

HUBUNGAN PERSEPSI TERHADAP BUDAYA ORGANISASI DENGAN KINERJA SALESMAN PERUSAHAAN AUTO 2000 BYPASS PADANG

Cendekia Iklil Fatin, Tuti Rahmi, Zulmi Yusra
Universitas Negeri Padang
e-mail: cendekia04@gmail.com

Abstract: *Relationship perceptions of organizational culture with salesman performance auto 2000 company Bypass Padang. This study was examined relationship perception of organization culture with salesman performance Auto2000 company Bypass Padang. The study design is quantitative correlation with 31 subjects taken total sampling technique. This study uses scale perception of organizational culture 20 point statement with a value reliability 0.866 and performance data using sale by salesman. The method is product moment. The results showed that there significant relationship between perceptions of organizational culture with salesman performance Auto2000 company Bypass Padang with correlation coefficient (r)0.378 and $p = 0.036$ ($p < 0.05$).*

Keywords: *Perceptions of organizational culture, performace, salesman.*

Abstrak: **Hubungan persepsi terhadap budaya organisasi dengan kinerja salesman perusahaan auto2000 Bypass Padang.** Tujuan penelitian adalah melihat hubungan persepsi dengan kinerja salesman perusahaan Auto2000 Bypass Padang. Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif korelasional dengan 31 subjek yang menggunakan teknik *total sampling*. Penelitian ini menggunakan skala persepsi terhadap budaya organisasi berjumlah 20 butir pernyataan dengan nilai reliabilitas 0,866 dan data kinerja menggunakan data penjualan salesman. Metode yang digunakan adalah *product moment*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi terhadap budaya organisasi dengan kinerja salesman perusahaan Auto2000 Bypass Padang dengan korelasi koefisien (r)0,378 dan $p=0,036$ ($p<0,05$).

Kata Kunci: Persepsi terhadap budaya organisasi, kinerja, salesman.

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan salah satu hal penting dalam perkembangan serta kemajuan suatu organisasi. Organisasi menurut Tossi, Rizzo, dan Carroll (Munandar, 2001), yaitu terdiri dari beberapa

orang atau beberapa kelompok tenaga kerja yang bekerja untuk mencapai tujuan organisasi. Organisasi terbagi atas dua bagian yaitu organisasi niaga dan organisasi sosial kemasyarakatan. Organisasi niaga adalah

organisasi yang tujuan utamanya mencari keuntungan dan salah satunya adalah *holding company* atau induk perusahaan. Di dalam perusahaan, para karyawan memberikan keahlian untuk memajukan serta mencapai tujuan perusahaan (Rivai & Sagala, 2009). Perusahaan swasta maupun milik negara merasakan pentingnya peran sumber daya manusia sebagai penggerak perusahaan.

Salah satu perusahaan yang beroperasi di Indonesia adalah Auto 2000. Auto 2000 pertama kali didirikan pada tahun 1975 dengan nama Astra Motor Sales, kemudian dirubah menjadi Auto 2000 pada tahun 1989. Auto 2000 adalah jaringan jasa penjualan, perawatan, perbaikan, serta penyedia dari suku cadang Toyota yang manajemennya ditangani oleh perusahaan PT Astra Internasional Tbk. Dalam aktivitas bisnisnya, Auto 2000 berhubungan dengan PT Toyota Astra Motor yang menjadi agen tunggal pemegang merek Toyota. Auto 2000 merupakan *main dealer* Toyota yang menangani 70% sampai 80% penjualan produk Toyota. Tujuan atau *visi* dari Auto2000 adalah menjadi *dealer* terbaik dan paling handal di Indonesia melalui proses kerja berkelas dunia (Auto2000.co.id).

Melalui proses kerja berkelas dunia dan dalam mewujudkan *visi* dari Auto 2000 sendiri, hal yang perlu diperhatikan adalah dengan meningkatkan kinerja karyawannya. Kinerja karyawan merupakan hal yang penting sebagai upaya perusahaan untuk

mencapai tujuan dengan perilaku nyata, dimana kinerja merupakan suatu fungsi dari motivasi dan kemampuan untuk menyelesaikan tugas pekerjaannya (Hersey dan Blanchard dalam Mangkuprawira, 2009). Mathis dan Jakson (Subekhi & Jauhar, 2012), menyatakan pada dasarnya kinerja adalah apa yang dilakukan atau tidak dilakukan oleh karyawan.

Unsur-unsur yang terdapat dalam kinerja meliputi kemampuan untuk kerja sama, ketepatan waktu dari hasil, kehadiran, kualitas hasil, dan kuantitas hasil. Pada kuantitas hasil, produk Toyota merupakan merek yang penjualannya terbanyak di Indonesia dari tahun 2012 hingga 2015 yang disusul oleh merek Daihatsu, Suzuki, Mitsubhi, dan Honda. Pada tahun 2015 ini Toyota mampu melakukan penjualan mencapai 162.953 unit (Tempo, 2015) melalui beberapa *main dealer* Toyota termasuk Auto 2000.

Hasil dari kinerja yang didapatkan atau dilakukan oleh karyawan ini, akan mencerminkan kinerja dari suatu perusahaan. Dalam melihat perkembangan serta kemajuan perusahaan, salah satu hal yang dapat dilakukan adalah dengan cara menilai hasil kinerja (Rivai & Sagala, 2009). Penilaian kinerja dapat dilakukan oleh atasan, kelompok ini, kelompok staf, keputusan komite, peninjauan lapangan, serta penilaian oleh bawahan dan sejawat. Penilaian kinerja digunakan oleh perusahaan

untuk mengevaluasi hasil kerja atau kinerja karyawan (Rivai & Sagala, 2009).

Setiap bulannya, kinerja *salesman* perusahaan Auto 2000 akan dinilai. Penilaian bulanan tersebut akan diakumulasi serta dievaluasi setiap enam bulan sekali. Dari penuturan salah satu karyawan *sales executive*, yang menyatakan bahwa dari tahun pertama berdirinya Auto 2000 *Bypass* Padang pada tahun 2013 hingga ditahun 2015 ini terdapat sekitar 10 orang *sales* yang diberhentikan akibat kinerjanya rendah setelah diberikan beberapa peringatan. Hal tersebut dikarenakan beberapa karyawan sales tidak melakukan perbaikan terus menerus atas kinerja yang telah ditetapkan oleh standar perusahaan.

Suatu kinerja yang dilakukan oleh karyawan dipengaruhi oleh beberapa faktor dan salah satunya adalah budaya organisasi atau budaya tempat kerja. Seperti yang diungkapkan dalam penelitian Ojo Olu (2009) yang dilakukannya di industri perbankan Nigeria, yang mendapatkan hasil bahwa kinerja karyawan dan tingkat produktifitas dipengaruhi oleh budaya organisasi. Budaya organisasi menurut Robert Kreinet dan Angelo Kinicki (Wibowo, 2010) didefinisikan sebagai nilai-nilai serta keyakinan bersama yang mendasari suatu identitas dari perusahaan. Identitas yang khas dari perusahaan akan polanya, terus menerus diturunkan dan

melekat pada perilaku orang yang berada dalam organisasi.

Budaya organisasi akan diturunkan dari anggota terdahulu keanggota yang baru baik berupa nilai-nilai atau sistem-sistem yang dianut, sehingga dapat membentuk pola perilaku dari anggota organisasi tersebut. Hal senada juga yang dipaparkan oleh Hill dan Jones (King, 2012) yang menyatakan bahwa aspek-aspek budaya organisasi mempengaruhi perilaku sehari-hari dari individu didalam organisasi. Perilaku serta sikap seorang karyawan menurut Robbins (Suryadi & Rosyidi, 2013), terbentuk akibat nilai-nilai yang dianut dalam suatu organisasi dan dipengaruhi oleh perilaku pemimpinnya. Dalam peningkatan kinerja karyawan, lingkungan yang menyenangkan dan budaya organisasi mempunyai peranan penting didalamnya.

Budaya organisasi Auto 2000 dari pemaparan salah satu karyawan Auto 2000 *Bypass* Padang yang menduduki jabatan *customer relation coordinator*, adalah dengan adanya lima *value* yang disingkat menjadi *first*. *First* terdiri dari *focus of consumer* (fokus terhadap konsumen), *intergrity* (integritas), *respect for others* (menghormati orang lain), *strive for excellence*, dan *teamwork* (kerjasama tim). *Intergrity* mencakup bagaimana karyawan bekerja dengan tulus, jujur, selarasnya kata dan perbuatan sesuai dengan ketentuan dan nilai-nilai yang ada dimasyarakat. *Teamwork*

yaitu interaksi saling melengkapi antara individu sesuai dengan tanggung jawab, guna mendorong perkembangan pribadi dan memaksimalkan kinerja. *Strive for excellence* yang berarti semangat melakukan kaizen dalam berinovasi untuk pengembangan dan peningkatan kinerja.

Kaizen yang termasuk dalam nilai budaya organisasi Auto 2000, diadopsi dari nilai-nilai serta filosofi budaya Jepang. Arti dari *kaizen* adalah kemajuan atau perbaikan secara terus menerus yang ada pada kehidupan seseorang. *Kaizen* dalam dunia pekerjaan berarti melakukan perbaikan terus menerus yang melibatkan orang, manajer, dan pekerjaan (Imai, 2008).

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh salah satu *salesman* Auto 2000 Bypass, didapatkan bahwa dalam penerapan kaizen (perbaikan secara terus menerus) pada budaya organisasi di dunia sales Auto 2000 meliputi prospek, *follow up*, serta *promise*. Dari wawancara lainnya, didapatkan adanya tanggapan yang berbeda mengenai persepsi terhadap budaya organisasi di perusahaan. Dari hasil wawancara pada *sales* yang mempunyai kinerja tinggi berinisial R di perusahaan tersebut, didapatkan bahwa dalam menjalani budaya organisasi tidak ada kendala dan tidak merasa berat karena menurutnya budaya organisasi merupakan suatu ketentuan yang harus dijalani karyawan dalam pekerjaannya. Sedangkan saat ditanyakan pada dua karyawan sales lainnya,

mereka tidak mengetahui budaya organisasi perusahaannya sendiri. Pada sales yang lainnya, ada yang menuturkan bahwa budaya organisasi memang sudah ketetapan suatu perusahaan tetapi terkadang dalam menjalankannya terdapat sedikit kendala. Seperti melakukan prospek yang ditambahkan setelah adanya perbaikan (*kaizen*) dalam budaya *strive of excellence* yang dirasa sedikit memberatkan.

Dari uraian tersebut, maka saya tertarik meneliti dengan mengambil judul penelitian mengenai “Hubungan Antara Persepsi Terhadap Budaya Organisasi Dengan Kinerja *Salesman* Auto 2000 Bypass Padang”.

METODE

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif korelasional. Penelitian korelasional menurut Yusuf (2005) yaitu suatu tipe penelitian yang melihat hubungan satu atau beberapa ubahan dengan ubahan yang lain. Variabel dalam penelitian ini yaitu persepsi terhadap budaya organisasi (variabel X) dan kinerja (variabel Y),

Populasi dalam penelitian ini adalah *salesman* perusahaan Auto 2000 Bypass Padang. Teknik penarikan sampel penelitian ini menggunakan teknik *total sampling* dengan jumlah 31 orang *salesman* perusahaan Auto 2000 Bypass Padang Menurut Sugiyono (2014) *total sampling*

adalah teknik penentuan sampel bila seluruh anggota populasi digunakan sebagai sampel.

Teknik pengumpulan data yang dipakai pada penelitian ini dengan menggunakan teknik pengumpulan data skala dan data penjualan yang dilakukan *salesman*. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala model *likert*. Skala model *likert* merupakan digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau

kelompok mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Deskripsi data dalam penelitian ini terdiri dari rerata empiris dan rerata hipotetik penelitian yang diperoleh melalui skala persepsi terhadap budaya organisasi yang dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Rerata empiris dan rerata hipotetik persepsi terhadap budaya organisasi

Variable	Skor hipotetik				Skor empiris			
	Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
Persepsi terhadap budaya organisasi	20	80	50	10	48	74	60,03	7,34

Berdasarkan table 1, perbandingan antara *mean* empiris dan *mean* hipotetik yang menunjukkan variabel persepsi terhadap budaya organisasi memiliki *mean* empiris 60,03 lebih tinggi dari *mean* hipotetik yaitu 50. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum variabel persepsi terhadap budaya organisasi di lapangan penelitian memiliki skor lebih tinggi dibandingkan skor populasi.

Berdasarkan pengkategorian persepsi terhadap budaya organisasi didapat bahwa subjek memiliki kategori positif sebanyak 25 subjek (80,65%) sedangkan kategori negatif sebanyak 6 subjek (19,35%). Kategorisasi subjek berdasarkan aspek aspek persepsi

terhadap budaya organisasi, terlihat bahwa aspek kognisi dan afeksi berada pada kategori tinggi, sedangkan pada aspek konasi berada pada kategori rendah. Perbandingan antara *mean* hipotetis dan *mean* empiris aspek-aspek persepsi terhadap budaya organisasi didapat bahwa *mean* empiris aspek kognisi (33,39), afeksi (12,19), konasi (14,39) lebih tinggi dari mean hipotetik aspek kognisi (27,5), afeksi (10), konasi (12,5).

Berdasarkan pengkategorian persepsi terhadap budaya organisasi per karakteristik budaya organisasi, didapat bahwa *mean* empiris inovasi dan pengambilan resiko (9,68), perhatian terhadap detail (5,71),

orientasi hasil (12,61), orientasi individu (9,16), agresivitas (8,00), dan stabilitas (2,74) lebih tinggi dibandingkan *mean* hipotetik inovasi dan pengambilan resiko (7,5), perhatian terhadap detail (10), orientasi hasil (7,5), orientasi individu (7,5), agresivitas (7,5) dan stabilitas (2,5). Hal ini menunjukkan bahwa subjek penelitian dilapangan memiliki skor lebih tinggi dari populasi pada umumnya. Sedangkan *mean* empiris orientasi tim (7,42) lebih rendah dibandingkan *mean* hipotetik (7,5). Hal ini menunjukkan bahwa subjek penelitian dilapangan memiliki skor lebih rendah dari pada populasi pada umumnya.

Berdasarkan pengkategorian kinerja didapat bahwa 13 subjek (41,94%) pada kategori tinggi, 12 subjek (38,71%) pada kategori sedang, dan 6 subjek (19,35%) pada kategori rendah. Pengkategorian subjek per golongan *salesman* didapat bahwa subjek pada *sales executive* dengan kategori tinggi berjumlah 5 subjek (71,42%), kategori sedang 1 subjek (14,29%), dan kategori rendah 1 subjek (14,29%) sedangkan pada *sales junior* dengan kategori tinggi berjumlah 8 subjek (33,34%), kategori sedang 11 subjek (45,83%), dan kategori rendah 5 subjek (20,83%).

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data variabel yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas sebaran data dengan

menggunakan metode *One Sample Test* dari *Kolmogorov Smirnov*.

Hasil uji normalitas sebaran variabel persepsi terhadap budaya organisasi diperoleh nilai $K-SZ=0,855$ dan $p=0,458$ ($p>0,05$), variabel kinerja diperoleh nilai $K-SZ=1,342$ dan $p=0,054$ ($p>0,05$). Hasil uji normalitas variabel persepsi terhadap budaya organisasi berdistribusi normal.

Uji linieritas bertujuan untuk membuktikan apakah variabel bebas mempunyai hubungan yang linier dengan variabel terikat. Model statistik yang digunakan untuk melihat linieritas variabel tersebut pada *F-linierity*, yang memperlihatkan bahwa nilai linier pada persepsi terhadap budaya organisasi dengan kinerja adalah sebesar $F=4,720$ dengan $p=0,046$ ($p<0,05$) dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel persepsi terhadap budaya organisasi dan kinerja dalam penelitian ini memiliki korelasi yang linier.

Pengujian hipotesis statistik adalah prosedur yang memungkinkan keputusan dapat dibuat, yaitu keputusan untuk menolak atau tidak menolak hipotesis yang sedang dipersoalkan atau di uji (Supranto, 2001). Hipotesis dalam penelitian ini berbunyi "Terdapat hubungan positif yang signifikan antara persepsi terhadap budaya organisasi dengan kinerja *salesman* perusahaan Auto 2000 Bypass Padang". Uji hipotesis ini menggunakan analisis korelasional *product moment*.

Berdasarkan hasil analisis korelasi, maka didapatkan koefisien korelasi sebesar $r=0,378$ dan $p=0,036$ ($p<0,05$) menandakan hipotesis diterima. Hasil ini memperlihatkan bahwa terdapatnya korelasi positif yang signifikan antara persepsi terhadap budaya organisasi dengan kinerja *salesman* perusahaan Auto 2000 Bypass Padang.

Pembahasan

Persepsi merupakan ditafsirkannya sebuah stimulus yang telah tersimpan didalam otak dan persepsi juga diartikan sebagai kemampuan untuk membedakan, mengelompokkan yang diorganisasikan dalam pengamatan (Fauzi, 2004). Sedangkan budaya organisasi menurut Stephen P. Robbins (Wibowo, 2010) adalah sebuah persepsi umum yang dipegang oleh keseluruhan anggota didalam organisasi dengan suatu sistem tentang arti kebersamaan. Budaya organisasi ini berkepentingan untuk pekerja dapat merasakan karakteristik dari budaya organisasi tersebut, bukan dengan apakah akan seperti mereka atau tidak. Budaya organisasi menurut Robert Kreinet dan Angelo Kinicki (Wibowo, 2010) merupakan nilai-nilai serta keyakinan bersama yang mendasari suatu identitas dari perusahaan. Dengan adanya penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi terhadap budaya organisasi adalah interpretasi atau penafsiran

yang dilakukan oleh individu terhadap pemaknaan atas nilai-nilai, keyakinan, kebijakan yang telah terpola dalam organisasi yang dimunculkan dalam bentuk cara berfikir, berperasaan, dan berperilaku.

Subjek pada penelitian ini memiliki persepsi terhadap budaya organisasi yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa subjek penelitian ini dalam pandangan, pengetahuan, harapan, perasaan serta aktivitasnya terhadap nilai-nilai budaya yang diterapkan pada organisasi atau tempat kerjanya sudah dapat dipahami serta diinterpretasikan secara positif.

Menurut Hill dan Jones (King, 2012), aspek-aspek budaya organisasi mempengaruhi perilaku sehari-hari individu didalam organisasi. Perilaku serta sikap seorang karyawan menurut Robbins (Suryadi & Rosyidi, 2013), terbentuk akibat nilai-nilai yang dianut dalam suatu organisasi dan dipengaruhi oleh perilaku pemimpinnya. Budaya organisasi dan lingkungan yang menyenangkan mempunyai peranan penting dalam meningkatkan kinerja karyawan.

Persepsi terhadap budaya organisasi ini memiliki tiga aspek yaitu kognisi (pengetahuan, pandangan, dan harapan individu terhadap budaya organisasi), afeksi (perasaan dan keadaan emosi individu terhadap budaya organisasi), dan konasi (motivasi, sikap, perilaku atau aktivitas individu dalam menjalankan budaya organisasi). Aspek kognisi merupakan aspek

yang tinggi dengan jumlah subjek terbanyak pada kategori positif, maka hal ini menunjukkan bahwa *salesman* memiliki pandangan, pengetahuan, serta harapan yang positif terhadap nilai-nilai yang terkandung dalam budaya organisasi yang secara khas dibentuk oleh perusahaan. Selain itu aspek afeksi juga memiliki subjek dengan jumlah yang terbanyak pada kategori positif setelah aspek kognisi yang berarti *salesman* memiliki perasaan-perasaan atau keadaan emosi yang positif dimana adanya kenyamanan dan kebahagiaan dalam menjalankan nilai-nilai budaya organisasi. Dan skor terendah pada kategori positif terdapat pada aspek konasi, dimana aktivitas yang dijalankan berdasarkan nilai serta keyakinan yang terkandung pada budaya organisasi oleh sebagian *salesman* kurang maksimal.

Berdasarkan pengkategorian subjek persepsi terhadap budaya organisasi per karakteristik budaya organisasi didapatkan bahwa *mean* empiris inovasi dan pengambilan resiko, perhatian terhadap detail, orientasi hasil, orientasi individu, agresivitas, dan stabilitas lebih tinggi dibandingkan *mean* hipotetik inovasi dan pengambilan resiko, perhatian terhadap detail, orientasi hasil, orientasi individu, agresivitas, dan stabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa subjek penelitian dilapangan memiliki skor lebih tinggi dari populasi pada umumnya. Sedangkan *mean*

empiris orientasi tim lebih rendah dibandingkan *mean* hipotetik. Hal ini menunjukkan bahwa subjek penelitian dilapangan memiliki skor lebih rendah dari pada populasi pada umumnya. Orientasi hasil memiliki skor *mean* empiris tertinggi, dimana pada adanya insentive atau bonus-bonus tambahan yang didapat oleh *salesman* dari penjualan yang didapatkan dan akan semakin tinggi bonus-bonus tersebut apabila target penjualan yang dicapai masing-masing *salesman* semakin banyak. Skor *mean* empiris pada orientasi tim lebih rendah dari pada *mean* hipotetik, hal ini disebabkan karena kerja dari *salesman* bersifat individual. Seperti dari hasil wawancara kepada salah satu *salesman* yang menyatakan bahwa kerja sales lebih bersifat individual mengenai target serta pencapaian hasil yang didapat.

Menurut Stolovitch dan Keeps (Mangkuprawira, 2009) menyatakan bahwa kinerja adalah seperangkat hasil yang dicapai merujuk pada tindakan dalam pencapaian serta pelaksanaan dari suatu pekerjaan yang diminta. Kinerja karyawan merupakan hal yang penting sebagai upaya perusahaan untuk mencapai tujuan dengan perilaku nyata, dimana kinerja merupakan suatu fungsi dari motivasi dan kemampuan untuk menyelesaikan tugas pekerjaannya (Hersey dan Blanchard dalam Mangkuprawira, 2009). Mathis dan Jakson (Subekhi & Jauhar, 2012) menyatakan pada dasarnya kinerja adalah

apa yang dilakukan atau tidak dilakukan oleh karyawan.

Dalam kerjanya, sales bekerja dengan cara melakukan kontak dengan pelanggan baik pada individu atau bisnis dalam rangka menjual barang atau jasa perusahaannya. Mereka menguasai menyeluruh tentang produk perusahaan sehingga mereka dapat menarik kepercayaan konsumen dalam aksi penjualan. Sales harus memiliki pemahaman baik mengenai psikologis pelanggan dan strategi penjualan untuk menjadi sukses dalam pencapaian kinerja (Noor, 2004).

Dalam penelitian ini, kategori tinggi memiliki subjek dengan jumlah paling banyak dan jumlah subjek paling sedikit ada pada kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar *salesman* dapat menghasilkan melebihi dari standar target yang ditetapkan perusahaan. Jika dilihat dari jenis golongan sales, *sales executive* memiliki jumlah subjek terbanyak dengan kategori tinggi sedangkan pada *sales junior* pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa *sales executive* dalam menjalankan kinerja sebagian besar penjualannya melebihi standar target yang telah ditetapkan perusahaan sedangkan *sales junior* kinerjanya sebagian besar penjualan hanya mencapai standar target yang telah ditetapkan perusahaan.

Korelasi yang terdapat antara persepsi terhadap budaya organisasi dengan kinerja pada penelitian ini tergolong korelasi rendah

dan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa adanya hubungan positif yang signifikan antara persepsi terhadap budaya organisasi dengan kinerja *salesman* perusahaan Auto 2000 Bypass Padang. Hal ini dapat diartikan bahwa jika *salesman* memiliki persepsi terhadap budaya organisasi positif maka kinerjanya akan tinggi juga sebaliknya.

Berdasarkan nilai korelasi antara persepsi terhadap budaya organisasi dengan kinerja *salesman* maka dapat diungkapkan bahwa persepsi terhadap budaya organisasi adalah salah satu unsur atau faktor yang dapat mempengaruhi kinerja. Hal senada juga diungkapkan pada penelitian yang dilakukan oleh Ojo Olu (2009) yang dilakukan di industri perbankan Nigeria, yang menyatakan bahwa budaya organisasi mempunyai hubungan dengan kinerja karyawan dan tingkat produktifitas. Tidak hanya Olo Oju, penelitian yang dilakukan oleh Udin, Luva, dan Hossian (2013) dengan studi kasus sektor telekomunikasi di Bangladesh yang menyatakan bahwa budaya organisasi secara signifikan mempunyai pengaruh terhadap kinerja dan produktivitas dalam konteks negara berkembang.

Menurut Tastan (2013) dalam penelitian yang dilakukannya pada karyawan rumah sakit swasta Turki, menunjukkan bahwa budaya organisasi yang positif terhadap karyawan mempengaruhi perilaku kinerja dan niatan untuk meninggalkan tempat kerja. Situasi seperti ini

memunculkan pendapat bahwa persepsi positif dari budaya organisasi akan menyebabkan kinerja yang lebih tinggi. Oleh karena itu organisasi tempat karyawan bekerja didorong untuk menerapkan nilai budaya organisasi dalam menghasilkan individu dan organisasi lebih baik.

Dari hasil wawancara pada tanggal 20 Januari 2016 yang dilakukan kepada salah satu *salesman* yang pernah tidak mencapai target penjualan, ia menyatakan bahwa ketika ia tidak mencapai target penjualan perbulan dikarenakan belum adanya keinginan yang kuat, belum adanya relasi yang luas, dan strategi yang ampuh untuk melakukan penjualan. Dari hasil penuturannya hal ini disebabkan karena ia juga masih tergolong orang yang baru bekerja sebagai *salesman*. Dapat disimpulkan bahwa selain persepsi terhadap budaya organisasi, motivasi serta pengalaman kerja mempengaruhi kinerja seorang *salesman* yang terlihat dari pencapaian target penjualan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pengujian hipotesis mengenai hubungan persepsi terhadap budaya organisasi dengan kinerja *salesman* pada perusahaan Auto 2000 Bypass Padang, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara umum *salesman* Auto 2000 Bypass Padang memiliki persepsi

terhadap budaya organisasi yang positif.

2. Secara umum *salesman* di Auto 2000 Bypass Padang memiliki kinerja dengan kategori tinggi.
3. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara persepsi terhadap budaya organisasi dengan kinerja *salesman* perusahaan Auto 2000 Bypass Padang. Dengan demikian, semakin positif persepsi terhadap budaya organisasi maka akan semakin tinggi kinerja *salesman*.

Saran

Berdasarkan Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Meskipun didalam penelitian ini secara umum *salesman* memiliki kinerja tinggi akan tetapi masih ada *salesman* yang memiliki kinerja rendah. Untuk itu disarankan kepada perusahaan melakukan *training-training* dan motivator tambahan kepada *salesman* yang memiliki kinerja rendah.
2. Untuk perusahaan lainnya agar menekankan orientasi hasil pada budaya organisasi untuk *salesman* agar pencapaian kinerjanya semakin tinggi
3. Bagi peneliti lainnya yang tertarik melakukan penelitian tentang kinerja, maka disarankan untuk mengganti

variabel-variabel lainnya yang mempengaruhi kinerja seperti motivasi

atau mengganti alat ukur yang digunakan.

DAFTAR RUJUKAN

- Auto2000. co. id. Diakses tanggal 10 desember 2014 di [auto2000/ page/ sekilas_ auto2000](http://auto2000.com/page/sekilas_auto2000).
- Fauzi, A. (2004). *Psikologi umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Imai, Masaaki. (2008). *The kaizen power*. Jogjakarta: Diva Press.
- King, A. L. (2012). *Pengantar psikologi umum*. Jakarta: Salemba Humanika
- Mangkuprawira, T. S. (2009). *Horison bisnis, manajemen, dan sumberdaya manusia*. Bogor: IPB Press.
- Munandar, A. S. (2001). *Psikologi industry dan organisasi*. Jakarta: UI-Press
- Noor, Juliansyah. (2004). *Sales energy*. Jakarta: Salemba Empat
- Ojo, O. (2009). Impact assessment of corporate culture on employee job performance. *Business intelegence journal*. Vol.2 (2). 388-397.
- Rivai, V & Sagala, E. J. (2009). *Manajemen sumber daya manusia untuk perusahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Subekhi. A & Jauhar.M. (2012). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Prestasi Pustakaraya
- Sugiyono, (2014). *Metode penelitian manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2001). *Statistik teori dan aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Suryadi, A., & Rosyidi, H. (2013). Kinerja karyawan ditinjau dari analisis factor budaya perusahaan. *Jurnal penelitian psikologi*, 4(2). 166-180
- Tastan, S. B. (2012). The relationship between employees perception of organizational culture and their behavioral outcome: Assessing a cognitive process to in-role performance behavior and intention to leave. *Journal of global strategic management*, 12. 65-86
- Tempo. co. (2015). Diakses tanggal 28 Juli 2015
<http://bisnis.tempo.co/read/news/2015/07/27/090686883/5-besar-peringkat-penjualan-mobil-tak-berubah>
- Udin, M. J., Luva. R. H., & Hossin. S. M. (2013). Impact of organizational culture on employee performace and productivity: A case ttudy of telecommunication sector in bangladesh. *International journal of business and management*, 8(2). 63-77.
- Wibowo. (2010). *Budaya organisasi: Sebuah kebutuhan untuk meningkatkan kinerja jangka panjang*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Yusuf, A. M. (2005). *Metodologi penelitian*. Padang: UNP Press