

Mengembangkan budaya organisasi customer focus untuk mengembangkan kompetensi customer management di PT IMF

Wing Ispurwanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20340586&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

PT IMF adalah perusahaan pembiayaan dalam IdMb Group. Tiga tahun terakhir PT IMF tidak mampu mencapai sasaran yang ditetapkan. Penelitian ini untuk mengetahui kondisi saat ini (current condition) dan kondisi ideal yang seharusnya terjadi (intended), dan mencoba untuk mengukur gap yang ada. Metode yang digunakan adalah wawancara terfokus (focw; interview); diskusi kelompok terfokus (focus group discussion); dan data sekunder yang dimiliki perusahaan. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan desain deskriptif. Sebelum tahun 2007 PT IMF hanya mempunyai satu jenis produk, yaitu pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor roda dua (R2) dan roda empat (R4), khusus untuk produk yang didistribusikan atau dirakit oleh perusahaan yang bernaung di dalam kelompok IdMb Group. Pada tahun 2007 perusahaan melakukan pembenahan, dengan : meningkatkan utilitas sarana dan prasarana yang dimiliki; menekan biaya operasional (cost efficiency); menekan tingkat keterlambatan pembayaran oleh pelanggan; menambah jumlah produk, yaitu produk pembiayaan kendaraan bermotor di luar produk IdMb Group; menetapkan refleksi perusahaan di masa depan; dan melakukan generate learning and growth, khususnya program-program pelatihan. Penelitian berfokus pada budaya organisasi sebagai fondasi organisasi melakukan aktivitas usahanya, khususnya budaya organisasi yang berorientasi pada pelanggan. Hal ini sesuai dengan Visi, Misi dan Strategi Organisasi sebagai customer driven company. Budaya organisasi, sebagai salah satu asset tak berwujud (intangible asset) mempunyai peran yang sangat signifikan terhadap proses internal organisasi, yaitu mengelola pelanggan (Customer Management). Budaya organisasi dianalisis berdasarkan teori Schein yang membagi budaya organisasi atas tiga unsur yaitu Artifacts (Artefak); Espouse Beliefs and Values (Kepercayaan dan Nilai-nilai); serta Basic Assumption (Asumsi Dasar). Adanya gap diintervensi dengan melakukan perubahan kultur (culture change) dengan menggunakan teori Kurt Lewin, bahwa proses perubahan melalui tiga tahap, yaitu Unfreezing (pencairan); Cognitive Restructuring (perubahan); dan Refreezing (pembekuan kembali). Intervensi diawali dengan merubah unsur asumsi dasar, kemudian kepercayaan dan nilai-nilai, serta diakhiri pada unsur artefak.