

**IDENTIFIKASI PENGARUH BUDAYA ORGANISASI TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING DENGAN PENDEKATAN RBV PADA USAHA
KATERING KING OF DELICIOUS MEAL
*IDENTIFICATION OF ORGANIZATION CULTURE EFFECT ON
COMPETITIVE ADVANTAGES WITH RBV APPROACH IN CATERING
BUSINESS KING OF DELICIOUS MEAL***

Charisma Artiga Djajaatmadja¹, Grisna Anggadwita,S.T.,M.S.M.²

Prodi MBTI, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom
charismaartiga@gmail.com¹, grisnaanggadwita@gmail.com²

Abstrak

Industri kreatif di Indonesia sedang berkembang pesat tidak hanya itu industri kreatif menjadi pilihan bagi kalangan muda untuk mengembangkan karier sekaligus menciptakan lapangan pekerjaan, hal ini terlihat dimana pasar produk ekonomi kreatif maupun SDM masih terbuka lebar yakni sebesar 47% dari total penduduk Indonesia atau sebesar 143.8 juta yang usianya di bawah 29 tahun. Tetapi banyak pengusaha yang masih sulit dalam mengembangkan usahanya.

Salah satu pengaruh yang mungkin terjadi dalam mengembangkan bisnis dan dapat unggul dalam persaingan bisnis ialah pengaruh dari budaya organisasi dari sebuah perusahaan itu sendiri dan dibantu oleh prosedur *Resource Based View* yang sesuai untuk meningkatkan kinerja perusahaan agar dapat berkembang lebih luas lagi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari budaya organisasi terhadap keunggulan bersaing dengan pendekatan RBV pada perusahaan di bidang kuliner yaitu *King of Delicious Meal* (KDM)

Populasi pada penelitian ini adalah karyawan perusahaan KDM yang terdapat di kota Bandung yang berjumlah 84 orang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pengumpulan sampel dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis regresi berganda

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh budaya organisasi dan RBV terhadap keunggulan bersaing termasuk dalam kategori baik (80,1%), dengan pengaruh tertinggi dari budaya organisasi pada dimensi orientasi pada tim (83,7%) dan pengaruh tertinggi dari RBV pada dimensi *rareness* (83,1%) dimana keduanya memiliki pengaruh secara simultan dengan signifikansi sebesar 67,5% terhadap keunggulan bersaing, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kata kunci : Budaya Organisasi, RBV, Keunggulan bersaing, KDM

Abstract

Creative industry in Indonesia is growing rapidly not only that the creative industry becomes an option for young people to develop a career as well as create jobs, it is seen where the market of creative economy and human resources is still wide open that is equal to 47% of the total population of Indonesia or 143.8 million who is under 29 years old. Overall culinary sub-sector won the list of the largest contribution with the achievement of Rp208, 6 trillion or equivalent 33 percent of the total value-added creative economy in 2015. From the data can be seen that the culinary industry is very influential for the country. But many entrepreneurs are still difficult in developing their business.

One possible influence in developing a business and being able to excel in business competition is the influence of the organizational culture of a company itself and assisted by appropriate Resource Based View procedures to improve the company's performance in order to grow more broadly.

This study aims to determine the effect of organizational culture on the benefits of competing with the RBV approach to the company in the culinary field of King of Delicious Meal (KDM).

The population in this study are employees of KDM companies in Bandung, which amounted to 84 people. This research is a quantitative research. Sample collection was done through questionnaire distribution. This research uses descriptive analysis technique and multiple regression analysis.

The results of this study indicate that the influence of organizational culture and RBV on competitive advantage is included in good category (80.1%), with the highest influence of organizational culture on the dimension of orientation on the team (83.7%) and the highest influence of RBV on the dimension of rareness (83,1%) where both have influence simultaneously with significance equal to 67,5% to competitive advantage, while the rest influenced by other factor.

Keywords: Organization Culture, Resource Based View, Competitive Advantage

Pendahuluan

Latar Belakang Penelitian

Perkembangan industri kreatif saat ini khususnya Indonesia merupakan industri yang sedang berkembang pesat, tidak hanya itu industri kreatif menjadi pilihan bagi kalangan muda untuk mengembangkan karier sekaligus menciptakan lapangan pekerjaan. Sebanyak 6.3% produk domestik bruto (GDP) disumbang oleh industri ini. Industri kreatif menjadi pilihan bagi kalangan muda untuk mengembangkan karier sekaligus menciptakan lapangan pekerjaan, hal ini terlihat dimana pasar produk ekonomi kreatif maupun SDM masih terbuka lebar yakni sebesar 47% dari total penduduk Indonesia atau sebesar 143.8 juta yang usianya di bawah 29 tahun (Primus, 2017). Menurut Menteri Perdagangan Enggartiasto Lukita, kinerja dan karya para pelaku 15 sektor industri kreatif akan lebih luas sehingga dapat menciptakan lapangan kerja baru dan memberi kontribusi bagi perekonomian nasional (Maya, 2016).

Secara keseluruhan sub-sektor kuliner menjuarai daftar kontribusi terbesar dengan pencapaian Rp208,6 triliun atau setara 33 persen dari seluruh nilai tambah ekonomi kreatif tahun 2015. Dari data tersebut dapat terlihat bahwa industri kuliner sangat berpengaruh bagi negara.

Industri kuliner di Indonesia, merupakan sektor yang strategis bagi perkembangan ekonomi Indonesia. Kuliner bukan lagi produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia semata, saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Pertumbuhan kuliner sangat berkembang pesat, semakin diminati oleh masyarakat, semakin kreatif, dan inovatif. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa pertumbuhan industri

makanan dan minuman di Indonesia mencapai angka 8% pada tahun 2015 dan 13% pada tahun 2016 (Sumber : koran-jakarta.com).

Kota Bandung yang merupakan kota industri saat ini menjadi kota potensial untuk berbisnis dalam segala bidang. Industri kreatif yang banyak dilakoni pembisnis Salah satunya bidang kuliner yang saat ini sudah berkembang dengan pesat hampir ditemukan di setiap pelosok kota Bandung. Kota Bandung juga memiliki obyek wisata yang tidak kalah bagus dengan kota lainnya. Pariwisata dan makanan merupakan duet ideal, manakala akses dari kegiatan pariwisata selalu membutuhkan makanan. Dibuktikan dari keberadaan berbagai fasilitas pendukung wisata seperti restoran, kafe, bar, atau bahkan warung kaki lima.

Budaya organisasi adalah mengenai aspek subjektif dari apa yang terjadi di dalam suatu perusahaan, mengacu kepada abstraksi seperti nilai dan norma yang meliputi seluruh atau bagian suatu bisnis. Hal ini mungkin tidak didefenisikan, didiskusikan atau bahkan diperhatikan. Namun budaya dapat memiliki pengaruh pada perilaku seseorang dalam bekerja. Budaya organisasi sangat diperlukan oleh setiap perusahaan yang perlu dikembangkan dan disesuaikan dengan perubahan lingkungan organisasi. Lingkungan organisasi terdiri dari sumber daya manusia dengan latar belakang dan tingkatan yang berbeda. Dengan demikian, perubahan budaya organisasi dilakukan terlebih dahulu melalui pengubahan pola pikir segenap sumber daya manusia didalam organisasi. Budaya dikembangkan dan mengekspresikan dirinya sendiri dalam cara yang berbeda dalam organisasi yang berbeda pula, oleh karena itu budaya organisasi terdapat ketidaksamaan dalam beberapa hal. Tidak ada budaya yang

ideal, hanya ada budaya yang sesuai. Setiap manusia sebagai makhluk memiliki bekal untuk hidup, yang disebut budi atau akal dan budaya (*culture*). Daya budi berupa cipta, rasa, dan karsa (Koentjaraningrat dalam Ndraha, 2011 : 13).

Manajemen Keunggulan bersaing adalah seperangkat metode dan strategi yang bekerja untuk tidak hanya memposisikan perusahaan atau bisnis tetapi juga membuatnya menonjol di pasar. Memahami keunggulan bersaing perusahaan melalui perusahaan rival adalah kunci untuk menciptakan posisi dominan di pasar. Rencana bisnis yang telah membuat sketsa sebagai garis besar kemajuan masa depan bisnis harus memasukkan manajemen keunggulan bersaing. Tanpa itu rencana bisnis tidak lengkap dan tidak akan efektif juga. Ada beberapa pelengkap dari keunggulan bersaing yaitu biaya kepemimpinan, promosi bisnis, penilaian terus menerus, dan gambaran peningkatan. Biaya kepemimpinan merupakan strategi bersaing biaya rendah yang ditujukan untuk pasar luas dan mengharuskan “membangun secara agresif fasilitas skala efisien, pengurangan harga yang gencar, pengendalian biaya dan ongkos yang ketat, penghindaran pelanggan-pelanggan marjinal, dan meminimalisir biaya seperti R&D, pelayanan, tenaga penjual, iklan dan sebagainya. Harga murah berfungsi sebagai hambatan pesaing untuk masuk ke dalam industri, dan hanya sedikit yang dapat menandingi keunggulan biaya pemimpin.

Pendekatan yang dilakukan dengan keterkaitan terhadap budaya organisasi menggunakan *Resource Based View* (RBV). Menurut pendekatan ini, kinerja organisasional akan sangat ditentukan oleh beragam sumber daya internal yang dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori yakni sumber daya fisik, sumber daya manusia, dan sumber daya organisasional. Teori RBV berpendapat bahwa sumber dayalah yang sesungguhnya membantu perusahaan menangkap peluang dan menetralkan ancaman.

Budaya organisasi di KDM memiliki keunikan dimana karyawan yang mempunyai kendaraan akan turut memberi tumpangan kepada karyawan lainnya yang tidak memiliki kendaraan untuk datang tepat waktu dikarenakan tidak ada kendaraan umum yang masuk ke daerah tempat kerja yang berada di sebuah perumahan bernama batununggal.

Selain itu dalam perusahaan KDM setiap karyawan akan saling membantu pekerjaan rekan kerjanya walaupun itu diluar bidang pekerjaannya sehingga dapat mempercepat dan mengefektifkan waktu.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul “**Identifikasi Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dengan Pendekatan RBV (Pada Perusahaan King of Delicious Meal)**”.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian tersebut maka permasalahan yang akan dikaji dalam studi ini adalah “Identifikasi pengaruh budaya organisasi terhadap keunggulan bersaing dengan pendekatan RBV”. Dengan pertanyaan :

1. Seberapa besar budaya organisasi di KDM ?
2. Seberapa besar RBV di KDM ?
3. Seberapa besar pengaruh budaya organisasi dan RBV terhadap keunggulan bersaing di perusahaan KDM ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Budaya organisasi di KDM.
2. RBV di KDM.
3. Pengaruh Budaya Organisasi dan RBV terhadap keunggulan bersaing pada KDM.

Dasar Teori dan Metodologi

Dasar Teori

Manajemen Strategi

Menurut Stephen P. Robin (2007:8), manajemen adalah proses pengoordinasian kegiatan-kegiatan pekerjaan sehingga pekerjaan tersebut terselesaikan secara efisien dan efektif dengan dan melalui orang lain Efisiensi adalah memperoleh output terbesar dengan input yang terkecil, digambarkan sebagai melakukan segala sesuatu secara benar. Sedangkan efektivitas adalah menyelesaikan kegiatan-kegiatan sehingga sasaran organisasi dapat tercapai, digambarkan sebagai melakukan segala sesuatu yang benar.

Resources Based Theory/Resources Based View (RBV)

Resource-Based View (RBV) merupakan teori terapan dari strategi manajemen SDM (*Strategic Human Resources Management*) yang dapat digunakan untuk mengembangkan model-model dan memungkinkan prediksi serta pemahaman terhadap pengaruh dari praktik-praktik sumber daya pada fungsi organisasi. Namun, sampai sekarang salah satu dari kekurangan yang paling nyata dari strategi manajemen SDM adalah kurangnya basis teori yang kuat untuk pengkajian fungsi dari strategi tersebut di dalam organisasi yang lebih besar (Mahoney & Deckop, 1986). Grant (1991) menyatakan ketidakpuasan dengan model keseimbangan statis dari organisasi ekonomi industri yang mendominasi bidang strategi, para peneliti meninjau kembali teori-teori lama tentang laba dan kompetisi yang berkaitan dengan pernyataan Ricardo (1817) dan Penrose (1959).

Budaya Organisasi

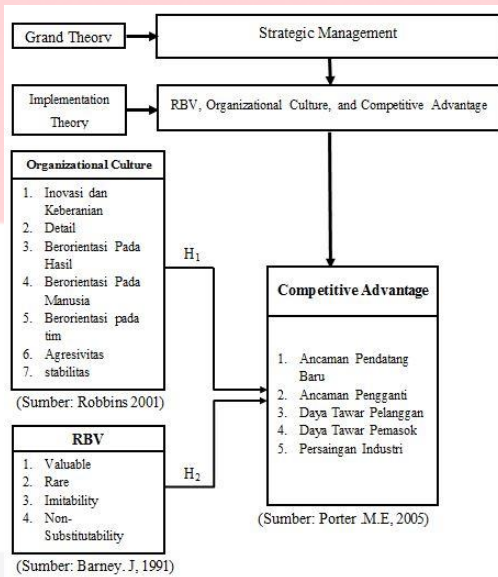
Budaya organisasi identik dengan studi individu dan kelompok dalam sebuah organisasi. Interaksi orang dalam sebuah organisasi menggambarkan budaya pada organisasi tersebut. Budaya organisasi yang kuat mendukung tujuan-tujuan perusahaan, sebaliknya yang lemah atau negatif menghambat atau bertentangan dengan tujuan-tujuan perusahaan. Robbins dan Judge (2011:520) menegaskan "Budaya organisasi adalah sistem makna bersama yang diselenggarakan oleh anggota yang membedakan satu organisasi dengan organisasi lain". Edy Sutrisno (2010:2), mendefinisikan budaya organisasi sebagai perangkat sistem nilai-nilai (*values*), keyakinan-keyakinan (*beliefs*), asumsi-asumsi (*assumptions*), atau norma-norma yang telah lama berlaku, disepakati dan diikuti oleh para anggota suatu organisasi sebagai pedoman perilaku dan pemecahan masalah-masalah organisasinya. Budaya organisasi juga disebut budaya perusahaan, yaitu seperangkat nilai-nilai atau norma-norma yang telah relatif lama berlakunya, dianut bersama oleh para anggota organisasi (karyawan) sebagai norma perilaku

dalam menyelesaikan masalah-masalah organisasi (perusahaan).

Keunggulan Bersaing

Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama dalam memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing (Tjiptono, 2008). Untuk merancang penawaran pasar yang menghantarkan nilai lebih daripada pesaing yang berusaha memenangkan pasar yang sama, perusahaan harus memahami pelanggan dan mengembangkan hubungan yang kuat dengan pelanggan. Penawaran tersebut disebut juga dengan keunggulan bersaing (Kotler, 2010), dimana perusahaan memiliki keunggulan melebihi pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai yang lebih besar kepada konsumen daripada tawaran pesaing. Perusahaan perlu memahami pesaing sekaligus pelanggan melalui analisis untuk mencapai keunggulan bersaing tersebut.

Kerangka Pemikiran



(Sumber : Diolah Penulis, 2017)

Dari kerangka penelitian tersebut dapat dilihat penelitian ini berangkap dari teori besar manajemen strategi berfokus pada teori RBV yang berupa bagian dari manajemen strategi yang berfokus kepada sumber daya manusia. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh budaya organisasi terhadap keunggulan bersaing dengan pendekatan RBV. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu budaya organisasi dan RBV sedangkan dependennya ialah keunggulan bersaing.

Metodologi

Karakteristik penelitian

No	Karakteristik Penelitian	Jenis
1	Berdasarkan metode	Kuantitatif
2	Berdasarkan tujuan	Verifikatif dan Deskriptif
3	Berdasarkan tipe penyelidikan	Kausal
4	Berdasarkan keterlibatan peneliti	Non contrived setting
5	Berdasarkan unit analisis	Individu
6	Berdasarkan waktu pelaksanaan	Cross sectional

Sumber : Data yang telah diolah

(Sumber : Diolah Penulis, 2017)

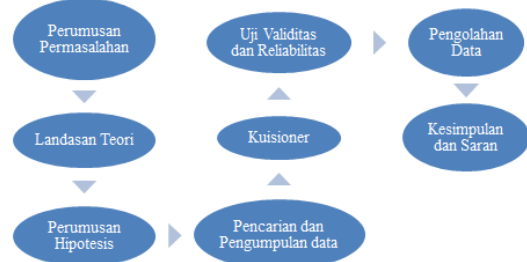
Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:8) mengatakan bahwa metode

kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Tahapan Penelitian

Langkah penelitian dimulai dengan identifikasi masalah yang selanjutnya dibahas dalam penelitian. Setelah mengetahui tujuannya, peneliti melakukan pencarian informasi tentang teori, referensi, dan hal pendukung lain melalui tinjauan pustaka sehingga peneliti dapat mengidentifikasi hal apa saja yang di fokuskan pada penelitian ini.

Langkah berikutnya adalah pengumpulan data yang digunakan untuk membahas dan menjawab masalah yang ada, dimana data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari sumber karyawan perusahaan KDM, penelitian terdahulu dan jurnal-jurnal terkait. Tahap selanjutnya adalah mengolah data primer yang didapat dengan menggunakan metode verifikatif, yaitu metode yang bertujuan untuk menguji secara matematis dugaan mengenai adanya pengaruh antar variabel dari masalah yang sedang diselidiki. Pada akhir penelitian peneliti dapat membuat kesimpulan dari hasil penelitian dan memberikan saran.



Tahapan Penelitian
(Sumber : Diolah Penulis)

Sample

Sampel adalah anggota-anggota populasi yang terpilih untuk dilibatkan dalam penelitian, baik untuk diamati, diberi perlakuan, maupun dimintai pendapat tentang yang sedang diteliti. Penelitian jarang mengambil seluruh anggota populasi untuk diteliti karena biasanya jumlah anggota dalam

populasi sangat banyak sehingga apabila mengambil seluruh anggota populasi akan memerlukan dana, waktu, dan energi yang sangat banyak (Indrawati, 2015:164).

Dalam penelitian ini jumlah anggota populasi sebanyak 84 karyawan KDM. Riduwan (2010:71) teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari Slovin, sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

d = Presisi/batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel sebagai

Berikut dengan toleransi kesalahan 5%.

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

$$n = \frac{84}{(84) \cdot 0,05^2 + 1}$$

$$n = \frac{84}{1,84}$$

$$n = 69,4 \sim 70$$

Pengumpulan Data dan Sumber Data

Jenis Data

Instrumen Penelitian

Alat ukur penelitian yang biasa disebut sebagai instrumen penelitian, menurut Sugiyono (2008:119) “adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”. Secara spesifik semua fenomena ini disebut sebagai variabel penelitian, yang dalam penelitian ini terdapat tiga variabel penelitian yaitu variabel Budaya Organisasi, RBV dan Keunggulan Bersaing.

Instrument Skala Likert :

Jawaban Item Instrumen	Skor
Sangat setuju/selalu/sangat positif	5
Setuju/sering/positif	4
Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah	1

(Sumber : Diolah Penulis, 2017)

Jenis Data

Dalam melaksanakan penelitian, data yang digunakan dibagi menjadi dua klasifikasi sumber data, yaitu data primer dan sekunder. Kedua klasifikasi sumber data tersebut digunakan untuk mendukung proses pengolahan data agar hasilnya relevan. Sumber data ini juga menjadi hal yang penting karena akan menjadi bahan pertimbangan untuk metode pengumpulan data.

1) Data Primer

Menurut Sugiyono (2016:225) Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam hal ini adalah data tanggapan langsung dari responden melalui pengisian kuesioner yang diberikan mengenai Identifikasi pengaruh budaya organisasi terhadap Keunggulan Bersaing Pada perusahaan KDM.

2) Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2016:225) Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Dalam hal ini adalah cara studi kepustakaan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Uji Validitas

Sekaran dan Bougie (dalam Indrawati, 2015:146) mendefinisikan uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi validitas suatu alat pengukur, maka alat pengukur tersebut semakin mengena sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasi adalah korelasi *pearsonproduct moment* (Sanusi, 2011:77).

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2) (N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Uji Kredibilitas

Reliabilitas adalah menyangkut tingkat kepercayaan, keterandalan, konsistensi atau kestabilan hasil suatu pengukuran (Indrawati, 2015:155). Menurut Sanusi (2011:80-81), reliabilitas menunjukan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu

digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Secara implisit, reliabilitas ini mengandung objektivitas karena hasil pengukuran tidak berpengaruh oleh siapa pengukurnya.

Perhitungan reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk menghitung reliabilitas instrumen yang sering digunakan, antara lain dengan cara pengukuran ulang. Cara belah duadilakukan dengan membelah butir-butir pertanyaan ataupun pernyataan menjadi dua bagian. Cara pembelahnya bisa dengan mengacak atau mengumpulkan butir ganjil dengan ganjil dan butir genap dengan butir genap. Selanjutnya, skor total dari kedua belahan itu dikorelasikan dengan rumus korelasi *product moment* (Sanusi, 2011:82).

$$r_{sb} = \frac{2 r_{pm}}{1 + r_{pm}}$$

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Karena datanya kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia (Sugiyono, 2014:426).

Uji Asumsi Klasik

Setelah nilai dari variable X dan Y tersebut diketahui, maka selanjutnya dilakukan pengolahan data dengan menggunakan teknik analisis data variable penelitian. Hasan (2010:280) menyatakan bahwa “dalam penggunaan analisis regresi terdapat beberapa asumsi yang dapat menghasilkan estimator yang tidak bias yang terbaik dari model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil”. Dengan terpenuhinya asumsi tersebut maka hasil yang diperoleh dapat dikatakan mendekati atau sama dengan kenyataan dan juga lebih akurat. Asumsi tersebut dikenal dengan asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar terbebas dari adanya gejala heterokedastisitas,

gejala multikolinearitas, dan gejala autokorelasi. Pengujian asumsi klasik dilakukan sebagai berikut.

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk mengetahui normal tidaknya suatu distribusi data. Hal ini penting diketahui berkaitan dengan ketepatan pemilihan uji statistik yang akan digunakan. Karena uji statistik parametrik mensyaratkan data harus berdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan beberapa cara, antara lain: dengan menafsirkan grafik *ogive*, koefisien tingkat kemencangan, uji Liliefors, uji Chi-Kuadrat, atau lainnya. Penentuan normal atau tidaknya suatu distribusi data dengan grafik *ogive* hanya dilakukan dengan menafsirkan grafik, yaitu: apabila grafik *ogive* lurus atau hampir lurus maka distribusi data ditafsirkan berdistribusi normal; sedangkan kalau tidak lurus ditafsirkan data tidak berdistribusi normal (Supardi, 2013 : 129-130).

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas (Ghozali, 2006:125). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat dengan ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot. Jika ada pola tertentu maka mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas. Tetapi jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2006:125-127). Analisis regresi sederhana ini sendiri adalah analisis data yang dilakukan ketika ada hubungan antara dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional, Tika (2006). Untuk menetapkan kedua variabel dengan menggunakan analisis regresi kita harus melihat dari apakah hubungan variabel dependen/kriteria dapat diprediksikan melalui variabel independen atau prediktor secara individual. Regresi sederhana berdasarkan hubungan kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen memiliki rumus Y : Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan : Harga

Y, bila $x=0$ (harga konstan) B : Angka arah/koefisien regresi yang menunjukkan peningkatan atau penurunan variabel dependen. Apabila b positif (+) = naik dan bila b negatif (-) = turun X : Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2012). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas di dalam regresi maka dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan tingkat multikolinieritas adalah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai ≥ 10 .

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi akan muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain (Hanke & Reitsch, dalam Mu drajad Kuncoro, 2004). Masalah autokorelasi dapat timbul karena residual tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Dengan kata lain, masalah ini sering ditemukan pada data runtut waktu. Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya” (Imam Ghozali, 2005 : 95). Uji untuk mendeteksi autokorelasi dilakukan dengan Uji Serial Correlation LM dengan kriteria jika nilai probabilitas perhitungan lebih besar dari probabilitas 5% maka tidak terdapat autokorelasi.

Analisis Regresi Berganda

Untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, digunakan alat uji model statistik yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda (*multiple regression*) dengan model matematik sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Dari 70 orang yang diteliti, 29 orang (41,4%) diantaranya adalah laki-laki dan 41 orang (58,6%) diantaranya adalah perempuan. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden adalah perempuan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dari 70 orang yang diteliti, 4 orang (5,7%) diantaranya berusia kurang dari 20 tahun, 53 orang (75,7%) diantaranya berusia 20-30 tahun, 13 orang (18,6%) diantaranya berusia 31-40 tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden berusia antara 20-30 tahun.

Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Dari 70 orang yang diteliti, 27 orang (38,6%) diantaranya belum menikah, 34 orang (48,6%) diantaranya menikah dan 9 orang (12,9%) diantaranya pernah menikah. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden sudah menikah.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Dari 70 orang yang diteliti, 45 orang (64,3%) diantaranya memiliki pendidikan terakhir SMA, 19 orang (27,1%) diantaranya memiliki pendidikan terakhir Diploma, 5 orang (7,1%) diantaranya memiliki pendidikan terakhir Sarjana dan 1 orang (1,4%) diantaranya memiliki pendidikan terakhir Pasca Sarjana. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memiliki pendidikan terakhir Sarjana.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan

Dari 70 orang yang diteliti, masing-masing 2 orang (2,9%) diantaranya memiliki jabatan manager, 3 orang (4,3%) diantaranya memiliki jabatan Admin, 18 orang (25,7%) diantaranya memiliki jabatan Cook, 5 orang (7,1%) diantaranya memiliki jabatan Supervisor, 10 orang (14,3%) diantaranya memiliki jabatan admin crew, 8 orang (11,4%) diantaranya memiliki jabatan cook helper, 4 orang (5,7%) diantaranya memiliki jabatan head waiter, dan 20 orang (28,6%) diantaranya memiliki jabatan waitress.

Hasil Penelitian Deskriptif

Analisis deskriptif meliputi data terkait persepsi responden mengenai variabel-variabel penelitian, dalam hal ini variabel yang ada dalam penelitian ini adalah Budaya Organisasi, RBV, dan Keunggulan Bersaing. Gambaran data hasil tanggapan responden dapat digunakan untuk memperkaya pembahasan, melalui gambaran data tanggapan responden dapat diketahui bagaimana kondisi setiap indikator variabel yang sedang diteliti. Agar lebih mudah dalam menginterpretasikan variabel yang sedang

diteliti, dilakukan kategorisasi terhadap skor tanggapan responden. Prinsip kategorisasi jumlah skor tanggapan responden di adopsi dari buku Metode Penelitian Bisnis karangan Sugiyono (2009;135) yaitu berdasarkan persentase skor jawaban responden dengan rumus sebagai berikut.

$$\% \text{ Skor} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}}$$

Keterangan:

Skor aktual = jumlah skor jawaban responden

Skor ideal = jumlah skor maksimum (jumlah responden \times jumlah pernyataan \times 5)

Selanjutnya persentase skor jawaban responden yang diperoleh diklasifikasikan berdasarkan rentang persentase skor maksimum (5/5 = 100%) dan skor minimum (1/5 = 20%). Analisis deskriptif dilakukan mengacu kepada setiap indikator yang ada pada setiap variabel yang diteliti dengan berpedoman pada tabel berikut.

No.	% Skor	Kriteria
1	20.00% – 36.00%	Sangat Buruk/Sangat Rendah
2	36.01% – 52.00%	Buruk/Rendah
3	52.01% – 68.00%	Cukup Baik/Sedang
4	68.01% – 84.00%	Baik/Tinggi
5	84.01% – 100%	Sangat Baik/Sangat Tinggi

Hasil Analisis Deskriptif Variabel Budaya Organisasi

Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 12 pertanyaan adalah 4200. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 3366 atau 80,1% dari skor ideal yaitu 4200. Dengan demikian budaya organisasi berada pada kategori baik. Hal ini mengindikasikan bahwa responden merespon dengan baik budaya organisasi tempat bekerja di perusahaan.

Hasil Analisis Deskriptif Variabel RBV

Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 6 pertanyaan adalah 2100. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 1683 atau 80,1% dari skor ideal yaitu 2100. Dengan demikian RBV berada pada kategori baik. Hal ini mengindikasikan bahwa responden merespon dengan baik RBV di perusahaan.

Hasil Analisis Deskriptif Keunggulan Bersaing

Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 14 pertanyaan adalah 4900. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 3947 atau 80,6% dari skor ideal yaitu 4900. Dengan demikian keunggulan bersaing berada pada kategori baik. Hal ini mengindikasikan bahwa keunggulan bersaing direspon dengan baik oleh responden.

Method of Successive Interval (MSI)

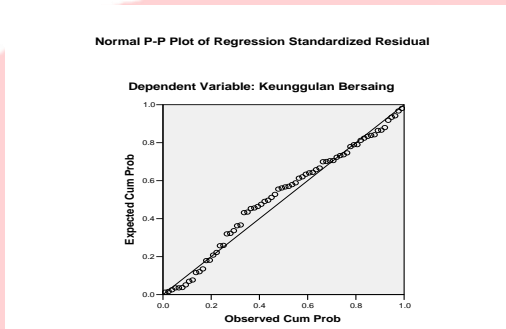
Mentransformasi data ordinal menjadi data interval gunanya untuk memenuhi sebagian dari syarat analisis parametrik yang mana data setidaknya-tidaknya berskala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*). Hasil transformasi data ordinal menjadi interval tersedia dalam lampiran dalam bentuk *excel* (lihat lampiran data). Pengolahan MSI menggunakan *software Stat97*.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas sebagai berikut.

a) Uji Normalitas

Uji normalitas untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel *dependent*, variabel *bebas*, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi model regresi normal atau tidak, dapat dilihat dari Normal P-P Plot. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika tidak, atau data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Hasil dari uji normalitas dapat dilihat dari gambar Normal P-P Plot dibawah ini.



Gambar Grafik Normal Plot P-P Uji Normalitas

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

b) Uji Multikolinieritas

Pengujian Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas.

Untuk mendeteksi adanya Multikolinieritas, maka dapat dilihat dengan besaran nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*. Persamaan regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai nilai VIF kurang dari 10 dan Mempunyai angka tolerance mendekati lebih dari 0,1. Untuk hasil pengujian multikolinieritas, dapat dilihat dari tabel berikut.

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Budaya Organisasi (X1)	.761	1.315
	RBV (X2)	.761	1.315

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

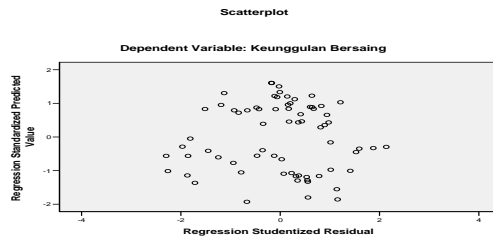
Pada tabel terlihat nilai tolerance berada di atas 0,1 yaitu sebesar 0,761 dan VIF untuk kedua variabel bebas berada dibawah 10, maka dapat dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas antar variabel bebas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu

pengamatan ke pengamatan, atau yang lain. Bila varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas, sedangkan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Untuk melihat ada tidaknya masalah heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot*, apabila ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 dan sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil dari pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar:



Gambar Grafik Scater Plot Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan uji asumsi klasik dapat disimpulkan bahwa analisis jalur dapat dilanjutkan karena sudah didapat bahwa tidak terdapat pelanggaran asumsi klasik.

Analisis Regresi Berganda

Metode analisis berganda digunakan untuk melihat pengaruh Budaya Organisasi (X₁) dan RBV (X₂) Terhadap Keunggulan Bersaing (Y) digunakan analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.070	.233		-.302	.763
	Budaya Organisasi (X1)	.514	.085	.481	6.029	.000
	RBV (X2)	.476	.081	.471	5.892	.000

^a . Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, diperoleh bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = -0,070 + 0,514 X_1 + 0,476 X_2$$

Nilai koefisien regresi pada variabel-variabel bebasnya menggambarkan apabila diperkirakan variabel bebasnya naik sebesar satu unit dan nilai variabel bebas lainnya diperkirakan konstan atau sama dengan nol, maka nilai variabel terikat diperkirakan bisa naik atau bisa turun sesuai dengan tanda koefisien regresi variabel bebasnya.

Dari persamaan regresi linier berganda diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 0,070. Artinya, jika variabel Keunggulan Bersaing (Y) tidak dipengaruhi oleh kedua variabel bebasnya yaitu Budaya Organisasi (X₁) dan RBV (X₂) bernilai nol, maka besarnya rata-rata Keunggulan Bersaing akan bernilai 0,070.

Tanda koefisien regresi variabel bebas menunjukkan arah hubungan dari variabel yang bersangkutan dengan Keunggulan Bersaing. Koefisien regresi untuk variabel bebas X₁ bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Budaya Organisasi (X₁) dengan Keunggulan Bersaing (Y). Koefisien regresi variabel X₁ sebesar 0,514 mengandung arti untuk setiap pertambahan Budaya Organisasi (X₁) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,514.

Koefisien regresi untuk variabel bebas X₂ bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara RBV (X₂) dengan Keunggulan Bersaing (Y). Koefisien regresi variabel X₂ sebesar 0,476 mengandung arti untuk setiap pertambahan RBV (X₂) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,476.

Pembahasan

Dalam pembahasan hasil penelitian ini, Penulis membandingkan antara temuan yang Penulis dapatkan dari hasil terbesar dan terkecil ketiga variabel dengan teori yang ada.

4.1.1 Budaya Organisasi

4.7.1.1 Orientasi Pada Tim

Dimensi berkontribusi dalam tim dan memberikan masukan serta pengambilan keputusan dalam penelitian ini mendapatkan tanggapan dengan kategori baik dengan indikator yang mendapatkan nilai tanggapan tertinggi dalam variabel budaya organisasi adalah indikator Saya mampu berkontribusi secara aktif di dalam tim dalam memberikan masukan dan pengambilan keputusan.

Hal ini berarti para karyawan cenderung aktif didalam kegiatan tim maupun menyampaikan pendapat dan pengambilan keputusan, hal ini sesuai dengan teori dari Robbins, 2003 yang menyatakan bahwa penekanan yang diberikan pada kerja tim lebih besar dari pada kerja individual.

4.7.1.2 Kemampuan Untuk Berkerjasama Dalam Tim

Dimensi kemampuan untuk bekerjasama dalam tim ini mendapatkan tanggapan dengan kategori baik dengan indikator yang mendapatkan nilai tanggapan terendah dalam indikator Budaya Organisasi.

Hal ini berarti para karyawan memiliki kecenderungan belum memiliki kemampuan dalam bekerjasama tim sebelumnya karena latar belakang pendidikan yang rendah, hal ini sesuai dengan temuan dari teori Johnson & Johnson dalam Miftahul huda (2011:55) hal ini dikarenakan dengan keterampilan sosial nilai-nilai dalam kerjasama akan terinternalisasi dalam diri karyawan dengan cara pembiasaan. Maka dari perjalanan pendidikan karyawan masih kurangnya kepercayaan, cara berkomunikasi, mendukung satu sama lain, dan mendamaikan perdebatan konflik masih kurang dipelajari oleh karyawan pada saat pendidikannya.

4.1.2 Resource Based View (RBV)

4.7.2.1 kelangkaan (*Rareness*)

Dimensi kelangkaan pada SDM dalam penelitian ini mendapatkan tanggapan dengan kategori baik

dengan indikator yang mendapatkan nilai tanggapan tertinggi adalah indikator Seluruh karyawan yang bekerja di perusahaan ini memiliki keahlian tertentu.

Hal ini dikarenakan karyawan dalam perusahaan catering seperti KDM cenderung memiliki keahlian seperti di bidang memasak ataupun mendekorasi, menurut Nadler (1986) keterampilan harus dilakukan dengan praktek sebagai pengembangan aktivitas yang berguna dalam perusahaan.

4.7.2.2 Nilai (*Valuable*)

Dimensi Nilai dalam penelitian ini mendapatkan tanggapan dengan kategori kuat dengan indikator yang mendapatkan nilai tanggapan terendah dari variabel RBV adalah indikator Untuk menjadi karyawan perusahaan ini diperlukan pendidikan yang tinggi.

Hal ini berarti untuk menjadi karyawan perusahaan KDM belum tentu harus berpendidikan yang tinggi karena perekrutan lebih berfokus pada keterampilan dan kegigihan karyawannya, menurut Jay Barney, (1991); Andy Lockett, Steve Thompson, and Uta Morgenstern et al, (2009) *valuable* berarti resources yang dapat memberikan kontribusi pada perusahaan dalam rangka menciptakan *firm capability* yang baik.

4.1.3 Keunggulan Bersaing

4.7.3.1 Ancaman Pendatang Baru

Dimensi ancaman pendatang baru dalam penelitian ini mendapatkan tanggapan dengan kategori kuat dengan indikator yang mendapatkan nilai tanggapan tertinggi adalah indikator Saya mampu memahami teknologi dan keterampilan khusus yang diperlukan untuk memproduksi.

Hal ini berarti para karyawan dipastikan memahami teknologi dan keterampilan khusus yang dibutuhkan dalam memproduksi produk perusahaan KDM, menurut Foris, Paskalino Jimmy (2015:738) strategi

yang dijalankan oleh suatu perusahaan dapat berhasil hanya jika perusahaan memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Dari kutipan tersebut dapat dilihat bahwa keunggulan perusahaan KDM terdapat pada SDMnya yang lebih memahami teknologi dan keterampilan yang dibutuhkan dalam produksinya

4.7.3.2 Persaingan Industri

Dimensi Persaingan industri dalam penelitian ini mendapatkan tanggapan dengan kategori baik dengan indikator yang mendapatkan nilai tanggapan terendah adalah indikator Perusahaan ini perlu memasang harga murah untuk menggait pelanggan.

Hal ini berarti para karyawan menganggap perusahaan KDM tidak perlu memasang harga murah dalam bersaing di bidang usaha catering *wedding*, menurut Bennet dan Cooper (1998:76) Pihak perusahaan harus mengamati kondisi persaingan bisnis yang selalu berkembang atau berubah setiap saatnya. Strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya. Hal tersebut mengungkapkan bahwa harga bukanlah satu-satunya cara untuk dapat memenangkan persaingan industri.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan beberapa kesimpulan yang diharapkan dapat memberikan jawaban atas tujuan dilakukannya penelitian.

1. Berdasarkan persentase skor yang didapatkan dari penelitian, didapatkan bahwa dimensi Budaya Organisasi mendapatkan skor persentase tinggi dengan nilai 80.1% sehingga termasuk ke dalam kategori baik.

2. Berdasarkan persentase skor yang didapatkan dari penelitian, didapatkan bahwa dimensi RBV mendapatkan skor persentase tinggi dengan nilai 80.1% sehingga termasuk ke dalam kategori baik.
3. Dalam penelitian ini didapatkan nilai koefisien determinasi sebesar 67.5%, nilai ini dapat diartikan bahwa dimensi pada Budaya Organisasi dan RBV memberikan pengaruh secara simultan sebesar 67.5% terhadap Keunggulan Bersaing, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti terbagi atas saran bagi perusahaan KDM dan bagi penelitian selanjutnya.

Aspek Praktis Untuk Perusahaan KDM

- a. Dimensi kemampuan untuk bekerjasama dalam tim karyawan masih kurang, untuk meningkatkannya peneliti menyarankan perusahaan untuk memperhatikan hal ini diantaranya :
 1. Memberitahukan Tujuan Yang Jelas Pada Pegawai Agar setiap divisi atau tim mau bekerja sama maka tunjukkan kalau mereka mempunyai tujuan yang sama. Dengan begitu tak ada gunanya saling tak acuh, hanya peduli dengan pekerjaan sendiri saja. Jika selesaikan bersama maka beban kerja akan semakin ringan.
 2. Bangun Kepercayaan Dengan Pegawai Dengan membangun kepercayaan dengan para pegawai maka bisa meningkatkan keinginan untuk bekerja sama. Caranya adalah dengan sering berkomunikasi dengan para pegawai di tiap divisi. Mengajak mereka agar mau mengutarakan ide serta opini. Jangan hanya menjadi pemimpin yang mau didengar oleh karyawan tetapi juga menjadi pendengar yang baik. Dengan

begitu mereka bisa menjadikan Anda contoh dan melakukan hal yang sama dengan para pegawai lainnya. Hal ini akan membuat teamwork skill semakin meningkat karena adanya kemampuan berkomunikasi yang bagus di dalam kantor.

3. **Hargai Usaha Pegawai**
Memberikan penghargaan atau sekedar apresiasi dari usaha yang telah dilakukan. Memberikan apresiasi serta dukungan positif kepada semua pegawai atas kerja keras mereka terhadap perusahaan. Adanya motivasi akan membuat mereka semakin bersemangat dalam bekerja.

4. **Berikan Hadiah Pada Pegawai**
Memberikan hadiah atau imbalan bagi keberhasilan pegawai. Untuk membangkitkan semangat pegawai dan kemampuan teamwork skill nya.

5. **Pemeriksaan dan Pemantauan**
Rutin melakukan pemantauan secara berkala tentang kinerja tiap pegawai di semua divisi. Periksa bagaimana kinerja mereka, hasil yang diperoleh, masalah yang telah dipecahkan, dan sebagainya. Dengan begitu Anda bisa mengetahui apakah mereka bisa bekerja sama dengan baik ataukah tidak. Kemudian bisa menemukan solusi untuk meningkatkan kemampuan teamwork mereka.

a. Dalam dimensi valuable sumberdaya manusianya masih kurang tentunya dapat ditingkatkan jika perusahaan merekrut karyawan dengan latar belakang pendidikan yang sesuai dengan begitu kinerja perusahaan dapat meningkat.

b. Dalam dimensi persaingan industri penyesuaian harga dengan pesaing agar lebih diperhatikan karena dapat di jadikan tambahan keunggulan dalam bersaing.

Aspek Praktis Untuk Para Pelaku Usaha Lainnya

1. Menanamkan budaya organisasi sejak dini untuk mewujudkan sifat kepemimpinan dan handal dalam bekerja sama dalam tim sehingga mampu mengatasi kendala yang ada dalam perusahaan.
2. Memberikan bimbingan dalam meningkatkan mengefektifkan kinerja organisasi.

Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini membahas pengaruh dari variabel bebas (*Independent Variable*) X1 budaya organisasi sesuai dengan teori Robbins, 2003, dengan 6 dimensi yaitu inovasi, memperhatikan detail, orientasi pada hasil, orientasi pada tim, keagresifan, dan stabilitas, sedangkan variabel bebas X2 RBV sesuai dengan teori dari Daft, 1982; Barney, 1991, dengan empat dimensi yaitu VRIN terhadap variabel terikat (*Dependent Variable*) yaitu keunggulan bersaing yang berfokus pada perusahaan King of Delicious Meal (KDM).

Sebagai referensi penelitian selanjutnya peneliti berharap dapat dilakukan di perusahaan yang lebih besar lainnya sehingga bisa didapatkan gambaran lebih luas dan akurat tentang pengaruh budaya organisasi terhadap keunggulan bersaing.

Daftar Pustaka

- Robbins SP, dan Judge. 2007. *Perilaku Organisasi, Salemba Empat, Jakarta.*
- Drs. H. Malayu, S.P. Hasibuan, 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Cetakan 9. PT. Bumi Aksara.*
- Wijayanto, Dian. 2012. *Pengantar Manajemen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.*
- Solihin, Ismail. 2009. *Pengantar Manajemen. Jakarta : Erlangga*
- Daft, Richard L. 2006. *Manajemen, Edisi Keenam Jakarta: Salemba Empat*
- George R. Terry, 2006. *Principles of Management. (Alih bahasa winardi), Alumni Bandung.*
- Griffin, Ricky W. 2004. *Manajemen; edisi ketujuh jilid 2. Jakarta: Erlangga.*

- David, Fred, R. 2011. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep, Edisi 12, Salemba Empat, Jakarta.*
- Mudrajad Kuncoro. (2006). *Ekonomika Pembangunan, Teori, Masalah, dan Kebijakan. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.*
- Barney, J.B. 2007. *Gaining and Sustaining Competitive Advantage, Third Edition. New Jersey, Pearson International Edition*
- Robbins SP, dan Judge. 2011. *Perilaku Organisasi, Salemba Empat, Jakarta.*
- Sutrisno, Edy. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Kencana Prenada Media Group*
- Robbins, Stephen P. dan Coulter, Mary. 2010. *Manajemen(edisi kesepuluh). Jakarta: Erlangga.*
- Kartiningasih, 2007, *Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Keterlibatan Kerja terhadap Komitmen Organisasi dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan (PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Caban Semarang), Journal Diponegoro University Institutional Repository (UNDIP).*
- Widyastuti, Febriana. S. 2012. *Kecanduan Mahasiswa Terhadap Game Online (Studi tentang kebiasaan mahasiswa bermain game online di Seturan Sleman). Skripsi. Diterbitkan. Yogyakarta : Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta.*
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.*
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Principles of Marketing (Edisi 13). United States of America: Pearson.*
- Badan Pusat Statistik. (2016). *Laporan Perekonomian Indonesia, Jakarta: BPS*
- Badan Pusat Statistik. (2006). *Indikator Ekonomi, Jakarta: BPS*
- Riduwan. 2015. *Dasar-Dasar Statistika. Bandung:Alfabeta.*
- Sugiono, Dr., Prof., 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, Alfabeta, Bandung.*
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: ALFABETA.*
- Sugiyono. (2009). *Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.*
- Indrawati, 2015. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi, PT Refika Aditama, Bandung.*
- Anwar Sanusi, 2011, *Metode Penelitian Bisnis, Salemba Empat, Jakarta*
- Iqbal, H. (2006). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik. Jakarta: PT Bumi Aksara.*
- Kuncoro, M. (2001). *Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: UPP AMP YKPM.*
- Riduwan, & Akdon. (2010). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika. Bandung: Alfabeta.*
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2005). *Manajemen. Jakarta: PT INDEKS Kelompok Gramedia.*
- John M. Ivancevich. 2007, *Perilaku dan Manajemen Organisasi, Erlangga, Jakarta.*
- Kotler and Heskett. 2006, *Budaya Korporat dan Kinerja. Jakarta :SAGA.*
- Robbins SP, dan Judge. 2007. *Perilaku Organisasi, Jakarta: Salemba Empat*
- Robbins SP, dan Judge. 2008. *Perilaku Organisasi Buku 2, Jakarta: Salemba Empat*
- Robbins SP, at al, 2006. *Perilaku Organisasi 12, Jakarta : Salemba Empat*
- Pabundu Tika. 2006, *Budaya Organisasi Dan Peningkatan kinerja Perusahaan, Jakarta : PT Bumi Aksara.*
- Werther W. B, 2006 *Human Resource and Personnel Management. Fourth Edition Singapore : Mc Graw-Hill Book Co.*
- Fahy J, 2000. *The resource-based view of the firm: some stumblingblocks on the road to understanding sustainable competitive advantage.*

Porter, M. 1985. Competitive Advantage, Creating and Sustaining Superior Performance. New York: Free Press

Porter, M. 1994. Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul (Edisi Terjemahan) Jakarta: Binarupa Aksara

Porter, Michael E. (2008). Competitive Advantage (Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggulan). Kharisma Publishing Grub.