

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut. Merck Indonesia memiliki *high impact culture* sebagai budaya utama yang perusahaan tanamkan kepada karyawannya. HIC ini telah dihidupi oleh karyawan Merck karena kegigihan perusahaan dalam melaksanakan berbagai kegiatan untuk memfasilitasi budaya organisasi tersebut. Komunikasi organisasi yang dilakukan perusahaan dalam rangka mengkomunikasikan budaya perusahaan juga dilakukan dengan *human resource department* dan *corporate communication department* sebagai perwakilan dari manajemen.

Dalam penerapan HIC, terlihat dimensi-dimensi budaya organisasi yang tercermin pada simbol fisik, simbol perilaku, dan simbol verbal lingkungan kerja dan karyawan Merck Indonesia. Simbol fisik dapat terlihat dari tata bangunan kantor Merck Indonesia yang memiliki desain warna cerah dan menyediakan berbagai fasilitas untuk karyawannya. Simbol fisik tersebut mencerminkan perusahaan yang peduli terhadap karyawannya serta menggambarkan Merck Indonesia yang penuh akan warna-warna *vibrant* agar karyawannya pun dapat secerah warna tersebut.

Simbol perilaku terlihat dari kebiasaan Merck Indonesia yang saling menghargai dan terbuka terhadap karyawannya, memunculkan rasa kekeluargaan, menghargai, dan terbuka terhadap satu sama lain antar karyawan. Merck Indonesia juga memiliki tradisi untuk memberikan kejutan serta apresiasi kepada sesama rekan kerjanya, baik memperingati hari lahir ataupun perpisahan. Budaya tersebut menimbulkan kedekatan antar sesama rekan kerja dan mempererat hubungan antar karyawan. Budaya tersebut ditanamkan oleh Merck Indonesia dengan selalu memberikan apresiasi dan melakukan perpisahan kepada karyawannya disetiap *moment* khusus. Serta kebiasaan akan jam kerja yang fleksible/*hybrid working* yang diterapkan oleh perusahaan dalam

mengedepankan kehidupan pribadi karyawannya, menimbulkan rasa kepemilikan yang tinggi dari karyawan terhadap perusahaan sehingga menyebabkan tingkat *turn over* karyawan perusahaan yang kecil.

Simbol verbal dapat dilihat dari panggilan yang dilontarkan oleh sesama karyawan Merck Indonesia yang menggunakan ‘Mas’ dan ‘Mbak’ terlepas dari umur dan jabatannya. Hal tersebut menumbuhkan keakraban tersendiri antar karyawan. Lelucon-lelucon yang dilontarkan juga merupakan simbol verbal dari budaya yang tertanam di Merck Indonesia terlepas dari perbedaan generasi antar karyawan.

Dari ketiga dimensi budaya organisasi tersebut, budaya HIC yang ditanamkan oleh Merck Indonesia terhadap karyawannya telah menunjukkan bahwa HIC memenuhi kriteria pemenuhan budaya organisasi. Dapat disimpulkan bahwa dari HIC Merck, muncul-lah budaya kekeluargaan, *respect*, keterbukaan, dan *open for discussion* yang mereka pegang dan tanamkan kepada sesama. Hal ini dapat terealisasi karena perusahaan yang lebih dulu mengajarkan kepada mereka nilai-nilai budaya ini, melalui berbagai budaya perusahaan seperti *high impact culture* (HIC) dan *diversity, equity, & inclusion* (DE&I).

Hasil penelitian juga menunjukkan pandangan karyawan Merck Indonesia yang memandang positif budaya organisasi yang Merck tanamkan kepada mereka. Karyawan Merck Indonesia menghidupi budaya organisasi yang telah ditanamkan kepada mereka tanpa disadari dalam kehidupan sehari-hari, serta berpartisipasi aktif dalam mengaktifkan budaya organisasi melalui berbagai kegiatan yang mereka buat.

Walaupun begitu, keberhasilan dari budaya organisasi dalam menyatukan keragaman generasi di Merck Indonesia, belum dapat dihitung secara *riil*, karena tidak adanya alat ukur perusahaan terhadap standarisasi keberhasilan budaya organisasi yang dijalankan. Namun, berdasarkan hasil penelitian yang didapati, karyawan maupun departemen pelaksana dari budaya organisasi

menyetujui bahwa budaya organisasi yang dijalankan di Merck Indonesia telah berhasil menyatukan keragaman generasi yang ada.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian peran budaya organisasi dalam menyatukan keragaman generasi di Merck Indonesia, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti. Saran yang dapat peneliti berikan berupa saran akademik, saran praktis dan saran sosial.

5.2.1 Saran Akademik

Setelah peneliti berhasil menyelesaikan penelitian ini, peneliti merasa bahwa akan lebih baik apabila terdapat sudut pandang dari orang yang sudah tidak bekerja lagi di Merck Indonesia agar dapat menjadi pembanding dari budaya organisasi di Merck Indonesia dan perusahaan lainnya. Hal tersebut dapat membantu penelitian dalam menemukan jawaban yang lebih komprehensif dan akurat mengenai keberhasilan budaya organisasi Merck Indonesia dalam menyatukan keragaman generasi.

5.2.2 Saran Praktis

Melalui penelitian ini, peneliti berharap perusahaan-perusahaan lebih menyadari pentingnya menanamkan budaya organisasi kepada karyawannya. Komunikasi dan kolaborasi merupakan hal mutlak yang perlu dijalankan oleh karyawan sebagai penggerak dari operasional perusahaan. Dalam melancarkan komunikasi dan kolaborasi, diperlukan keterbukaan dan rasa kepemilikan karyawan terhadap perusahaan dan lingkungan kerjanya.

Sebagai perwakilan dari manajemen dalam mengurus keberlangsungan karyawan secara langsung, departemen *human resource* dan *corporate communication* juga perlu berusaha untuk memikirkan cara agar budaya perusahaan yang selama ini sudah mereka jalani dapat lebih mengakar pada setiap karyawan yang ada di perusahaan dan diimplementasikan pada lingkungan kerjanya. Pada kasus penelitian ini, peneliti melihat bahwa perusahaan sudah mengeluarkan upaya yang besar untuk mengedukasi dan mengimplementasikan budaya perusahaan terhadap karyawan-karyawannya

melalui berbagai kegiatan internal dan *workshop/training*. Namun, peneliti menyadari bahwa terdapat beberapa kegiatan memiliki panitia dari divisi yang berada diluar *corporate communication* dan *human resource*. Peneliti tidak mempermasalahkan hal tersebut, tetapi pengetahuan akan budaya organisasi yang lebih minim, membuat kegiatan yang dijalankan tersebut menjadi kurang efektif dalam menonjolkan poin dari budaya organisasi. Perlunya *workshop* khusus bagi panitia kegiatan dianggap cukup penting oleh peneliti agar objektif dari kegiatan dapat tercapai dengan lebih maksimal lagi.

Selain itu, peneliti juga menganjurkan kepada perusahaan untuk membuat indikator penilaian terhadap budaya organisasi yang dijalankan. Hal ini adalah untuk menetapkan standarisasi formal perusahaan terhadap segala kegiatan yang mengatasnamakan budaya organisasi untuk mengukur tingkat keberhasilannya. Dengan begitu, hasil dari penilaian dapat menjadi evaluasi bagi manajemen dan pelaksana budaya organisasi untuk merancang strategi kedepannya.

5.2.3 Saran Sosial

Peneliti berharap bahwa masyarakat menyadari bahwa perbedaan generasi bukanlah suatu alasan untuk merasa tidak dapat menjalin hubungan dekat dengan individu lain. Budaya keterbukaan dan kekeluargaan dapat ditemukan bukan hanya di perusahaan tetapi dapat dibangun disemua tempat. Ketika seorang individu memulai untuk terbuka kepada orang lain, hal tersebut bisa menular ke individu lainnya, dan lama kelamaan menjadi sebuah budaya. Pentingnya menanamkan nilai-nilai baik dan mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-hari merupakan hal yang perlu dipahami oleh masyarakat luas.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA