkap di atas dapat dilihat bahwa masing-masing faktor mempunyai dampak tersendiri bagi kelangsungan hidup perusahaan, sehingga tuntutan loyalitas yang diharapkan oleh perusahaan baru dapat terpenuhi apabila karyawan memiliki karakteristik seperti yang diharapkan dan perusahaan sendiri telah mampu memenuhi harapan-harapan karyawan, sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi loyalitas tersebut meliputi : adanya fasilitas-fasilitas kerja, tunjangan kesejahteraan, suasana kerja upah yang diterima, karakteristik pribadi individu atau karyawan, karakteristik pekerjaan, karakteristik desain perusahaan dan pengalaman yang diperoleh selama karyawan menekuni pekerjaan itu.

C. Hubungan Antara Persepsi budaya organisasi dengan Loyalitas

Dari berbagai definisi persepsi budaya organisasi, peneliti mengambil satu dari sekian banyak teori yang muncul. Diantaranya adalah teori yang dikemukakan oleh Hofstede (1994, h.179) dalam jurnal Ivo Maharnika yang menyatakan bahwa budaya organisasi adalah hasil susunan pemikiran bersama yang membedakan anggota-anggota sebuah organisasi dengan yang lain. Hofstede memanggil budaya organisasi sebagai modal psikologis dan sebuah organisasi yang dapat digunakan untuk memprediksi apa yang akan terjadi pada modal financial selama kurun waktu 5 tahun (1994, h. 18).

Berdasarkan teori diatas peneliti menjadikan landasan aspek-aspek persepsi budaya organisasi yang telah dikemukakan oleh hofstede untuk mengukur variabel (x) persepsi budaya organisasi.

Loyalitas menurut Hasibuan (2011:95), “Kesetiaan dicerminkan oleh kesediaan karyawan menjaga dan membela organisasi di dalam maupun di luar pekerjaan dari rongrongan orang yang tidak bertanggung jawab.” Menurut Meyer dan Herscovits dalam Oei (2010:190), loyalitas merupakan kondisi psikologis yang mengikat karyawan dan perusahaannya.

Teori yang telah terpaparkan diatas menjadi acuan oleh peneliti untuk menjadikan keduanya variabel penelitian. Budaya organisasi merupakan suatu identitas dari sebuah organisasi untuk membedakannya dari organisasi lain. Dan loyalitas merupakan kesediaan dan kesetiaan karyawan untuk membela dan menjaga perusahaan dimana mereka bekerja. Dan hubungan antara kedua variabel tersebut adalah bahwa persepsi budaya organisasi dan

loyalitas mempunyai keterkaitan yang sama, keduanya dipastikan ada didalam sebuah organisasi yang telah terbentuk.

D. Kerangka Teoritik

Budaya berasal dari kata culture ini diadaptasi dari bahasa Latin, yaitu cult yang berarti mendiami, mengerjakan, atau memuja, dan are yang berarti hasil dari sesuatu. Warner dan Joynt (2002: 3) mengartikan budaya dari Berthon (1993) sebagai hasil dari tindakan manusia. Budaya dalam suatu organisasi merupakan karakteristik semangat atau suasana (spirit) dan kepercayaan (belief) yang dilakukan di dalam organisasi tersebut (Torrington, 1994: 31)

Robbins mendefinisikan persepsi budaya organisasi sebagai sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggota yang membedakan organisasi tersebut dan organisasi lain. Sistem makna bersama ini merupakan seperangkat karakteristik utama yang dihargai oleh organisasi (2003, h. 216)

Kotter (1997, h. 6) menyatakan bahwa budaya perusahaan adalah nilai dan praktik yang dimiliki bersama di seluruh kelompok dalam satu perusahaan, sekurang-kurangnya dalam manajemen senior. Gagasan-gagasan dalam budaya perusahaan yang kuat sering dihubungkan dengan pendiri atau pemimpin awa, itupun lazim diartikulasikan sebagai “visi”, “strategi bisnis”, “filosofi”, atau ketiga-tiganya.

Adapun Hofstede (1994, h.179) dalam jurnal Ivo Maharnika mendefinisikan bahwa budaya organisasi adalah hasil susunan pemikiran

bersama yang membedakan anggota-anggota sebuah organisasi dengan yang lain. Hofstede memanggil budaya organisasi sebagai modal psikologis dan sebuah organisasi yang dapat digunakan untuk memprediksi apa yang akan terjadi pada modal financial selama kurun waktu 5 tahun (1994, h. 18)

Menurut Kast (dalam Robins, 2005) memberikan definisi budaya organisasi sebagai sistem nilai dan kepercayaan yang dianut bersama yang berinteraksi dengan orang-orang suatu perusahaan, struktur organisasi dan system pengawasan untuk menghasilkan norma-norma perilaku. Sedangkan Schein (dalam Gibson et.al, 2005) mendefinisikan budaya sebagai pola dari asumsi dasar yang telah ditentukan atau dikembangkan untuk mempelajari cara-cara berintegrasi, yang telah berfungsi dengan baik yang telah dianggap baru oleh karenanya harus diajarkan kepada anggota baru sebagai cara yang besar untuk memikirkan, memandang dan merasa berkepentingan dengan masalah tersebut. Berbagai definisi tentang budaya perusahaan tersebut menyimpulkan betapa budaya perusahaan sangat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan bisnis.

Loyalitas berasal dari kata loyal yang berarti setia. Loyalitas dalam perusahaan dapat diartikan sebagai kesetiaan seorang karyawan terhadap perusahaan. Menurut Sudimin (2003:5), loyalitas berarti “Kesediaan karyawan dengan seluruh kemampuan, keterampilan, pikiran, dan waktu untuk ikut serta mencapai tujuan perusahaan dan menyimpan rahasia

perusahaan serta tidak melakukan tindakan-tindakan yang merugikan perusahaan selama orang itu masih berstatus sebagai karyawan.”

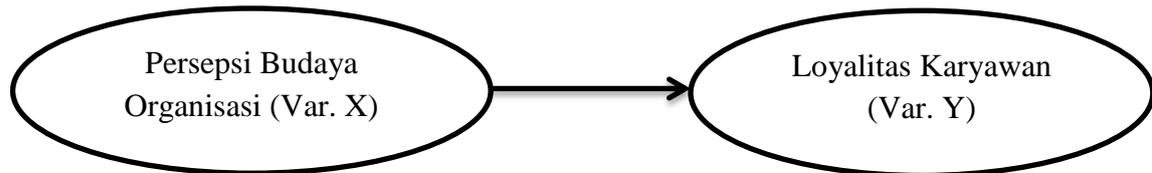
Sedangkan loyalitas menurut Siagian (2005:57), “Suatu kecenderungan karyawan untuk tidak pindah ke perusahaan lain.” Menurut Robbins (2003:71), “Loyalitas adalah keinginan untuk memproteksi dan menyelamatkan wajah bagi orang lain.” Fletcher dalam Sudimin (2003:5) merumuskan loyalitas sebagai kesetiaan kepada seseorang dengan tidak meninggalkan, membelot atau tidak mengkhianati yang lain pada waktu diperlukan.

Menurut Hasibuan (2011:95), “Kesetiaan dicerminkan oleh kesediaan karyawan menjaga dan membela organisasi di dalam maupun di luar pekerjaan dari rongrongan orang yang tidak bertanggung jawab.” Menurut Meyer dan Herscovits dalam Oei (2010:190), loyalitas merupakan kondisi psikologis yang mengikat karyawan dan perusahaannya.

Berdasarkan dari masing-masing teori dua variabel diatas bahwa budaya organisasi merupakan suatu identitas dari sebuah organisasi, dan itu tidak mungkin sama antara organisasi satu dengan organisasi yang lain. Dalam organisasi tersebut memiliki susunan sistem yang juga berbeda. Sedangkan untuk loyalitas sendiri merupakan sebuah sikap keajegan dari para karyawan untuk perusahaan mereka bekerja. Mereka mampu dan bersedia untuk mentaati segala peraturan dan manajemen dari perusahaan.

Kemudian peneliti menyusunnya kedalam sebuah kerangka berpikir yang menjadi landasan dalam melakukan penelitian.

Gambar 2.2
Kerangka Berpikir



E. Hipotesis Penelitian

Ha : Terdapat pengaruh antara persepsi budaya organisasi dengan loyallitas karyawan