

ABSTRAK

Nama : Amalia Utami
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
Judul : Analisis Persepsi Level Manajerial Atas Pelaksanaan “CARE”
Cepat, Akurat, Ramah, Efisien) oleh Karyawan Pada Kantor
Pusat PT Asuransi Jasa Indonesia (Persero)

Skripsi ini membahas mengenai persepsi level manajerial atas pelaksanaan budaya layanan yang dikenal dengan ikon “CARE” (Cepat, Akurat, Ramah, Efisien) pada kantor pusat PT Asuransi Jasa Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa persepsi level manajerial atas pelaksanaan “CARE” tersebut oleh karyawan pada Kantor Pusat PT Asuransi Jasa Indonesia (Persero). Penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif dengan desain deskriptif. Dengan populasi seluruh level manajerial di kantor pusat, yaitu 55 orang, yang terdiri dari Kepala Divisi dan Sub Divisi, oleh karena itu digunakan *Total Sampling*. Hasil dari penelitian ini adalah mayoritas responden menyatakan sangat puas dengan pelaksanaan “CARE” di kantor pusat, nilai kecepatan memegang peranan yang sangat tinggi dibandingkan dengan nilai keramahan. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah, nilai-nilai budaya layanan “CARE” telah dilaksanakan dengan baik oleh karyawan di Kantor Pusat PT Asuransi Jasa Indonesia (Persero), adanya perbedaan antara nilai kecepatan dan keramahan dikarenakan masih ada beberapa karyawan yang belum menyadari dengan baik nilai pentingnya penanaman budaya organisasi dalam pekerjaan sehari-hari.

Kata kunci :
Persepsi, budaya organisasi, budaya layanan

ABSTRACT

Name : Amalia Utami
Study Program : Administrative Science
Title : Managerial Level Perception Analysis For “CARE” (Cepat, Akurat, Ramah, Efisien) by Employees at PT Asuransi Jasa Indonesia (Persero) Head Office Jakarta

The focus of this study is to acknowledge managerial perception of the implementation of “CARE” by employees at Head Office PT Asuransi Jasindo. The purpose of this study is to know how well the implementation of “CARE” being taught at the office. This research is quantitative descriptive interpretive. The research population is all the managerial level, 55 respondents consist of Head Division and Head of Sub Division, which is why this research use Total Sampling. Result of the research shows that generally, there is effectiveness in the practice of “CARE”. All respondent gives good perception on how “CARE” being practice. The fast value holds the most importance factor compare to hospitality. The conclusion of this research is that the value of CARE” as a service culture has been implement very well on the organization. The entire employee knows the important of “CARE” as a service culture, as a tool to improve company’s service excellent. However, there are still differences between fast value and hospitality value mostly caused by there is still few employees who did not understand the true meaning of “CARE” and the importance of implement corporate culture in daily works.

Keyword:
Perception, corporate culture, service culture