



## Implementasi “Culture Print Building” Dalam Upaya Internalisasi Nilai-Nilai Dasar Budaya Organisasi: Studi Kasus pada PT “X” di Surabaya

Drs.ec. Johny Rusdiyanto, MM  
Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya  
[jrusdiyanto@yahoo.com](mailto:jrusdiyanto@yahoo.com)

### Abstrak

Banyak upaya membangun perilaku SDM berkinerja tinggi dilakukan dengan menciptakan Budaya Organisasi dan kesepakatan nilai-nilai dasar (*core values*) badan usaha serta di-sosialisasikan kepada seluruh karyawan secara formal. Hasilnya? Seringkali nilai-nilai dasar tersebut hanya merupakan wacana tanpa mampu memicu perubahan perilaku pada diri karyawan. Hal demikian dapat terjadi karena tidak ada upaya terstruktur untuk meng-internalisasi nilai-nilai dasar Budaya Organisasi secara intensif dan proses sosialisasi dianggap sudah cukup memadai. Sesungguhnya, persoalan utama yang muncul adalah bagaimana nilai-nilai dasar Budaya Organisasi mampu dipahami, diresapi dan diwujudkan dalam perilaku kerja sehari-hari oleh SDM dengan diversitas jabatan yang berlainan. Model “Culture Print” merupakan model yang menjadi *directional sense* bagi para pemimpin untuk menanamkan atau menginternalisasi nilai-nilai dasar Budaya Organisasi yang telah disepakati. Ada 3 (tiga) komponen utama yang harus dilakukan, yaitu (1) Merancang infrastruktur berupa *Management System, Measurements and Rewards* yang mencakup *behavior approach* dan *infrastructure components*, (2) Pendukung fisik seperti *Processes, Tools and Structure* yang mencakup *value description book, shared meeting, magazine/bulletin, competition and recognition ceremony* dan (3) Wujud perilaku yang ditampilkan dalam *behavior category and indicators* yang disesuaikan dengan karakteristik jabatan masing-masing. Implementasi model “Culture Print” tampaknya relevan dan dapat diaplikasikan oleh badan usaha di Indonesia dan menjadi salah satu pilihan bagi pimpinan untuk mencoba merealisikannya manakala menghadapi persoalan yang berkaitan dengan proses menanamkan atau menginternalisasi nilai-nilai dasar Budaya Organisasi.

**Kata Kunci:** Budaya Organisasi, Nilai-nilai dasar (*Values*), *Culture Print*, Kinerja Organisasi.

### 1. Memahami Budaya Organisasi

Perubahan lingkungan, khususnya lingkungan bisnis dan organisasi saat ini, memperlihatkan tidak sekedar berjalan sangat cepat dan *unpredictable* tetapi juga menjadi semakin bersifat tidak pasti. Keadaan ini mengakibatkan munculnya fenomena-fenomena baru seperti globalisasi, dunia tanpa batas, keunggulan bersaing, *core competency*, *super-leadership* dan sebagainya. Implikasi terhadap organisasi tentu saja terarah pada pertanyaan mendasar tentang kemampuan organisasi untuk menghadapi tekanan-tekanan eksternal tersebut. Dengan demikian, menjadi tepat seperti yang dikemukakan oleh Chattel bahwa organisasi masa depan dapat dipahami sebagai organisasi yang bernuansa inovatif, adaptif dan responsif secara cepat terhadap perubahan lingkungan yang terjadi <sup>1)</sup>.

Menyikapi karakteristik organisasi masa depan tersebut maka tuntutan eksistensi badan usaha menjadi semakin sulit dan membutuhkan kompetensi sumberdaya manusia (SDM) dan sumberdaya organisasi lainnya yang terintegrasi menjadi *core competency* dari organisasi yang bersangkutan. Harapan ini dapat terwujud manakala dalam organisasi dapat tercipta iklim kerja yang proaktif dan berorientasi pada kinerja serta didukung oleh tingkat kompetensi SDM yang memadai. Secara lebih spesifik, fenomena yang dihadapi oleh organisasi dalam mengembangkan organisasi kedepan akan lebih condong pada upaya membangun organisasi yang berorientasi pada pendekatan budaya. Pendekatan ini secara