

## Kajian Terhadap Beragam Budaya Perusahaan Dari Yang Umum Digunakan Hingga Berkelanjutan Dalam Perspektif Suatu Perusahaan Tertentu

**Desy Uli Natalia**

Program Studi Manajemen, Fakultas Humaniora dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Jaya  
Email: [Desy.UliNatalia@student.upj.ac.id](mailto:Desy.UliNatalia@student.upj.ac.id)

**Abstract.** *Corporate culture is one of the key factors in determining a company's long-term success. In this research, various corporate cultures will be discussed, including the most commonly used cultures in various companies. Furthermore, this study will also discuss corporate cultures that are frequently used and proven effective in achieving corporate goals. In addition, a specific company that has a good corporate culture in the context of sustainability will be reviewed. Sustainability is an important aspect to consider in determining an effective corporate culture. The research results show that a good corporate culture can improve a company's performance and help it achieve its long-term goals. Therefore, it is important for companies to pay attention to corporate culture factors in their development and growth strategies.*

**Keywords:** *Diverse Cultures, Corporate Culture, Effective Culture*

**Abstrak.** Budaya perusahaan merupakan salah satu faktor kunci dalam menentukan kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang. Dalam penelitian ini, berbagai macam budaya perusahaan akan dibahas, termasuk budaya yang paling umum digunakan di berbagai perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga akan membahas budaya perusahaan yang sering digunakan dan telah terbukti efektif dalam mencapai tujuan perusahaan. Selanjutnya, perusahaan tertentu yang memiliki budaya perusahaan yang baik dalam konteks sustainability akan diulas. Dalam hal ini, keberlanjutan merupakan salah satu aspek penting yang harus dipertimbangkan dalam menentukan budaya perusahaan yang efektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya perusahaan yang baik dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan membantu perusahaan mencapai tujuan jangka panjangnya. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memperhatikan faktor budaya perusahaan dalam strategi pengembangan dan pertumbuhan perusahaan.

**Kata kunci:** Beragam Budaya, Budaya Perusahaan, Budaya Efektif

## **LATAR BELAKANG**

Kemajuan perusahaan sangat dipengaruhi oleh budaya organisasi yang berkembang melalui gagasan yang dibuat oleh pemimpin dan diterapkan kepada anggota organisasi. Selanjutnya, budaya ini harus berkembang sesuai dengan perkembangan lingkungan dan kebutuhan organisasi. Tanpa mempertahankan budaya kuat, sebuah organisasi tidak akan berkembang menjadi maju. Budaya yang kuat mempengaruhi strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Lingkungan kerja yang kondusif juga penting dalam membantu organisasi berkembang, menciptakan proses pembelajaran, serta semangat untuk mengatasi masalah internal maupun eksternal (Tanuwibowo dan Setiawan, 2015, hal. 67).

Budaya organisasi memiliki peran penting dalam menentukan respons organisasi terhadap lingkungan eksternal. Dalam budaya ini terdapat sistem nilai yang dipercayai secara bersama mengenai hal-hal penting dan keyakinan dalam bekerja. Budaya organisasi ini memberikan kerangka kerja yang mengarahkan perilaku positif dan signifikan terhadap komitmen organisasi, sehingga dapat meningkatkan kinerja karyawan (Syahril, et al. 2021).

Perusahaan saat ini harus mampu melaksanakan tugasnya dengan efektif dan efisien agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Kinerja yang sesuai dengan tujuan perusahaan dapat dicapai melalui dukungan sumber daya manusia yang berkualitas dan memadai (Hadi, et al. 2021). Pentingnya memanfaatkan sumber daya manusia sebagai modal dasar, dengan mengembangkan kemampuan dan keahlian karyawan melalui inovasi, sehingga anggota organisasi dapat merespons perubahan yang terjadi dan mendukung pembaharuan organisasi (Laras, et al. 2021).

Peran sumber daya manusia telah mengalami perubahan penting, terutama karena inovasi memerlukan ide dan kreativitas yang dapat dihasilkan oleh karakteristik individu (Winardi, 2011:72). Kemampuan intelektual seseorang dapat menjadi kekuatan penting dalam berimajinasi, berkreasi, dan kemudian menerapkan ide-ide tersebut dalam kenyataan. Peran manajemen sumber daya manusia saat ini tidak hanya bersifat reaktif, tetapi juga proaktif. Hal ini berarti bahwa organisasi perlu secara aktif dan antisipatif memanfaatkan sumber daya manusia untuk menghadapi berbagai ancaman dan peluang, serta menilai kinerja individu secara tepat.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian dalam penulisan ilmiah ini menggunakan metode konseptual yang Menurut Sugiyono (2012, p.38), “variabel merupakan suatu atribut, sifat ataupun nilai dari orang, obyek yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Pada penelitian ini terdapat dua macam variabel yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Dalam hal ini, Metode konseptual memiliki beberapa variabel yang akan di analisis. Variabel independen pada artikel ini yaitu budaya perusahaan serta budaya efektif sebagai dependen. Untuk mendukung pengujian tersebut, penulis juga melakukan metode literasi. Meskipun penelitian ini meniadakan persyaratan pengambilan sampel data lapangan. Informasi yang diperlukan untuk penulisan penelitian ini dapat ditemukan dalam dokumen atau sumber pustaka lainnya. Sehingga, metode ini sangat penting sebagai landasan-landasan teori untuk dikembangkan dan disesuaikan dengan metode konseptual yang digunakan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Budaya Perusahaan**

Triguno (2000:184) menyatakan “budaya organisasi adalah campuran nilai kepercayaan dan norma yang ditetapkan sebagai pola perilaku dalam suatu organisasi”. Dari berbagai definisi budaya organisasi yang telah dikemukakan, dapat ditarik simpulan bahwa budaya perusahaan adalah sistem nilai yang diyakini oleh semua anggota perusahaan dan yang dipelajari, diterapkan, serta dikembangkan secara berkesinambungan, berfungsi sebagai sistem perekat, dan dapat dijadikan acuan berperilaku dalam perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

Budaya perusahaan merupakan bagian terpenting dari sebuah perusahaan. Budaya tersebut meliputi prinsip, harapan, sikap, norma, kepercayaan, dan kebiasaan yang dimiliki oleh karyawan yang digunakan sebagai kesadaran kelompok hidup berorganisasi untuk menentukan reaksi terhadap proses di dalam dan di luar organisasi serta berpengaruh terhadap perilaku. Proses pembentukan kultur ini terbentuk secara alami dan dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal dan internal. Budaya organisasi didefinisikan sebagai sebuah kultur yang membagi kepercayaan dan nilai-nilai, dan memberikan

kerangka kerja bagi individu dalam suatu organisasi untuk berperilaku dan memahami organisasi tersebut (Deshpandé dan Webster, 1989 dalam Martin et al, 2017).

### **Macam-macam budaya organisasi**

Budaya organisasi dapat dibedakan menjadi empat jenis budaya organisasi: kolaborasi (klan), menciptakan (adhokrasi), bersaing (pasar) dan kontrol (hierarki) (Quinn dan Cameron, 1999 dalam Maria, 2016):

- a. Budaya yang berorientasi kolaborasi (klan) : budaya yang mirip dengan keluarga, dengan berfokus pada pendampingan dan pengasuhan
- b. Budaya yang berorientasi menciptakan (adhokrasi) : budaya yang dinamis dan memiliki ciri kewirausahaan, dengan berfokus pada pengambilan resiko dan inovasi
- c. Budaya berorientasi bersaing (pasar) : budaya yang berorientasi pada hasil, dengan berfokus pada kompetisi dan prestasi
- d. Budaya berorientasi kontrol (hierarki): budaya yang memiliki hierarki terstruktur dan dikendalikan dengan focus pada efisiensi dan stabilitas.

Terdapat empat jenis budaya organisasi menurut model Handy (1985 dalam Maria, 2016), yang berbeda dengan jenis budaya yang berasal dari Cameroon.

#### a. Kekuatan

Beberapa organisasi memberikan kekuasaan permanen kepada karyawan yang memiliki hak istimewa di tempat kerja untuk membuat keputusan penting dalam organisasi. Karyawan dianggap sebagai orang yang paling penting di tempat kerja dan menjadi pengambil keputusan utama. Kemudian, individu tersebut mendelegasikan tanggung jawab kepada karyawan lain. Dalam budaya seperti itu, bawahan tidak memiliki pilihan selain untuk patuh pada instruksi atasan secara ketat. Karyawan tidak diberikan kebebasan untuk mengungkapkan pendapat atau berbagi ide-ide mereka secara terbuka dan diharuskan mengikuti semua instruksi atasan.

#### b. Budaya tugas

Organisasi merupakan tempat di mana tim dibentuk untuk mencapai tujuan atau menyelesaikan masalah yang sesuai dengan budaya kerja yang telah ditetapkan. Dalam jenis organisasi tersebut, individu dengan minat dan spesialisasi yang sama bekerja bersama untuk membentuk sebuah tim. Biasanya, setiap tim terdiri dari 4 hingga 5 anggota. Dalam budaya tersebut, setiap anggota tim diharapkan memberikan

kontribusi secara merata dan menyelesaikan tugas dengan cara yang paling inovatif dan kreatif untuk mencapai hasil terbaik.

c. Budaya pribadi

Terdapat organisasi tertentu di mana karyawan cenderung merasa bahwa pimpinan atau manajemen lebih penting dibandingkan organisasi itu sendiri. Budaya semacam itu dikenal sebagai budaya orang, di mana individu lebih mempercayai diri sendiri daripada organisasi. Karyawan hanya hadir di tempat kerja untuk memperoleh penghasilan guna memenuhi kebutuhan hidup dan tidak memiliki ikatan emosional dengan organisasi. Karyawan tidak memiliki loyalitas terhadap manajemen dan tidak mendukung organisasi dalam kegiatan yang dilakukan, sehingga partisipasi mereka sangat rendah. Seharusnya, karyawan diharapkan dapat menjadikan organisasi sebagai prioritas utama dalam budaya kerja tersebut.

d. Budaya peran

Budaya peran adalah jenis budaya di mana setiap karyawan memiliki peran dan tanggung jawab yang sesuai dengan spesialisasi, kualifikasi pendidikan, dan minatnya, sehingga dapat menampilkan kemampuan terbaik yang dimilikinya. Dalam budaya seperti itu, karyawan memiliki kebebasan untuk memutuskan tindakan terbaik yang dapat dilakukan dan siap menerima tantangan yang diberikan. Setiap individu bertanggung jawab atas tugas tertentu dan harus mengambil tanggung jawab atas pekerjaan yang telah diberikan kepadanya.

**Budaya yang sering digunakan**

Wallach (1983) dalam Martin et al. (2017) membagi budaya organisasi menjadi tiga kategori, yaitu birokratis, inovatif, dan suportif. Budaya organisasi secara umum memiliki unsur-unsur dari tiga kategori, yaitu:

a. Budaya birokrasi

Budaya ini ditandai dengan pendekatan yang teratur dan sistematis, di mana setiap tanggung jawab dan wewenang telah ditentukan dengan jelas dan berarah. Organisasi yang menganut budaya ini cenderung memiliki struktur yang terstruktur, hati-hati, teratur, prosedural, hierarkis, solid, dan berorientasi pada kekuatan.

b. Budaya inovatif

Budaya ini memiliki ciri yang kreatif, berorientasi pada hasil, berani mengambil risiko, menantang, giat, dan mendorong. Budaya ini juga berfokus pada sistem internal organisasi dan keunggulan kompetitifnya dengan mendorong keterbukaan terhadap ide-ide baru yang dapat dikembangkan menjadi sesuatu yang bermanfaat.

c. Budaya suportif

Budaya ini dicirikan oleh kepercayaan, keamanan, keadilan, kemudahan bergaul, dan berorientasi pada hubungan yang diharapkan dapat mendorong suasana kolaboratif di dalam organisasi. Orang-orang yang memiliki budaya seperti ini dianggap layak untuk dipekerjakan karena secara umum mereka bermanfaat dan memiliki sikap ramah.

**Perusahaan *sustainability***

Salah satu contoh perusahaan di Indonesia yang memiliki budaya perusahaan yang baik dalam hal *sustainability* adalah PT Unilever Indonesia Tbk. Perusahaan ini telah lama berkomitmen untuk memperbaiki kinerja sosial dan lingkungan melalui program Sustainable Living Plan (SLP) yang diluncurkan pada tahun 2010. Program ini berfokus pada tiga pilar utama yaitu meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan, mengurangi dampak lingkungan, dan meningkatkan keberlanjutan rantai pasokan

Dalam menjalankan program SLP, PT Unilever Indonesia Tbk telah mencapai berbagai prestasi seperti pengurangan 90% limbah pabrik, penggunaan 100% energi terbarukan di seluruh pabrik, serta memperoleh sertifikasi *Zero Waste to Landfill*. Selain itu, perusahaan ini juga telah berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui program-program seperti *Lifebuoy School of 5*, *Unilever Healthy Lifestyle*, dan program pengembangan petani kecil melalui brand teh Lipton.

Sebagai contoh yaitu PT. Unilever Indonesia Tbk di Surabaya yang berupaya menjaga keberlanjutan lingkungan di Surabaya. Dalam upayanya PT.Unilever Indonesia Tbk Surabaya sebagai berikut :

a. Mengurangi Penggunaan Air Bersih dan Sampah Kemasan

Kekurangan air yang semakin meningkat merupakan risiko besar untuk pertumbuhan masa depan. 2,8 miliar orang tinggal di daerah yang kekurangan air di dunia, dan jumlah ini diperkirakan akan meningkat menjadi 4 miliar pada tahun 2025. Permintaan konsumen untuk air mengalami peningkatan dua kali lipat setiap tahunnya,

terutama karena keamanan pangan, kesehatan, dan kondisi hidup. Unilever berusaha untuk mengurangi jumlah air yang digunakan dalam kegiatan mencuci melalui produk pelembut kain seperti *Comfort One Rinse* dan kondisioner Sunsilk yang dibiarkan di rambut. Pada akhir tahun 2015, Unilever mengumumkan kemitraan antara merek Dove dan *Delta Faucet Company* di Amerika Serikat, yang bertujuan untuk mengurangi konsumsi air konsumen saat mandi. Unilever juga bekerja dengan Delta Hydrafall™ untuk mengembangkan shower yang lebih hemat air daripada menggunakan shower standar.

Di beberapa negara, sumber air mentah untuk air bersih berasal dari sungai, sumur, air artesis, mata air, dan bendungan. Meskipun banyak sumber air bersih ditemukan, hal ini tidak berarti bahwa tidak akan ada kekurangan air, namun karena berbagai faktor, seperti kurangnya akses distribusi air bersih dan polusi sumber air bersih (seperti polusi air sungai oleh sampah), kekurangan air dapat terjadi. Hal ini dikarenakan ketersediaan sumber air bersih semakin berkurang. Kekurangan sumber daya yang semakin meningkat berarti perilaku penggunaan air meningkat untuk meningkatkan efisiensi penggunaan air. Sampah plastik merupakan salah satu faktor dari kekurangan air akibat polusi sungai. Unilever berusaha mencari solusi untuk limbah yang dihasilkan oleh konsumen. Unilever selalu mencari cara baru untuk mengurangi, menggunakan kembali, dan mendaur ulang limbah. Unilever bekerja sama dengan industri, pemerintah, dan organisasi non-pemerintah untuk meningkatkan tingkat daur ulang dan tingkat daur ulang sebesar 5% di 14 negara/daerah pada tahun 2015 dan 15% pada tahun 2020. Unilever berinovasi pada kemasan produk untuk memudahkan pengambilan daur ulang. Unilever membeli kembali total 4.900 ton bahan daur ulang pasca-konsumen untuk kemasan produk.

Di Surabaya, Unilever telah membuat program depot sampah berbasis masyarakat, di mana warga mengklasifikasikan sampah, kemudian warga menyimpan sampah mereka di depot sampah untuk keuntungan ekonomi. Pada tahun 2015, Unilever lebih lanjut mengembangkan rencana penyimpanan sampah, dan masyarakat mengumpulkan lebih dari 3.500 ton sampah kemasan rumah tangga. Program CSR yang diimplementasikan oleh Unilever juga merupakan bagian dari kampanye Surabaya Green and Clean program, yang merupakan program CSR yang ditampilkan oleh Unilever.

b. Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Green and Clean Surabaya

Program SGC dianggap sebagai model pembangunan berkelanjutan melalui partisipasi warga dalam menjaga kebersihan dan keindahan lingkungan. Program ini telah diimplementasikan sejak 2005 di semua Unit Lingkungan / RT dengan parameter utama adalah kemajuan pengelolaan sampah. Pada tahun 2009, SGC mengambil tema "Surabaya Bebas Kantong Plastik" dengan tujuan mengintegrasikan pengelolaan sampah dan upaya hijau secara mandiri oleh masing-masing wilayah. Pada tahun 2017, SGC mengambil tema "Hidup Ramah Lingkungan" dengan tujuan setiap RT bebas dari ketergantungan pada pemerintah kota untuk pengelolaan sampah, penghijauan daerah perkotaan, dan inovasi dalam pengelolaan sampah. Pada tahun 2013, fokus program SGC adalah pada pembentukan desa mandiri dengan lingkungan yang bersih dan sehat serta memiliki rencana sanitasi rumah tangga.

Surabaya adalah kota terbesar kedua setelah Jakarta dengan populasi 3,2 juta orang. Surabaya memproduksi sekitar 8.700 meter kubik atau sekitar 1.800 ton sampah setiap hari. Di antaranya, Tempat Pembuangan Akhir (TPA) hanya dapat menampung 2/3 dari jumlah sampah tersebut. Program pembersihan hijau dimulai pada bulan Oktober 2005 di Surabaya. Saat itu, karena warga tidak tahan dengan bau yang tidak sedap karena kapasitas TPA yang tidak mencukupi, salah satu TPA Kaputih ditutup. Ketika warga menutup TPA Kaputih, sekitar 168.000 meter kubik atau 42.000 ton sampah menumpuk dari desa ke pusat kota Surabaya karena tidak diangkut.

Sungai Brantas adalah sungai terbesar kedua di Pulau Jawa, yang merupakan sumber utama air mentah untuk air minum, irigasi, kesehatan, industri, hiburan, pembangkit listrik. Namun, tingkat pencemaran di Sungai Brantas telah melampaui ambang batas dan merugikan kehidupan dan kesehatan biota yang menggunakan air Sungai Brantas untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Bahan pencemar di Sungai Brantas berasal dari sampah rumah tangga, sampah pertanian, sampah taman rekreasi, sampah pasar, sampah hotel, sampah rumah sakit, dan sampah industri.

Untuk mengatasi masalah tersebut, Unilever meluncurkan program "Brantas Bersih" dengan menggunakan Desa Jambangan sebagai proyek percontohan. Lokasi ini dipilih karena dekat dengan pabrik Unilever di Rungkut. Desa Jambangan memiliki luas 72 hektar dan penduduk sebanyak 6.312 jiwa. Pada tahun 2004, Unilever mendorong 45 petugas lingkungan untuk muncul di RW 3 di Desa Jambangan.



Sebagian besar kadernya adalah ibu rumah tangga yang memiliki waktu luang. Unilever memilih rumah tangga karena 70% sampah di Surabaya berasal dari rumah tangga. Unilever juga menghubungi warga melalui tokoh-tokoh kunci di daerah Jambangan untuk mengundang warga untuk bergabung dalam kegiatan penghijauan, memilah sampah, dan menjaga kebersihan. Selain itu, Unilever juga menggunakan forum-forum komunitas seperti pengajian, PKK, Alisan, Bosityandu, dan pertemuan komunitas lainnya untuk sosialisasi.

Di Desa Jambangan, Unilever mendorong pembentukan petugas lingkungan yang disebut "Kelompok Kader Lingkungan Sri Rejeki". Kegiatan utamanya adalah memilah dan mengolah sampah, membuat kompos, membuka taman, menghijaukan halaman, jalan, dan tepian sungai, serta membangun dan menggunakan toilet umum. Untuk pembuatan kompos, penduduk menggunakan metode Takakura. Metode ini dikembangkan oleh ahli lingkungan Jepang Kouji Takakura. Takakura adalah metode pembuatan kompos yang sederhana dengan menggunakan media keranjang Takakura. Secara teknis, sampah basah dimasukkan ke dalam keranjang sampah dengan sekam dan pupuk sehingga dapat terkompos secara otomatis.

Desa lainnya adalah Kampung Margorukun. Daerah ini mulai dikenal sebagai daerah percontohan untuk manajemen lingkungan berbasis partisipasi masyarakat. Dari sini, terbentuk kader lingkungan, 36 kader terpilih kemudian dikerahkan untuk bertanggung jawab atas 10 titik pembersihan di daerah Kampung Margorukun. Tugas mereka tidak hanya dalam menjaga dan merawat kebersihan, tetapi juga memberikan edukasi, konseling, dan kampanye untuk proyek SGC kepada warga. Akibatnya, mereka berhasil menjadi juara umum SGC dan pada tahun 2015 memenangkan 4 WWTP. Keberadaan kader lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran kebersihan lingkungan. Melalui partisipasi penduduk setempat, upaya pelestarian lingkungan akan berjalan lebih efektif, terutama dalam menciptakan ruang terbuka hijau yang dapat digunakan untuk kegiatan publik. Keberadaan ruang publik ini dapat meningkatkan hubungan antara masyarakat dan dengan demikian meningkatkan partisipasi mereka dalam program perawatan lingkungan.

c. Mengurangi Emisi Gas Rumah Kaca

Gas rumah kaca memiliki dampak pada permukaan bumi, dan efek rumah kaca berasal dari radiasi matahari yang masuk ke atmosfer bumi. Namun, tidak semua radiasi inframerah dapat dipantulkan ke atmosfer, hal ini disebabkan oleh penumpukan gas rumah kaca (termasuk uap air, karbon dioksida, sulfur dioksida, dan metana), yang menahan radiasi inframerah di atmosfer dan akhirnya menyebabkan pemanasan global. Efek rumah kaca telah meningkatkan suhu rata-rata bumi sebesar 1-5°C. Jika peningkatan gas rumah kaca tetap pada posisi saat ini, maka akan menyebabkan peningkatan pemanasan global sebesar 1,5-4,5°C pada sekitar tahun 2030.

Kategori gas rumah kaca meliputi karbon dioksida (CO<sub>2</sub>), metana (CH<sub>4</sub>), nitrogen oksida (N<sub>2</sub>O), hidrofluorokarbon (HFC), perfluorokarbon (PFC), dan sulfur heksafluorida (SF<sub>6</sub>), nitrogen trifluorida (NF<sub>3</sub>), dan trifluorometil. Sulfur pentafluorida (SF<sub>5</sub>CF<sub>3</sub>), eter halogenasi, dan hidrokarbon halogenasi lainnya. Gas yang mengandung fluorida, seperti HFC, PFC, SF<sub>6</sub>, SF<sub>5</sub>CF<sub>3</sub>, dan NF<sub>3</sub>. Dampak gas rumah kaca yang dihasilkan oleh pabrik Unilever terus menurun. Pada tahun 2015, lokasi pabrik Unilever berhasil mengurangi emisi karbon dioksida per ton sebesar 39% di tahun 2015. Dampak produk Unilever terhadap gas rumah kaca terus meningkat sebesar 6% sejak tahun 2010. Pada akhir tahun 2015, Unilever berhasil mengurangi penggunaan fosfat dalam semua deterjen cucian hingga 90%. Dengan demikian, ini dapat mengurangi emisi gas rumah kaca hingga 50% setiap kali produk tersebut digunakan.

Namun, sejak tahun 2010, dampak gas rumah kaca dari konsumsi produk Unilever oleh konsumen telah meningkat sekitar 4%. Unilever menciptakan teknologi baru, seperti semprotan deodoran bertekanan tinggi, untuk membantu mengurangi dampak emisi gas rumah kaca, karena penciptaan teknologi rumah kaca baru ini telah mengurangi emisi gas alam sekitar 12% sejak tahun 2010. Lebih dari 60% gas rumah kaca berasal dari konsumen yang menggunakan produk Unilever. Peningkatan emisi gas rumah kaca dari konsumen terutama disebabkan oleh penggunaan produk sampo dan shower gel.

Tujuan Unilever adalah menghilangkan sampah di tempat pembuangan akhir menjadi nol. Hal ini karena sampah setelah dekomposisi anaerob dapat menghasilkan gas rumah kaca dalam bentuk metana (CH<sub>4</sub>) yang dapat menyebabkan pemanasan global dengan tingkat 21 kali lebih tinggi dari karbon dioksida.

## **KESIMPULAN**

Budaya perusahaan mencakup nilai-nilai, norma, dan keyakinan bersama yang memandu perilaku dan tindakan karyawan dalam organisasi. Budaya perusahaan yang positif dapat meningkatkan produktivitas, kepuasan kerja, dan kinerja organisasi secara keseluruhan. Sebaliknya, budaya perusahaan yang negatif dapat menyebabkan konflik, ketidakpuasan karyawan, dan kinerja perusahaan yang buruk. Selain itu, penting untuk memperhatikan keberagaman dalam budaya perusahaan dan memastikan bahwa semua karyawan merasa dihargai dan diakui.

Secara aktif membangun dan memperkuat budaya organisasi yang positif, dengan memberikan perhatian khusus pada nilai-nilai yang dijunjung tinggi dan memperhatikan kebutuhan dan keinginan karyawan. Perusahaan juga harus memastikan bahwa budaya organisasi mereka inklusif dan merangkul keberagaman. Karyawan juga harus didorong untuk berkontribusi dalam membangun budaya perusahaan yang positif dan merasa dihargai dan diakui atas kontribusinya. Dengan demikian, perusahaan dapat mencapai tujuan dan kesuksesan jangka panjang dengan cara yang berkelanjutan dan positif bagi semua pihak yang terlibat.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Chandra, R., & Jatmika, S. 2021. Unilever Unilever Surabaya Corporate Social Responsibility (Csr) Policy in Maintaining Environmental Sustainability in Surabaya in 2014-2020. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 444-452.
- Hadi, Nur., & Suyanto. 2022. Pengaruh budaya organisasi dan kualitas sumber daya manusia terhadap kinerja melalui kepuasan kerja pegawai di dinas sosial kabupaten rembang. *Jurnal Soetomo Business Review*, 3(2), 285-299.
- Laras, T., & Susanti, F.E 2021. Pengaruh budaya organisasi, motivasi kerja dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan pada (survey pada cv. Kartika grup kecamatan wates kabupaten kulon progodaerah istimewa yogyakarta). *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis*, 6(1). 46-60.
- Maria . 2016. Analisis Sikap dan Perilaku Organisasional pada Perusahaan Keluarga. *Jurnal Manajemen*, 129-142.
- Martin, S. L., Dahling, J. J., Kuykendall, L., & Kuykendall, J. 2017. What's in a name? Shedding light on workplace ostracism through the lens of identity. *Journal of Applied Social Psychology*, 438-462.
- Syahril., & Ningrum, T.A.2021. *Perilaku dan budaya organisasi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Tanuwibowo, M, Hutomo dan Roy, S. 2015. Pengaruh budaya organisasi dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Lestari Purnama Perkasa. *Jurnal Ilmiah Program Studi Manajemen Bisnis*, Universitas Kristen Petra, 1-67.
- Triguno. 2000. *Budaya Kerja*. PT. Golden Terayon Press. Jakarta
- Winardi. 2011. *Kepemimpinan dalam Manajemen*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.