

ABSTRACT

Competing Values Framework has been proven as one of the most popular methods in assessing organizational culture. However, less research has been conducted in SMEs specifically in local coffee shop industry. This industry deserves more highlight since the rapid emerging nowadays. This research reported on case study of four well-known local coffee shops in Yogyakarta, with objective to explore what type of culture used by the coffee shops in Yogyakarta. Furthermore, this was done by using qualitative method with semi-structured interview. The data gathered based on Organizational Culture Assessment Instrument became more flexible. The result showed that each organization had different types of culture such as Adhocracy, Clan, and Hierarchy, with no single organization that was dominant in Market culture.

Keywords: competing values framework, local coffee shop, organizational culture

ABSTRAK

Competing Values Framework telah terbukti sebagai salah satu metode paling populer untuk menilai budaya organisasi. Tetapi, hanya ada sedikit penelitian yang dilakukan terhadap UKM terutama di industri kedai kopi lokal. Industri ini berhak mendapatkan sorotan lebih mengingat industri ini sedang sangat berkembang. Penelitian ini dilakukan kepada empat kedai kopi lokal yang cukup ternama di Yogyakarta, dengan tujuan untuk mengetahui tipe budaya apa yang digunakan oleh kedai kopi lokal di Yogyakarta. Terlebih lagi, dengan menggunakan metode kualitatif, data yang dikumpulkan berdasarkan *Organizational Culture Assessment Instrument* menjadi lebih fleksibel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap organisasi memiliki tipe budaya yang berbeda-beda seperti Adhocracy, Clan, dan Hierarchy, tanpa ada satupun organisasi tersebut yang dominan di budaya Market.

Kata kunci: budaya organisasi, competing values framework, kedai kopi lokal