

Gambaran Budaya Organisasi Ditinjau dari Perusahaan *E-Commerce* *An Overview of Organizational Culture of An E-Commerce Company*

Siti Mariyah Salasabila^{[1]*}, Dian Juliarti Bantam^[2], Rani Novita Sari^[3], Aurora Fatimatuz Zahra^[4]

^{[1],[2],[3],[4]} Program Studi Psikologi, Universitas Jenderal Achmad Yani

^[1] sitimariyahsalsabilah@gmail.com

^[3] raninovita789789@gmail.com

^[4] zhraurorafatimatuz@gmail.com

KATA KUNCI:

Budaya Organisasi,
Organizational Culture
Assessment Instrument

ABSTRAK

Di zaman modern ini, masyarakat bisa dengan mudah berbelanja. Masyarakat berbelanja dengan askes yang instan dibantu secara online. Saat ini orang-orang lebih sering menggunakan aplikasi *E-Commerce* untuk berbelanja barang yang mereka inginkan. Perusahaan-perusahaan *E-Commerce* pun semakin merajalela di Indonesia. *E-Commerce*, menjadi suatu perusahaan yang memiliki keuntungan yang berkembang pesat, hal ini tentu membutuhkan budaya organisasi yang kuat untuk mencapai tujuan perusahaan. Budaya organisasi merupakan landasan utama dalam kehidupan suatu organisasi, yang mempengaruhi kinerja karyawan dan kinerja perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran profil budaya organisasi pada Perusahaan *E-Commerce*. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode Organizational Culture Assessment Instrument (OCAI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan *E-Commerce* menunjukkan bahwa budaya organisasi di perusahaan *E-Commerce* menonjol dalam berbagai aspek, seperti kepemimpinan, penekanan strategi, tata kelola karyawan, dan kriteria keberhasilan.

1. PENDAHULUAN

Di zaman modern seperti saat ini, segala akses kegiatan manusia semakin mudah untuk di akses. Kegiatan maupun aktivitas tersebut contohnya seperti bersosialisasi, pendidikan, maupun berbelanja. Manusia bisa dengan mudah melakukan berbagai macam kegiatan dengan bantuan teknologi. Salah satu kegiatan yang paling sering diakses baik oleh kaum muda maupun kalangan yang sudah tua adalah berbelanja secara online. Hanya dengan menekan layar ponsel, seseorang bisa berbelanja sesuatu yang mereka inginkan dengan mudah.

Kebutuhan berbelanja secara online bisa dilakukan dengan berbagai cara. Seseorang bisa bertukar pesan dengan penjual melalui sosial media ataupun aplikasi messenger. Namun, akhir-akhir ini masyarakat lebih sering menggunakan aplikasi *E-Commerce* untuk berbelanja yang mereka inginkan. Perusahaan-perusahaan *E-Commerce* pun semakin merajalela di Indonesia. Perusahaan-perusahaan *E-Commerce* ada yang datang dari luar negeri dan ada juga perusahaan asli buatan anak bangsa.

Definisi *E-Commerce* menurut (Adi Nugroho dalam Rehatalanit, 2021) *E-Commerce* atau perdagangan elektronik merupakan salah satu cara untuk menjual dan membeli suatu barang menggunakan jasa jaringan internet.

Sedangkan menurut Rahmati (dalam Rehatalanit 2021) E-Commerce yaitu singkatan dari electronic commerce yang berarti sistem pemasaran dengan menggunakan media elektronik. E-Commerce ini mencakup distribusi, penjualan pembelian, marketing dan service dari suatu produk yang dilakukan dalam suatu sistem elektronika seperti internet atau bentuk bentuk jaringan komputer yang lain. E-Commerce bukan suatu jasa atau barang akan tetapi E-Commerce merupakan perpaduan antara jasa dan barang. E-Commerce serta kegiatan yang terkait melalui sosial media atau internet dapat menjadi penggerak dalam memperbaiki ekonomi domestik melalui liberalisasi jasa domestik dan dapat mempercepat integrasi dengan kegiatan produksi global. Karena E-Commerce akan mengintegrasikan perdagangan domestik dengan perdagangan dunia, berbagai bentuk dalam pembicaraan atau negosiasi tidak hanya akan terbatas dalam suatu aspek perdagangan dunia, akan tetapi bagaimana kebijakan domestik tentang pengawasan pada sebuah negara, khususnya dalam bidang telekomunikasi, jasa keuangan dan pengiriman serta distribusi.

E-Commerce atau electronic commerce, dalam bahasa Indonesia dapat dikenal dengan istilah perdagangan elektronik atau online shop merupakan sebuah aktivitas pembelian, penjualan, pemasaran barang maupun jasa melalui sistem elektronik Individu atau pelaku bisnis yang terlibat dalam E-Commerce, baik itu pembeli maupun penjual dengan menggunakan teknologi berbasis internet untuk melaksanakan transaksi (Batapi & Ariesta, 2019).

Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa E-Commerce merupakan istilah yang digunakan dalam menggambarkan penjualan barang dan jasa melalui internet atau media sosial. Dalam pengertian yang paling umum hanya menciptakan situs web yang hanya mengenalkan dan mempromosikan suatu produk dapat dianggap E-Commerce. dalam beberapa tahun terakhir, bagaimana E-Commerce telah menjadi jauh lebih canggih dari sebelumnya. Bisnis pada perusahaan E-Commerce sekarang menawarkan online dimana pelanggan dapat mengakses ribuan produk, pemesanan, pilih metode pengiriman yang diinginkan dan pembayaran dengan menggunakan atm, mobile banking atau kartu kredit lainnya. (Batapi, Z., & Ariesta, A. (2019).

Menjadi suatu perusahaan atau start-up yang memiliki keuntungan dan sektor yang berkembang pesat tentunya membutuhkan budaya organisasi yang kuat untuk mencapai tujuan perusahaan. Budaya organisasi merupakan landasan utama dalam kehidupan suatu organisasi, yang mempengaruhi kinerja karyawan dan kinerja perusahaan. Budaya organisasi merupakan suatu sistem yang telah diterima secara bersama-sama serta mampu menciptakan pemahaman yang sama terhadap para anggotanya mengenai bagaimana. Melalui definisi ini dapat aku dipahami ketika suatu organisasi dalam menghadapi permasalahan bersama mereka akan berperilaku untuk menyelesaikan permasalahan sesuai dengan pemahaman dan nilai yang telah diyakini dan dimiliki.

Budaya organisasi adalah istilah yang relatif baru dalam khazanah teori teori organisasi. Menurut (Kusdi,2011), menjelaskan bahwa pendekatan budaya dalam teori organisasi muncul ketika kompleksitas perubahan pada lingkungan dan tingkat persaingan yang dihadapi dalam organisasi dewasa ini sangat tinggi, dimana terdapat beberapa aspek aspek tertentu yang masih belum terjelaskan dengan teori teori yang sudah ada.

Budaya organisasi merupakan suatu kebiasaan yang sudah berlangsung lama dan dipakai serta diterapkan dalam dunia pekerjaan merupakan salah satu pendorong untuk meningkatkan kualitas kerja para karyawan dan manajer perusahaan (Fahmi, 2013).

Ivancevich, et al 2004 mengemukakan bahwa budaya organisasi adalah apa yang dipersepsikan oleh karyawan dan cara persepsi itu menciptakan suatu pola keyakinan nilai dan ekspektasi. Sementara itu menurut Edgar Schein dalam Ivancevich et al 2006 berpendapat bahwa budaya organisasi merupakan suatu pola dari asumsi dasar yang telah diciptakan, ditemukan kemudian dikembangkan oleh kelompok tertentu pada saat belajar menghadapi masalah adaptasi eksternal dan integrasi internal yang berjalan cukup baik agar dianggap valid oleh karena itu, untuk diajarkan kepada anggota baru

sebagai cara yang benar untuk berpersepsi, berpikir dan berperasaan sehubungan dengan permasalahan yang dihadapi.

Berdasarkan beberapa pengertian budaya organisasi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa budaya organisasi merupakan seperangkat asumsi atau sistem keyakinan, norma dan nilai-nilai yang dianut oleh setiap anggota organisasi yang dijadikan sebagai pedoman dalam membentuk dan mengarahkan perilaku dalam bekerja.

2. METODE PENELITIAN

Budaya organisasi erat kaitannya dengan kesuksesan suatu organisasi. Kemampuan suatu organisasi dalam mengimplementasikan norma-norma budaya organisasi mampu mendukung organisasi tersebut agar dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Salah satu cara untuk menggambarkan budaya organisasi ialah dengan menggunakan metode Organizational Culture Assessment Instrument (OCAI). OCAI adalah instrumen dalam menggambarkan profil budaya organisasi (PBO). Instrumen OCAI merupakan suatu kerangka yang dikembangkan dalam melakukan pemetaan budaya organisasi selanjutnya agar dapat digunakan dalam penyusunan rencana strategi organisasi.

Alternatif budaya organisasi dilihat melalui enam kunci budaya organisasi, yaitu (1) Karakter Dominan; (2) Pola Kepemimpinan; (3) Tata Kelola Karyawan; (4) Perikat Organisasi (5) Penekanan Strategi; (6) Kriteria Keberhasilan. Enam kunci budaya organisasi tersebut mewakili keempat budaya (Competing Values Framework) dalam Instrumen OCAI. (Rangkuti, 2015). Empat budaya dalam instrumen OCAI, yaitu:

a. Clan Culture

Jenis budaya yang lebih menekankan pada hubungan dan sistem kekeluargaan (clan). Sifat budaya ini adalah menjunjung nilai paguyuban yang sangat menonjol. Kultur ini juga menekankan pada keakraban dan ikatan emosi untuk saling berbagi, sehingga organisasi lebih seperti suatu keluarga besar dibandingkan entitas ekonomi. Dalam Kultur klan, pimpinan organisasi diposisikan sebagai pembimbing (mentor) atau bahkan figur orang tua. (Carcia, M dkk. 2020).

b. Adhocracy Culture

Jenis budaya ini cenderung bersifat “mengalir” dalam artian anggota organisasi tidak dibatasi oleh struktur, karena jenis budaya ini lebih mementingkan penciptaan situasi dimana karyawan bisa dengan bebas menggali serta menyalurkan ide-ide segar, kreatif, dan inovatif, serta berpandangan ke depan dan mandiri. Pada budaya ini, pemimpin berperan sebagai inovator dan pengambil risiko dari setiap keputusan (Putri & Elyadi, 2020).

c. Market Culture

Jenis budaya ini lebih mengedepankan kompetensi yang ketat dan tinggi. Gaya kepemimpinan yang dikembangkan adalah sebagai kompetitor dan pendorong yang tangguh. Budaya ini lebih berorientasi pada hasil. Pemimpin organisasi merupakan sosok yang ambisius dan mengharapkan kinerja yang tinggi dari karyawan. Fokus pada keberhasilan karyawan mengintegrasikan perusahaan. (Fanya, dkk. 2021).

d. Hierarchy Culture

Jenis budaya ini lebih menekankan pada pentingnya struktur yang baik dan rapi dalam organisasi. Semua proses kerja diatur secara baku dan sistematis. Budaya ini bercirikan lingkungan kerja yang formal dan terstruktur dengan penekanan pada prosedur dan regulasi. Pemimpin dalam budaya ini merupakan koordinator dan organisator dalam memelihara kelancaran organisasi serta mementingkan stabilitas dan efisiensi. (Fanya, dkk. 2021).

Penggunaan metode OCAI ini diharapkan dapat mengetahui profil budaya organisasi pada perusahaan E-Commerce saat ini dan agar dapat membantu mengidentifikasi mengenai suatu budaya yang seharusnya dikembangkan untuk menjawab tantangan dan permasalahan yang muncul sekarang

hingga di masa yang akan datang. Penelitian ini dapat memberikan gambaran budaya saat ini serta budaya yang diharapkan sehingga dapat digunakan oleh setiap perusahaan E-Commerce sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan strategi yang tepat dalam meningkatkan total nilai kerja individu.

Dalam pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuesioner. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan metode non-random sampling purposive sampling. Menurut Babbie, E. R. (2020), Purposive sampling adalah metode pengambilan sampel dalam penelitian dimana peneliti dengan sengaja memilih anggota sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Peneliti memiliki kebebasan untuk menentukan kriteria pemilihan sampel yang dapat berupa karakteristik demografis, pengalaman, atau keahlian khusus yang relevan dengan penelitian. Karakteristik yang ditentukan adalah para yang bekerja di bidang E-Commerce di Yogyakarta.

3. PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh melalui metode survei dengan instrumen OCAI, maka dapat diketahui bahwa budaya organisasi yang ditinjau dari Perusahaan *E-Commerce* menunjukkan bahwa hampir semua aspek muncul dengan baik.

Tabel 1. Hasil Penelitian

Aspek Budaya Organisasi	Skor Dominan Saat Ini	Tipe Budaya Dominan Saat ini
Karakteristik Dominan	2,83	<i>Hierarchy Culture</i>
Kepemimpinan Organisasi	2,66	<i>Market Culture</i>
Tata Kelola Pegawai	2,5	<i>Clan Culture</i>
Perekatan Organisasi	2,65	<i>Hierarchy Culture</i>
Penekanan Strategi	2,66	<i>Market Culture</i>
Kriteria Keberhasilan	2,66	<i>Adhocracy Culture</i>

Pada tabel 1 di atas berdasarkan skor aspek budaya organisasi yang dominan dilihat dari 6 kriteria saat ini didominasi oleh Karakteristik Dominan. Hasil yang berbeda nampak pada kriteria karakteristik dominan, yang berarti banyak responden yang memilih aspek tersebut sebanyak 2,83. Karakteristik dominan sendiri memiliki arti dalam budaya organisasi mengacu pada atribut, nilai, norma, dan perilaku yang secara konsisten mendominasi dan mendefinisikan budaya yang ada di dalam suatu perusahaan. Ini mencakup aspek-aspek yang paling mencolok atau paling umum diamati dalam interaksi, keputusan, dan sikap anggota organisasi. Karakteristik dominan ini dapat beragam tergantung pada sejumlah faktor, termasuk nilai perusahaan, sejarah organisasi, kepemimpinan, dan lingkungan kerja. Individu mencerminkan esensi dari bagaimana perusahaan beroperasi, berinteraksi, dan berkembang, serta mempengaruhi perilaku dan pengambilan keputusan setiap anggota organisasi. Dengan memahami karakteristik dominan dalam budaya organisasi, perusahaan dapat membentuk, mengelola, dan memperkuat budaya yang mendukung tujuan dan nilai organisasi.

Aspek yang kedua adalah Pola Kepemimpinan yang dimana setiap individu tersebut memiliki jiwa pemimpin yang tinggi. Pada aspek tersebut diperoleh skor 2,66 yang dimana skor tersebut tergolong dalam jumlah sedang. Pola kepemimpinan dalam budaya organisasi mengacu pada gaya dan pola perilaku yang ditunjukkan oleh para pemimpin dalam sebuah perusahaan dan bagaimana hal itu memengaruhi budaya keseluruhan perusahaan. Ini melibatkan cara pemimpin berinteraksi dengan karyawan, mengambil keputusan, dan mempengaruhi perilaku di dalam organisasi. Pola kepemimpinan dapat bervariasi dari otoriter hingga demokratis, dari lebih terfokus pada tugas hingga lebih terfokus pada orang, dan dari lebih mengarahkan hingga lebih mendukung. Setiap pola kepemimpinan akan memiliki dampak yang berbeda terhadap budaya organisasi.

Aspek yang ketiga ialah Tata Kelola Karyawan. Dalam penelitian ini aspek tersebut mendapat skor 2,5 yang dimana skor tersebut tergolong rendah. Tata kelola karyawan di perusahaan merupakan

sebuah fondasi yang kuat bagi keberhasilan organisasi namun sebuah organisasi perusahaan juga melibatkan serangkaian kebijakan, praktik, dan prosedur yang dirancang untuk mengelola, mengembangkan, dan mendukung karyawan secara efektif. Tata kelola karyawan tidak terlepas dari aspek perekatan organisasi. Hubungan antara tata kelola karyawan dan perekatan organisasi dalam sebuah perusahaan memiliki dampak yang signifikan terhadap kesejahteraan organisasi secara keseluruhan. Dalam penelitian ini aspek perekatan organisasi memiliki skor sejumlah 2,62 yang berarti skor tinggi. Salah satu hubungan yang terjadi antara tata kelola karyawan dan perekatan organisasi adalah investasi dalam pengembangan karyawan, baik melalui pelatihan dan pengembangan maupun kesempatan karir, merupakan bagian integral dari tata kelola yang efektif. Karyawan yang merasa memiliki peluang untuk tumbuh dan berkembang di perusahaan cenderung lebih terikat pada organisasi tersebut. Tata kelola karyawan yang baik tidak hanya mencakup kebijakan dan praktik pengelolaan karyawan yang efektif, tetapi juga menciptakan budaya organisasi yang mendukung keterlibatan, pengembangan, dan pengakuan karyawan. Ini, pada gilirannya, berkontribusi pada perekatan organisasi yang kuat dan kesejahteraan jangka panjang perusahaan.

Aspek yang kelima adalah Penekanan Strategi, dimana dalam aspek ini memperoleh skor sebanyak 2,66 yang dimana skor tersebut dalam kategori sedang. Penekanan strategi dalam budaya organisasi perusahaan merujuk pada cara di mana perusahaan menekankan atau memprioritaskan visi, tujuan, dan strategi perusahaan dalam perilaku, keputusan, dan interaksi sehari-hari di antara karyawan. Ini menciptakan keselarasan antara budaya perusahaan dan tujuan strategisnya. Hal ini membantu karyawan memahami arah dan fokus perusahaan. Penekanan strategi memastikan bahwa strategi perusahaan menjadi pertimbangan utama dalam proses pengambilan keputusan di semua tingkatan organisasi. Keputusan diambil dengan mempertimbangkan bagaimana mereka akan mempengaruhi pencapaian tujuan strategis.

Aspek yang terakhir ialah Kriteria Keberhasilan yang memiliki arti dalam budaya organisasi perusahaan merujuk pada standar atau parameter yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana budaya organisasi telah berhasil mencapai tujuan dan visi yang ditetapkan. Aspek ini memberikan dasar untuk mengukur efektivitas budaya organisasi dalam menciptakan lingkungan yang mendukung kinerja yang tinggi, inovasi, dan kesejahteraan karyawan. Kriteria keberhasilan budaya organisasi memiliki hubungan yang erat dengan karyawan karena merupakan penerima langsung dari budaya yang ada di perusahaan. Budaya organisasi yang berhasil, yang menghargai keterlibatan karyawan dalam proses pengambilan keputusan, mempromosikan kolaborasi, dan memberikan kesempatan bagi karyawan untuk berkembang, cenderung meningkatkan keterlibatan dan kepuasan karyawan. Kepemimpinan yang mendukung dan memberikan arahan yang jelas memainkan peran penting dalam membantu karyawan mencapai target perusahaan. Kriteria keberhasilan dalam hal ini mencakup efektivitas kepemimpinan dalam menyampaikan visi, memberikan arahan, dan memberikan dukungan kepada karyawan. Melalui hubungan yang kuat antara karyawan dan perusahaan dalam mencapai target, karyawan merasa terlibat dalam kesuksesan perusahaan dan memiliki motivasi yang lebih besar untuk berkontribusi secara maksimal. Kriteria keberhasilan yang jelas dan terukur membantu memastikan bahwa upaya karyawan sejalan dengan tujuan strategis perusahaan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh melalui metode kuesioner dengan instrumen OCAI, maka dapat disimpulkan bahwa budaya organisasi perusahaan *E-Commerce* adalah sebagai berikut:

1. Dimensi karakteristik Dominan pada Budaya organisasi di perusahaan *E-Commerce* (pada saat ini) didominasi oleh tipe Hierarchy Culture yang menitikberatkan organisasi bersifat formal dengan mencerminkan nilai, norma dan perilaku yang mendominasi budaya organisasi dalam konteks perusahaan *E-Commerce*, karakteristik dominan yang kuat dapat menciptakan landasan yang kokoh terhadap budaya yang konsisten dan berkelanjutan.

2. Dimensi Kepemimpinan pada saat ini didominasi oleh Market Culture, pola kepemimpinan yang ditunjukkan oleh para pemimpin perusahaan *E-Commerce* memiliki dampak besar terhadap budaya keseluruhan perusahaan. Pemimpin yang berperan sebagai pendorong yang efektif dapat mempengaruhi karyawan, mengambil keputusan yang tepat dan menciptakan lingkungan kerja yang positif.
3. Dimensi Tata Kelola Karyawan pada budaya organisasi diperusahaan *E-Commerce* (pada saat ini) didominasi oleh Clan Culture Tata Kelola Karyawan yang menekankan pada sistem kekeluargaan dan mengembangkan sumber daya manusia dengan tata kelola karyawan yang baik maka perusahaan dapat meningkatkan kinerja karyawan dan menciptakan lingkungan kerja yang inklusif.
4. Dimensi Perikat Organisasi (pada saat ini) didominasi oleh Hierarchy Culture budaya yang menekankan pentingnya struktur yang baik dan rapi dalam berorganisasi agar tetap menjaga stabilitas dan efisiensi dalam organisasi. Perikat organisasi yang kuat dapat membantu memelihara kelancaran operasional perusahaan dan memastikan konsistensi dalam pencapaian tujuan.
5. Dimensi Penekanan (Strategi pada saat ini) didominasi Market Culture gaya kepemimpinan yang menekankan gaya kinerja ambisius dan mengharapkan kinerja yang tinggi pada karyawan dan menunjukkan pentingnya keselarasan antara visi, tujuan dan strategi perusahaan dengan perilaku sehari-hari karyawan. Hal ini membantu menciptakan fokus yang jelas dan memastikan bahwa keputusan diambil dengan mempertimbangkan tujuan strategis perusahaan.
6. Dimensi Kriteria Keberhasilan (pada saat ini) menunjukkan budaya organisasi Adhocracy Culture jenis budaya organisasi yang tidak dibatasi oleh struktur kriteria keberhasilan dalam budaya organisasi pada perusahaan *E-Commerce* memberikan dasar untuk mengevaluasi sejauh mana budaya organisasi telah mencapai tujuan dan visi perusahaan. Budaya organisasi yang berhasil akan menciptakan lingkungan yang mendukung kinerja tinggi, inovasi dan kesejahteraan karyawan.
7. Secara keseluruhan budaya organisasi memainkan peran penting dalam kesuksesan perusahaan *E-Commerce*. Faktor-faktor seperti kepemimpinan yang mendukung, penekanan strategi, tata kelola karyawan, dan kriteria keberhasilan memiliki dampak signifikan terhadap kinerja karyawan dan keseluruhan perusahaan. Melalui pemahaman yang mendalam tentang karakteristik dominan, pola kepemimpinan, dan aspek lainnya, perusahaan dapat membentuk, mengelola, dan memperkuat budaya yang mendukung tujuan dan nilai organisasi. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode OCAI (Organizational Culture Assessment Instrument) untuk mengidentifikasi profil budaya organisasi pada perusahaan *E-Commerce*. Dengan demikian, perusahaan dapat mengidentifikasi budaya yang seharusnya dikembangkan untuk menghadapi tantangan dan permasalahan yang muncul, serta merumuskan strategi yang tepat dalam meningkatkan nilai kerja individu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya organisasi di perusahaan *E-Commerce* menonjol dalam berbagai aspek, seperti kepemimpinan, penekanan strategi, tata kelola karyawan, dan kriteria keberhasilan. Hal ini menunjukkan pentingnya budaya organisasi yang kuat dalam menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kinerja tinggi, inovasi, dan kesejahteraan karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Babbie, E. R. (2020). *The Practice of Social Research*. Cengage AU.
- [2] Batapi, Z., & Ariesta, A. (2019). *E-Commerce* Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Dapur Film Digital. *Jurnal IDEALIS*, 2(6), 176–181.
- [3] Carcia, M. S. M., Transilvanus, V. E., & Parera, C. J. T. (2020). Analisis Budaya Organisasi Dengan Menggunakan Metode Organizational Culture Assessment Instrument (Ocai) Pada Koperasi Obor Mas Maumere. " *PROJEMEN*" *Jurnal Program Studi Manajemen*, 7(1).
- [4] Fanya, B., Kadiyono, A. L., & Ashriyana, R. (2021). Analisis Budaya Organisasi Menggunakan Organizational Culture Assessment Instrument (OCAI) pada PT. X. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, dan Ilmu-ilmu Sosial*, 5(1), 63-69.

- [5] Ivancevich, John M. Robert Konopaske, Michael T. Matteson. (2006). *Perilaku dan Manajemen Organisasi, Edisi Ketujuh Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- [6] Kusdi. (2011). *Budaya Organisasi : Teori, penelitian dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- [7] Putra, A. H., & Elyadi, R. (2020). Analisis Budaya Organisasi Pada Coffeeshop Atlas n Co Menggunakan Organizational Culture Assessment Instrument (OCAI). *Praxis*, 3(1), 54.
- [8] Rehatalanit, Y. L. R. (2021). Peran *E-Commerce* dalam pengembangan bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5.
- [9] Robbins, Stephen. (2006). *Perilaku Organisasi*. Prentice Hall, edisi kesepuluh.
- [10] Susilo, J. (2018). Penggunaan OCAI (Organizational Culture Assessment Instrument) untuk Analisa Budaya Organisasi di PPSDM Migas. *Swara Patra: Majalah Ilmiah PPSDM Migas*, 8(4), 1-18.