

Hyundai Indonesia's Company Culture: 2009-2014 = Budaya Perusahaan Hyundai Indonesia: Periode 2009-2014

Astrid Gabriella, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920543379&lokasi=lokal>

Abstrak

Hyundai Motor Company mulai masuk dalam industri otomotif Indonesia dengan nama Hyundai Mobil Indonesia pada tahun 1995 dengan mengeksport mobil pertamanya, yaitu Hyundai Elantra. Pada awal masuk ke dalam industri otomotif Indonesia, Hyundai Motor Company dikenal sebagai perusahaan otomotif Korea yang memproduksi kendaraan menengah ke bawah. Hyundai Mobil Indonesia mengalami perkembangan terutama pada periode tahun 2009 – 2014 dengan tingkat penjualan yang tinggi. Perkembangan Hyundai Mobil Indonesia pada periode tersebut didorong oleh budaya perusahaan yang dianutnya. Oleh karena itu, tujuan penulisan jurnal ini adalah untuk menganalisis budaya perusahaan Hyundai Mobil Indonesia terkait dengan perkembangan perusahaan tersebut dari tahun 2009 sampai 2014. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan deskriptif analisis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa budaya perusahaan Hyundai Mobil Indonesia, yaitu budaya kekeluargaan, “Outdoing One Another”, global mindset, gibun, budaya bekerja profesional, dan budaya kerja sesuai dengan target merupakan faktor utama yang menyebabkan Hyundai Indonesia dapat bertahan dan terus berkembang dalam periode tahun 2009 sampai 2014.Hyundai Motor Company first entered Indonesia’s automotive industry in 1995 by exporting its first product to Indonesia named Hyundai Elantra. In the early start of Hyundai in Indonesia’s automotive industry, Hyundai Motor Company was known as a Korean automotive company that produces middle to low class vehicles. Hyundai Mobil Indonesia is growing fast particularly in 2009 until 2014 with sales number growing higher than years before. Hyundai Mobil Indonesia’s growth is motivated by Hyundai Mobil Indonesia’s company culture. And so, the purpose of writing this journal is to analyze Hyundai Mobil Indonesia’s company culture according to Hyundai Indonesia’s growth from 2009 until 2014. By using qualitative and descriptive analysis method, the result of this journal will show that Hyundai Indonesia’s company culture such as family-centered culture, out-doing one another, global mindset, Gibun, professional working culture and working with target are the main factors that causes Hyundai Indonesia’s stability and constant growth in 2009 until 2014.