

PAPER NAME

**Buku Digital - Sumber Daya Manusia Organisasi Kewirausahaan.pdf**

AUTHOR

**turnitin Sumber Daya Manusia**

WORD COUNT

**38391 Words**

CHARACTER COUNT

**262133 Characters**

PAGE COUNT

**230 Pages**

FILE SIZE

**2.0MB**

SUBMISSION DATE

**Mar 21, 2024 1:23 PM GMT+7**

REPORT DATE

**Mar 21, 2024 1:25 PM GMT+7**

### ● 25% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 23% Internet database
- 6% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 12% Submitted Works database

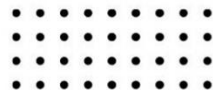
### ● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Small Matches (Less than 15 words)
- Manually excluded text blocks

Editor : Martin Yehezkiel Sianipar

# SUMBER DAYA MANUSIA ORGANISASI KEWIRAUSAHAAN

Supriyati | Fera Nelfianti  
Ade Khadijatul Z. Hrp | Ana Fitriyatul Bilgies  
Rahmat | Titi Suwarni  
Linna Ismawati | Irra Chrissyanti Dewi  
Muhammad Hasan | Nurvi Oktiani  
Bambang Supriadi | Suryani Maryam  
Sri Rahayu



BUNGA RAMPAI

**SUMBER DAYA MANUSIA ORGANISASI  
KEWIRAUSAHAAN**

## **UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta**

### **Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4**

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

### **Pembatasan Pelindungan Pasal 26**

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

### **Sanksi Pelanggaran Pasal 113**

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

# SUMBER DAYA MANUSIA ORGANISASI KEWIRAUSAHAAN

Supriyati  
Fera Nelfianti  
Ade Khadijatul Z. Hrp  
Ana Fitriyatul Bilgies  
Rahmat  
Titi Suwarni  
Linna Ismawati  
Irra Chrisyanti Dewi  
Muhammad Hasan  
Nurvi Oktiani  
Bambang Supriadi  
Suryani Maryam  
Sri Rahayu

4  
Penerbit



CV. MEDIA SAINS INDONESIA  
Melong Asih Regency B40 - Cijerah  
Kota Bandung - Jawa Barat  
[www.medsan.co.id](http://www.medsan.co.id)

Anggota IKAPI  
No. 370/JBA/2020

# **SUMBER DAYA MANUSIA ORGANISASI KEWIRAUSAHAAN**

Supriyati  
Fera Nelfianti  
Ade Khadijatul Z. Hrp  
Ana Fitriyatul Bilgies  
Rahmat  
Titi Suwarni  
Linna Ismawati  
Irra Chrisyanti Dewi  
Muhammad Hasan  
Nurvi Oktiani  
Bambang Supriadi  
Suryani Maryam  
Sri Rahayu

14

Editor :

**Martin Yehezkiel Sianipar**

Tata Letak :

**Linda Setia Kasih Zendrato**

Desain Cover :

**Qonita Azizah**

Ukuran :

**A5 Unesco: 15,5 x 23 cm**

Halaman :

**viii, 216**

ISBN :

**978-623-195-178-6**

Terbit Pada :

**Maret 2023**

Hak Cipta 2023 @ Media Sains Indonesia dan Penulis

*Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit atau Penulis.*

**PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA**

(CV. MEDIA SAINS INDONESIA)

Melong Asih Regency B40 - Cijerah

Kota Bandung - Jawa Barat

[www.medsan.co.id](http://www.medsan.co.id)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga buku yang berjudul “Sumber Daya Manusia Organisasi Kewirausahaan” dapat dipublikasikan dan sampai dihadapan pembaca. Buku ini disusun oleh sejumlah akademisi dan praktisi sesuai dengan kepakarannya masing-masing. Buku ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmu pengetahuan khususnya terkait dengan kajian manajemen sumber daya manusia pada organisasi kewirausahaan di Indonesia.

Penting bagi organisasi kewirausahaan dalam mengimplementasikan prinsip dan teori manajemen sumber daya manusia pada abad 21 agar dapat menjalankan usaha atau bisnis yang berkelanjutan (*sustainable*). Sehingga pelaku dan sumber daya manusia pada organisasi-organisasi kewirausahaan dapat menghadapi keadaan abad 21 yang begitu bergejolak (*volatile*), tidak pasti (*uncertain*), rumit (*complex*), dan serba mendua (*ambiguous*). Oleh karena itu, menghadirkan kajian konsep manajemen sumber daya manusia yang relevan dan kontekstual terhadap perkembangan zaman yang terdiri dari topik-topik terkini tentang manajemen sumber daya manusia organisasi kewirausahaan merupakan tantangan bagi setiap penulis agar tulisan yang dihadirkan mampu memberikan pengetahuan dan wawasan bagi pembacanya.

Buku ini disusun dari 13 bab yang dibahas secara rinci, diantaranya: Pengantar SDM Kewirausahaan; Rekrutmen SDM Kewirausahaan; Seleksi SDM Kewirausahaan; Networking SDM Kewirausahaan; Mentoring SDM Kewirausahaan; Komunikasi SDM Kewirausahaan; Motivasi SDM Kewirausahaan; Berpikir Kreatif SDM Kewirausahaan; Pelatihan dan Pengembangan SDM

Kewirausahaan; Pengambilan Keputusan SDM Kewirausahaan; Kepemimpinan SDM Kewirausahaan; Manajemen Talenta SDM Kewirausahaan; dan Transformasi SDM Kewirausahaan. <sup>14</sup> Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menjadi acuan untuk mendukung gagasan dan topik manajemen sumber daya manusia terkini agar organisasi kewirausahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dalam era VUCA saat ini. <sup>10</sup> Kami juga menyadari bahwa penyusunan buku ini membutuhkan saran dan masukan yang konstruktif demi penyempurnaan lebih lanjut.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada Penerbit Media Sains Indonesia dan semua timnya yang telah memfasilitasi penerbitan buku ini. Atas segala bantuan dan kerja sama dari berbagai pihak yang telah berpartisipasi dalam penyusunan buku ini, diucapkan banyak terima kasih.

Pematang Siantar, 13 Maret 2023

Editor



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
<b>1</b> PENGANTAR SUMBER DAYA MANUSIA KEWIRAUSAHAAN .....	1
Pendahuluan .....	1
Definisi Sumber Daya Manusia.....	3
Manusia sebagai Aset Organisasi.....	5
Dimensi Kinerja SDM Kewirausahaan.....	10
Indikator Kinerja Utama (IKU) pada SDM Kewirausahaan .....	11
Strategi Sumber Daya Manusia untuk Organisasi Kewirausahaan .....	12
<b>2</b> REKRUTMEN SDM KEWIRAUSAHAAN .....	21
Pendahuluan .....	21
Rekrutmen dan Kewirausahaan.....	22
Metode Rekrutmen SDM Kewirausahaan .....	23
Kualifikasi Calon SDM di Kewirausahaan .....	25
Tahap Rekrutmen SDM di Kewirausahaan.....	27
<b>3</b> SELEKSI SUMBER DAYA MANUSIA KEWIRAUSAHAAN .....	33
Pentingnya Seleksi Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Bisnis .....	33
Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia .....	34
Fungsi HRM ( <i>Human Resources Management</i> ).....	35
<b>4</b> NETWORKING SUMBER DAYA MANUSIA KEWIRAUSAHAAN .....	49
Pendahuluan .....	49

	Pengertian <i>Networking</i> .....	50
	Manfaat <i>Networking</i> untuk Bisnis .....	51
	Sumber Daya Manusia Kewirausahaan .....	51
	<i>Networking</i> dan Wirausaha .....	55
5	MENTORING SUMBER DAYA MANUSIA KEWIRAUSAHAAN .....	61
	Pengertian Mentoring.....	61
	Manfaat Mentoring.....	63
	Model-Model Mentoring.....	66
	Tantangan dalam Mentoring .....	69
	Pengaruh Mentoring Terhadap Kewirausahaan.....	71
6	KOMUNIKASI SDM KEWIRAUSAHAAN .....	79
	Pendahuluan .....	79
	Komunikasi .....	80
	Komunikasi dalam kewirausahaan .....	80
	Unsur-unsur komunikasi kewirausahaan.....	81
	Tujuan dan Fungsi Komunikasi.....	83
	Pentingnya Komunikasi Dengan Konsumen.....	85
	Komunikasi Dengan Karyawan .....	86
	Bentuk Komunikasi .....	87
	Etika Komunikasi Bisnis.....	91
	Fungsi Etika Komunikasi Bisnis .....	91
	Tujuan Etika Komunikasi Bisnis .....	92
7	MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN .....	97
	Pendahuluan .....	97
	Manfaat Kewirausahaan .....	99
	Motivasi Kewirausahaan .....	101

8	BERPIKIR KREATIF SDM KEWIRAUSAHAAN .....	115
	Pendahuluan .....	115
	Kreativitas, Sistem dan Paradigma.....	116
	Berpikir Kreatif untuk SDM Kewirausahaan .....	119
	<i>Tools for The Job of Thinking Creatively</i> .....	121
9	PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN SDM KEWIRAUSAHAAN .....	131
	Relasi Sumber Daya Manusia dan Kewirausahaan: Modal Manusia dalam Penciptaan Pengetahuan Baru.....	131
	Pelatihan SDM Kewirausahaan dalam Perspektif Transfer Pengetahuan Kewirausahaan.....	136
	Pengembangan SDM Kewirausahaan dalam Perspektif Transfer Pengetahuan .....	142
10	PENGAMBILAN KEPUTUSAN SDM KEWIRAUSAHAAN .....	149
	Pendahuluan .....	149
	Pengambilan Keputusan .....	150
	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan .....	154
	Dasar-Dasar dalam Pengambilan Keputusan.....	155
	Konsep Pengambilan Keputusan dalam Berwirausaha .....	156
	Hubungan Antara Pelaku Usaha (SDM) dengan Proses Pengambilan Keputusan.....	157
	Proses Pengambilan Keputusan dengan Memanfaatkan Peluang .....	158
	Pengambilan Keputusan dan Penyelesaian Masalah: Faktor, Proses dan Pelaksanaan .....	159

11	KEPEMIMPINAN SDM KEWIRAUSAHAAN .....	163
	Konsep Kepemimpinan .....	163
	Jenis Kepemimpinan .....	164
	Gaya Kepemimpinan .....	166
	Kepemimpinan SDM .....	167
	Konsep Kewirausahaan.....	169
	Karakteristik Kewirausahaan.....	170
	Kepemimpinan Kewirausahaan.....	171
	Karakteristik Kepemimpinan Wirausaha.....	173
	Atribut Pimpinan Kewirausahaan .....	175
	Manajemen SDM untuk Kewirausahaan.....	179
	Pengaruh Positif dari Kepemimpinan Kewirausahaan .....	179
	SDM dan Kewirausahaan.....	180
	Konsep Manajemen Kepemimpinan Kewirausahaan.....	181
12	MANAJEMEN TALENTA SDM KEWIRAUSAHAAN .....	185
	Definisi Manajemen Talenta.....	185
	Menciptakan Sistem Manajemen Talenta.....	186
	Akuisisi Talenta .....	187
	Bidang Manajemen Talenta Utama .....	189
	Perencanaan Talenta .....	191
	Mengintegrsikan Pembinaan, Pelatihan dan Pengembangan dengan Manajemen Talenta.....	195
	Cara Menetapkan Strategi Manajemen Bakat Menggunakan Kompensasi .....	197

	Teknologi Informasi Mendukung Sistem Manajemen Talenta.....	198
13	TRANSFORMASI SDM KEWIRAUSAHAAN.....	203
	Pengertian dan Konsep Tansformasi SDM.....	203
	Implikasi Transformasi Organisasional Terhadap Praktek Sumber Daya Manusia.....	206
	Transformasi Sumber Daya Manusia di Era Global.....	209



# PENGANTAR SUMBER DAYA MANUSIA KEWIRAUSAHAAN

**Supriyati, S.E., M.Si., Ak., CA., ASEAN CPA., C.PI., CIAP.**  
Universitas Komputer Indonesia

## **Pendahuluan**

Kewirausahaan di Indonesia terus bertumbuh seiring dengan perhatian Pemerintah dengan kemudahan dan fasilitas yang diberikan kepada pelaku usaha. Badan Pusat Statistik (BPS), pada *baseline* 2019 mencatat berdasarkan hasil survei ekonomi jumlah rasio wirausaha mencapai 3,3% atau setara dengan 8,2 juta (Humas Kementerian Koperasi dan UKM, 2022).

Berdasarkan Laporan *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) 2021/22, Indonesia berada di peringkat ke-75 *Global Entrepreneurship Index* (GEI). Kementerian Koperasi dan UKM menargetkan Indonesia berada di peringkat ke-60 GEI, dimana target tersebut merupakan bagian dari upaya Indonesia menjadi negara maju (Kristianus & Aziz, 2022). Tujuan GEM adalah memeringkat negara dalam hal kemampuan untuk mendorong bisnis baru berdasarkan rata-rata penilaian 13 kondisi *National Entrepreneurial Context Index* (NECI) (Sahasranamam et al., 2022). 13 Kondisi tersebut yaitu:

1. Keuangan Wirausaha,
2. Kemudahan Akses Pembiayaan Wirausaha,

3. Kebijakan Pemerintah: Dukungan dan Relevansi,
4. Kebijakan Pemerintah: Pajak dan Birokrasi,
5. Program Wirausaha Pemerintah,
6. Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah,
7. Pendidikan Kewirausahaan Pasca Sekolah,
8. Transfer Riset dan Pengembangan,
9. Infrastruktur Komersial dan Profesional,
10. Kemudahan Masuk: Dinamika Pasar,
11. Kemudahan Masuk: Beban dan Regulasi,
12. Infrastruktur Fisik,
13. Norma Sosial dan Budaya (Sahasranamam et al., 2022).

Pada Tabel 1.1. Menampilkan 50 besar Negara dengan kemampuan untuk mendorong bisnis baru *Global Entrepreneurship Index (GEI)*.

Tabel 1.1. 50 Besar Peringkat Negara Berdasarkan Skor NECI 2021

Rank	GEM Economy	NECI Score	Rank	GEM Economy	NECI Score	Rank	GEM Economy	NECI Score
1	United Emirat Arab	6,8	18	United Kingdom	4,9	35	Turkey	4,2
2	Netherlands	6,3	19	Luxembourg	4,9	36	Cyprus	4,2
3	Finland	6,2	20	Israel	4,9	37	Jamaica	4,2
4	Saudi Arabia	6,1	21	Kazakhstan	4,8	38	Russian Federation	4,1
5	Lithuania	6,1	22	Italy	4,7	39	Oman	4,1
6	Norway	5,7	23	Japan	4,7	40	Romania	4,0
7	Korea Republic	5,7	24	Ireland	4,7	41	Croatia	3,9
8	Switzerland	5,5	25	Colombia	4,7	42	Panama	3,9
9	Qatar	5,5	26	Hungary	4,5	43	Morocco	3,9
10	Spain	5,4	27	Chile	4,5	44	Guatemala	3,8
11	United States	5,3	28	Greece	4,4	45	South Africa	3,7
12	Sweden	5,3	29	Egypt	4,4	46	Dominican Republic	3,7
13	France	5,1	30	Slovenia	4,3	47	Belarus	3,6
14	Germany	5,1	31	Slovak Republic	4,3	48	Brazil	3,6
15	Canada	5,1	32	Uruguay	4,3	49	Iran	3,3
16	Latvia	5,0	33	Mexico	4,3	50	Sudan	3,2
17	India	5,0	34	Poland	4,2			

Sumber: Hill et al., (2022)



Target kenaikan peringkat GEI Indonesia diprediksi sejalan dengan tujuan pertumbuhan rasio kewirausahaan Indonesia yaitu 3,95% di 2024, artinya diperlukan 1,5 juta penduduk yang usahanya menetap hingga 2024 (Humas Kementerian Koperasi dan UKM, 2022). Agar mampu menetap atau bertahan dalam jangka waktu tertentu setiap organisasi perusahaan perlu memaksimalkan sumber daya yang dimiliki. Setiap organisasi atau wirausaha memiliki berbagai macam sumber daya yang menjadi *input*-an untuk diubah menjadi *output* berupa produk barang atau jasa. Sumber daya tersebut meliputi modal atau uang, teknologi untuk menunjang proses produksi, metode atau strategi yang digunakan untuk beroperasi, manusia dan lain sebagainya. Di antara sumber daya tersebut, manusia atau sumber daya manusia (SDM) merupakan elemen yang penting paling penting. Keberhasilan organisasi besar maupun kecil tidak hanya ditentukan oleh sumber daya alam yang tersedia, namun banyak ditentukan oleh kualitas SDM yang berperan merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan organisasi tersebut (Bukit et al., 2017).

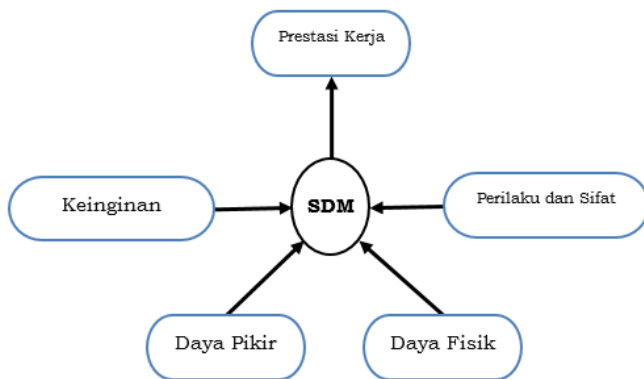
Untuk mempertahankan bisnis, kunci utama dan yang menjadi dasar adalah bagaimana manusia yang terlibat dalam organisasi memiliki kemampuan bekerja. Peralatan yang andal atau canggih tanpa peran aktif manusia yang bekerja menggunakannya, tidak berarti apa-apa. Pada tahap ini kita akan membahas apa itu SDM, bagaimana manusia sebagai aset organisasi, dimensi SDM, indikator kinerja utama pada SDM Kewirausahaan dan strategi SDM untuk organisasi.

### **Definisi Sumber Daya Manusia**

Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki ciri khas yang tidak dimiliki sumberdaya yang lain, sifat manusia yang berbeda-beda satu dengan yang lain akan menghasilkan

pola pikir yang berbeda. Kekhususan tersebut yang menjadi sebab diperlukannya perhatian yang lebih spesifik terhadap pengelolaan SDM. Sumber daya manusia adalah potensi kemampuan terpadu dari setiap individu manusia yang dihasilkan oleh daya pikir dan daya fisik yang dimilikinya untuk mewujudkan perannya sebagai makhluk sosial yang adaptif dan transformatif. Perilaku dan sifatnya ditentukan oleh keturunan dan lingkungannya, sedangkan prestasi kerjanya dimotivasi oleh keinginan untuk memenuhi kepuasannya (Priyono & Marnis, 2008).

Daya pikir adalah potensi kecerdasan yang dibawa lahir (modal dasar) sedangkan kecakapan diperoleh dari usaha (belajar dan pelatihan). Kecerdasan seseorang dapat diukur dengan *Intelligence Quotient* (IQ) tes. Kecerdasan dan kecakapan individu diimplementasikan untuk menciptakan ide-ide, inovasi, kreativitas, dan sistem kerja yang terbaik. Selain IQ manusia memiliki kemampuan untuk mengendalikan emosi dan bersosialisasi (bermasyarakat) yang dapat diukur dengan *Emotion Quality* (EQ) tes. Apabila IQ didukung EQ maka realisasi pendapat-pendapatnya akan disambut baik oleh masyarakat/lingkungan organisasi.



Sumber: Priyono & Marnis (2008)

Gambar 1.1. Konsep Sumber Daya Manusia

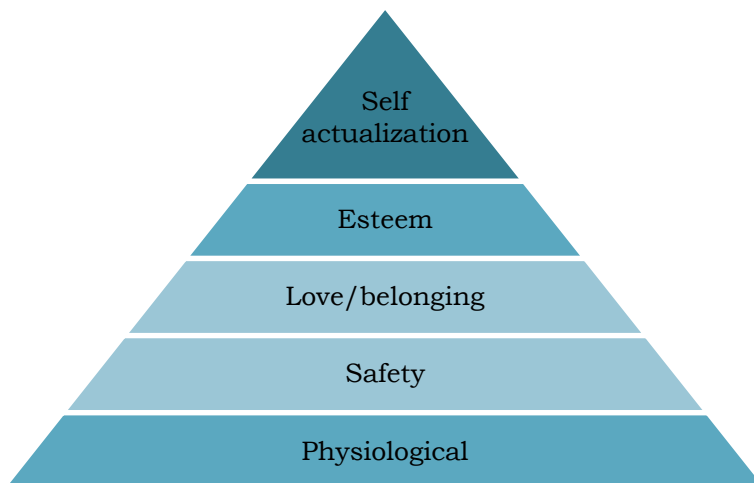
Pada Gambar 1.1. Menampilkan *input*-an SDM yang akan mempengaruhi prestasi kerja dalam organisasi. Setiap SDM penting untuk berkembang agar menghasilkan prestasi kerja yang memuaskan. Pada suatu bisnis diperlukan adanya pengelolaan SDM yang terencana yang menghasilkan seperangkat aktivitas yang sistematis dalam memfasilitasi pegawainya dengan kecakapan yang dibutuhkan (Ivancevich et al., 2011) melalui peningkatan kompetensi pegawai dan kinerja organisasi melalui program-program pelatihan, pendidikan, dan pengembangan (Mondy & Martocchio, 2016). Namun, tentu mengelola manusia tidak semudah mengelola benda mati yang dapat diletakkan, diatur sedemikian rupa sesuai kehendak manajer. Manusia perlu diperlakukan sebagai manusia seutuhnya dengan berbagai cara supaya masing-masing individu mau dan mampu melaksanakan pekerjaan, aturan dan perintah yang ada dalam organisasi tanpa menimbulkan dampak yang merugikan perusahaan maupun individu sebagai karyawan/pegawai dalam perusahaan. Orang yang mengatur disebut manajer personalia/manajer sumberdaya manusia (Bukit et al., 2017).

### **Manusia sebagai Aset Organisasi**

Perkembangan SDM memasuki era di mana manusia tidak sekedar sumber daya, melainkan modal atau aset bagi organisasi (Greer, 1995) sehingga muncul istilah baru di luar *Human Resources* (HR) dan berkebelanjutan menjadi *Human Capital* (HC) (Bukit et al., 2017). Sebagai aset perusahaan, SDM adalah aset yang bernilai dan dapat dilipatgandakan, dikembangkan dan bukan sebagai beban atau biaya. Namun penting untuk memastikan kualitas kinerja yang dihasilkan oleh setiap individu.

Dimana Manusia sebagai makhluk individu maupun makhluk sosial tidak bisa terlepas dari berbagai macam kebutuhan, baik kebutuhan materil kebendaan maupun kebutuhan non materil.

Motivasi adalah salah satu faktor penting dalam meningkatkan kualitas SDM pada organisasi. Motivasi manusia tumbuh karena kebutuhan yang terpenuhi. Maslow pada tahun 1943 dalam artikelnya yang berjudul *A Theory of Human Motivation* mengemukakan tentang hierarki kebutuhan yang menggambarkan pola untuk memotivasi manusia pada umumnya. Hierarki kebutuhan maslow digambarkan dengan bentuk piramida dimana bagian bawah merupakan tingkat paling mendasar dari kebutuhan manusia dan tingkat paling atas adalah kebutuhan aktualisasi diri (Ghozali, 2020). Pada Gambar 1.2. Menggambarkan hierarki kebutuhan maslow.



Gambar 1.2. Hierarki Kebutuhan Maslow (Maslow, 1943)

5

#### 1. Kebutuhan Fisiologis (*Physiological*)

Kebutuhan fisiologis merupakan kebutuhan dasar bagi manusia, dan oleh karena itu kebutuhan ini masih bersifat kebutuhan fisik/kebendaan.

Kebutuhan fisiologis dianggap paling penting dan harus dipenuhi terlebih dahulu. Kebutuhan akan pangan (makan), sandang (pakaian), dan papan (perumahan) adalah manifestasi dari kebutuhan pokok fisiologis setiap manusia. Untuk mencapai kebutuhan, setiap individu harus bekerja dan meningkatkan kemampuannya. Demikian halnya dengan kemampuan sumber daya manusia di organisasi atau institusi. Kemampuan mereka perlu dikembangkan agar mereka mampu menyesuaikan diri dengan tuntutan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terkini. Hal ini tentu berdampak pada meningkatnya efisiensi kerja ini berarti produktivitas meningkat. Dengan meningkatnya produktivitas kerja, maka pemenuhan kebutuhan fisik mereka akan lebih terjamin bahkan meningkat.

## 2. Kebutuhan Keamanan (*Safety*)

Secara alamiah, manusia membutuhkan rasa aman, karenanya manusia ingin bebas dari segala bentuk ancaman. Ancaman tersebut bisa dalam bentuk ancaman fisik, ancaman psikologis maupun ancaman sosial. Bagi karyawan/aparaturnya di instansi pemerintah maupun swasta rasa aman ini harus diterima minimal terbebas dari ancaman pemutusan hubungan kerja atau pemberhentian/pemecatan. Sebagai sumber daya manusia suatu organisasi, mereka juga harus terbebas dari segala bentuk ancaman dan perlakuan yang tidak manusiawi. Kebutuhan keselamatan dan keamanan seseorang meliputi:

- a. Keamanan pribadi
- b. Keamanan keuangan
- c. Kesehatan dan kesejahteraan

d. Keselamatan dari kecelakaan/penyakit dan dampak negatif terhadap mereka.

3. Kebutuhan Cinta dan kepemilikan (*Love/belonging*)

Tingkat ketiga kebutuhan manusia adalah interpersonal dan melibatkan perasaan kepemilikan (*of belongingness*). Hidup berkelompok merupakan kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial. Oleh sebab itu, di dalam suatu masyarakat setiap orang adalah anggota dari kelompok sosial atau organisasi. Bahkan seseorang tidak hanya menjadi anggota satu organisasi saja, melainkan menjadi anggota dari beberapa organisasi atau kelompok sosial. Di dalam kelompok atau organisasi masyarakat setiap orang dapat menyalurkan keinginannya atau perasaan-perasaan lain sebagai makhluk sosial. Oleh sebab itu, organisasi ini juga dapat merupakan tempat pemenuhan kebutuhan sosial. Kebutuhan cinta dan kepemilikan membentuk dan memelihara hubungan emosional yang signifikan seperti:

- a. Persahabatan
- b. Keintiman dan Keluarga

4. Kebutuhan Harga Diri (*Esteem*)

Setiap manusia memiliki kebutuhan untuk merasa dihormati, ini termasuk kebutuhan untuk memiliki harga diri dan dihormati. *Esteem* mengemukakan keinginan khas dari manusia untuk diterima dan dihargai oleh orang lain. Orang sering terlibat dalam profesi atau hobi untuk mendapatkan pengakuan. Kegiatan ini memberikan rasa kontribusi atau nilai pada seseorang atas profesi maupun hobi yang dia lakukan. Rendah diri atau inferior mungkin akibat dari ketidakseimbangan tingkat dalam hierarki.

Orang yang rendah diri sering merasa perlu rasa hormat dari orang lain, mereka mungkin merasa perlu untuk mencari ketenaran atau kemuliaan. Di dalam kantor/institusi kerja, seorang karyawan/aparatur memerlukan pengakuan dan penghargaan. Serendah atau sekecil apapun jabatan atau pekerjaan seseorang di suatu organisasi atau perusahaan, ia perlu memperoleh penghargaan baik dalam bentuk materi maupun non materi atas apa yang dikerjakannya.

##### 5. Kebutuhan Aktualisasi Diri (*Self-Actualization*)

Theory kebutuhan Maslow menggambarkan kebutuhan aktualisasi diri sebagai keinginan seseorang untuk menjadi yang paling bisa mencapai segala sesuatu. Ini merupakan kebutuhan yang paling tinggi bagi setiap orang. Realisasi pengembangan diri bisa dalam berbagai macam bentuk, pendidikan yang lebih tinggi atau pelatihan-pelatihan peningkatan kompetensi dan kemampuan adalah salah satu bentuk realisasinya. Pada organisasi atau perusahaan, kesempatan untuk meningkatkan kompetensi dan kemampuan melalui pendidikan atau pelatihan baik bergelar maupun non gelar adalah bentuk usaha dalam memberikan kesempatan bagi pegawainya guna memenuhi kebutuhan.

Hierarki kebutuhan Maslow tidak bersifat sekuensial yang harus dipenuhi berurutan dari kebutuhan fisiologis sampai aktualisasi diri tetapi secara simultan. Artinya usaha untuk memenuhi kebutuhan fisiologis, maka kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, dan lainnya juga harus diusahakan untuk dipenuhi. Keseimbangan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dalam hierarki kebutuhan Maslow akan meningkatkan motivasi seseorang dalam pekerjaannya di dalam organisasi atau perusahaan.

## Dimensi Kinerja SDM Kewirausahaan

*Output* yang diharapkan dari setiap individu atau *Owner* tentu adalah kinerja maksimal. Dilihat dari dimensi yang menyusun kinerja SDM menurut Drucker pada tahun 1977 melalui bukunya yang berjudul *An introductory view of management*, dikemukakan bahwa dalam pengertian yang luas kinerja dapat dilihat dari 5 dimensi berikut, (Drucker, 1977) yaitu:

1. Dimensi Fisiologis, yaitu dimensi SDM berhubungan dengan daya fisiknya. Manusia akan bekerja dengan baik, bila berada dalam konfigurasi operasional bersama tugas dan ritme kecepatan sesuai dengan keadaan fisiknya.
2. Dimensi Psikologis, yaitu dimensi SDM berhubungan dengan kondisi mental dan pikiran seseorang. Dalam dimensi psikologis bekerja dilihat sebagai ungkapan kepribadiannya, seseorang yang mendapatkan kepuasan kerja akan berdampak pada kinerja yang lebih baik.
3. Dimensi Sosial, yaitu dimensi SDM berhubungan dengan kebutuhannya sebagai makhluk sosial. Bekerja dapat dipandang sebagai ungkapan hubungan sosial di antara sesama individu.
4. Dimensi Ekonomi, yaitu dimensi SDM berhubungan dengan kondisi manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dimensi ini melihat bekerja adalah bagian dari kehidupan seseorang. Imbalan yang tidak sepadan dengan pekerjaan yang dilakukan dapat menghambat individu dalam berprestasi, demikian pula sebaliknya.
5. Dimensi Keseimbangan, yaitu melihat kinerja SDM dapat secara maksimal dicapai apabila kebutuhannya terpenuhi atas apa yang diperoleh dari pekerjaan yang



dilakukan. Keseimbangan antara apa yang diperoleh dari pekerjaan dengan kebutuhan hidup, akan memacu seseorang untuk berusaha lebih giat guna mencapai keseimbangan. Ketidakseimbangan dapat menimbulkan konflik yang dapat menurunkan kinerja.

### **Indikator Kinerja Utama (IKU) pada SDM Kewirausahaan**

Selain dimensi untuk mencapai pengembangan SDM agar menghasilkan kinerja yang baik perlu diketahui indikator yang mempengaruhi kinerja SDM pada organisasi kewirausahaan. Gabčanová pada tahun 2012 pada penelitiannya yang berjudul *Human Resources Key Performance Indicators* mengemukakan Indikator Kinerja Utama (IKU) SDM pada organisasi Kewirausahaan disusun berdasarkan indikator keuangan, pelanggan, internal, dan Pembelajaran serta pertumbuhan. Tabel 2 menunjukkan IKU hasil Gabčanová pada level SDM dengan tujuan untuk mencapai pendekatan jangka panjang organisasi di sektor kewirausahaan. Di bawah ini adalah Indikator Kinerja Utama pada level SDM menurut Gabčanová:

Tabel 1.2. Indikator Kinerja Utama pada level SDM

<b>No</b>	<b>IKU</b>	<b>Tujuan</b>
1	<i>Financial</i> (Keuangan)	a. Biaya tenaga kerja b. Menurunnya tingkat perputaran c. Penggunaan anggaran pelatihan yang efektif
2	<i>Customer</i> (Pelanggan)	a. Perencanaan suksesi b. Penggunaan modal manusia c. Retensi karyawan d. Tanggung jawab sosial perusahaan
3	Internal	a. Fleksibilitas internal

No	IKU	Tujuan
		b. Mempermudah proses penjualan c. Meningkatkan motivasi d. Survei karyawan e. Manajemen ide f. Alat SDM online
4	<i>Learning and Growth</i> (Pembelajaran dan pertumbuhan)	a. Konsisten mendukung kualifikasi karyawan b. Peningkatan orientasi pelanggan internal c. Multiprofesi d. Perbaiki sistem penghargaan e. Secara konsisten mengembangkan keterampilan kepemimpinan dan memperkuat peran manajer sebagai pelatih dan mentor

Sumber: Gabčanová (2012)

### **Strategi Sumber Daya Manusia untuk Organisasi Kewirausahaan**

Menurut Supriyati, dkk (2022) era industri generasi ke empat ini, besar kecilnya perusahaan bukanlah jaminan, namun kelincahan para pelaku usaha yang menjadikan kunci untuk mencapai prestasi dengan cepat (S Supriyati et al., 2022). Supriyati dan Ramadhan Syaeful Bahri (2022) mengatakan bahwa fase keempat dari revolusi teknologi ini mengubah cara manusia bergerak dan berinteraksi dalam skala, ruang lingkup, kompleksitas dan transformasi dari pengalaman hidup sebelumnya untuk dapat mempersiapkan kehidupan dalam ketidakpastian teknologi informasi global (Supriyati Supriyati & Bahri, 2022). Sayyidah Nabila Azahra dan Supriyati (2022) mengatakan Revolusi Industri 4.0 juga ditunjukkan sebagai era ekonomi digital yang membuat otomasi mekanis dalam menjalankan laju

perekonomiannya (Azahra & Supriyati, 2022). Para pelaku usaha khususnya Sumber Daya Manusia dituntut harus dapat mengikuti perkembangan teknologi informasi dalam mengembangkan dunia usaha melalui sistem informasi pada setiap aktivitas bisnis sehari-hari yang nyaris menyentuh lapisan masyarakat dunia.

Sumber daya manusia sebagai pengguna (*user*) dalam organisasi/perusahaan untuk mencapai tujuan kebutuhan informasi organisasi/perusahaan dimana menurut Supriyati (2015) seorang *user* harus memiliki kompetensi yang disebut kecakapan (*Comptence*) terkait dengan pekerjaan (Kompetensi Dasar) dan dapat terlihat serta tampak dari luar seperti keahlian dan pengetahuan akan profesinya (Supriyati, 2015). Dimana Kompetensi ini memiliki 2 makna yang berbeda yaitu:

1. Kompetensi dari deskripsi mengenai perilaku.
2. Kompetensi dari deskripsi tugas/hasil pekerjaannya (Supriyati, 2015).

Kompetensi SDM harus menjadi sinergi dalam bentuk Strategi SDM untuk mencapai tujuan perusahaan yang disusun atas Tujuan dari pelaksanaan strategi dan didukung oleh IKU SDM. Tabel 1.3 dan Tabel 1.4 menampilkan kondisi pada pembelajaran dan pertumbuhan yang mempengaruhi lingkungan/sistem internal pada organisasi, dimulai dari internal yang menghasilkan kondisi dalam hubungan dengan pelanggan, kemudian mempengaruhi kondisi keuangan perusahaan dan *goals* yang akan dicapai perusahaan setelah alur-alur tersebut terpenuhi.

Tabel 1.3. Strategi SDM untuk Organisasi (Gabčanová, 2012)

<b>Learning &amp; Growth</b>	<b>Internal</b>	<b>Customer</b>	<b>Financial</b>	<b>Strategic goals</b>
Konsisten mendukung kualifikasi karyawan	Fleksibilitas Internal	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Perencanaan suksesi</li> <li>➤ Pemanfaatan potensi manusia</li> <li>➤ Retensi karyawan</li> </ul>	Menurun-nya tingkat perputaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Optimalisasi biaya</li> <li>➤ Profitabilitas meningkat</li> <li>➤ Majikan Pilihan</li> </ul>
Peningkatan orientasi pelanggan internal	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mempermudah proses penjualan</li> <li>➤ Survei karyawan</li> <li>➤ Alat SDM online</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Retensi karyawan</li> <li>➤ Tanggung jawab sosial perusahaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Biaya tenaga kerja</li> <li>➤ Penggunaan anggaran pelatihan yang efektif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Optimalisasi biaya</li> <li>➤ Profitabilitas meningkat</li> <li>➤ Orientasi pelanggan</li> </ul>

Tabel 1.4. Lanjutan Strategi SDM untuk Organisasi

<b>Learning &amp; Growth</b>	<b>Internal</b>	<b>Customer</b>	<b>Financial</b>	<b>Strategic goals</b>
Multiprofesi	Meningkatnya motivasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Perencanaan suksesi</li> <li>➤ Pemanfaatan potensi manusia</li> <li>➤ Retensi karyawan</li> </ul>	Biaya tenaga kerja	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Optimalisasi biaya</li> <li>➤ Profitabilitas meningkat</li> </ul>
Perbaiki sistem motivasi	Manajemen ide	Tanggung jawab sosial perusahaan	Biaya tenaga kerja	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Optimalisasi biaya</li> <li>➤ Profitabilitas meningkat</li> </ul>
Secara konsisten mengembang-kan keterampilan kepemimpinan dan memperkuat peran manajer sebagai pelatih dan mentor	Fleksibilitas Internal	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Perencanaan suksesi</li> <li>➤ Pemanfaatan potensi manusia</li> <li>➤ Retensi karyawan</li> </ul>	Menurunnya tingkat perputaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Optimalisasi biaya</li> <li>➤ Profitabilitas meningkat</li> <li>➤ Majikan Pilihan</li> </ul>

Sumber: Gabčanová (2012)

## Daftar Pustaka

Azahra, S., & Supriyati, S. (2022). Design of Accounting Information System Cost of Production Based on Job Order Costing. *@is The Best: Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise*, 7(1) SE-Articles). <https://doi.org/10.34010/aisthebest.v7i1.7095>

117 Bukit, B., Malusa, T., & Rahmat, A. (2017). *PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA Teori, Dimensi Pengukuran, dan Implementasi dalam Organisasi* (Cetakan ke). Zahir Publishing.

Drucker, P. F. (1977). *An introductory view of management*. Harper's College Press.

140 Gabčanová, I. (2012). Human resources key performance indicators. *Journal of Competitiveness*, 4(1), 117–128. <https://doi.org/https://doi.org/10.7441/joc.2012.01.09>

104 Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis (Untuk Landasan Teori Skripsi, Tesis dan Disertasi)*. YOGA PRATAMA.

Greer, C. R. (1995). *Strategy and Human Resources: A General Managerial Perspective* (1st Ed). pearson college div.

71 Hill, S., Ionescu-Somers, A., Coduras, A., Guerrero, M., Roomi, M. A., Bosma, N., Sahasranamam, S., & Shay, J. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report Opportunity Amid Disruption*. Global Entrepreneurship Research Association.

65 Humas Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Kejar Target Rasio Kewirausahaan, KemenKopUKM Kick Off Program Patenpreneur 2022*. Website KemenKopUKM.

143 Ivancevich, J. M., Gibson, J. L., & Konopaske, R. (2011). *Organizations: Behavior, Structure, Processes*. McGraw-Hill Education.

Kristianus, A., & Aziz, A. (2022). *Indonesia ditargetkan Masuk Peringkat ke-60 Global Entrepreneurship Index*. Investor.Id.

91 Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>

Mondy, R. W., & Martocchio, J. J. (2016). *Human Resource Management* (14th ed). Pearson Education Limited.

Priyono, & Marnis. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Cetakan 1). Zifatama Publisher.

101 Sahasranamam, S., Ionescu-Somers, A., Hill, S., & Martinez, A. C. (2022). *Which are the best countries in the world for entrepreneurs in 2022?* World Economic Forum.

77 Supriyati. (2015). Pengaruh Kompetensi User, Keandalan Software Dan Keandalan Database Terhadap Kualitas Informasi Akuntansi (Survey Pada Perusahaan BUMN Yang Menerapkan Sistem Informasi Akuntansi Berpusat Di Kota Bandung). *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 13(1), 13–24.

55 Supriyati, S, Mulyani, S., Suharman, H., & Supriadi, T. (2022). The Influence of Business Models, Information Technology on the Quality of Accounting Information Systems Digitizing MSMEs Post-COVID-19. *Jurnal Sistem Informasi*, 18(2), 36–49. <https://doi.org/10.21609/jsi.v18i2.1141>

67 Supriyati, Supriyati, & Bahri, R. S. (2022). PENINGKATAN KAPASITAS KINERJA RELAWAN KARANG TARUNA JAWA BARAT DALAM MEMBANTU PEMBUATAN LAPORAN PENGELOLAAN PENGGUNAAN DANA COVID-19 UNTUK PEMERINTAH KOTA/DESA. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 10–17.

## Profil Penulis



**Supriyati, S.E., M.Si., Ak., CA., ASEAN CPA., C.PI., CIAP.**

Penulis menyelesaikan studi S1 di prodi Akuntansi Universitas Komputer Indonesia Kota Bandung pada tahun 2003. Tahun 2011 penulis menyelesaikan studi S2 di prodi Akuntansi Universitas Padjadjaran (UNPAD) Kota Bandung dan menyelesaikan studi profesi Akuntansi pada tahun 2014 di Universitas Islam Bandung. Amanah profesi Penulis saat ini sebagai Dosen Tetap di Program Studi Komputerisasi Akuntansi Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer pada Universitas Komputer Indonesia sejak tahun 2004 sampai sekarang. Selama menjadi dosen, penulis aktif sebagai peneliti dan telah mempublikasikan artikel pada jurnal-jurnal terakreditasi nasional maupun jurnal internasional serta pada prosiding-prosiding. Amanah Profesi lainnya adalah menjadi Editor In Chief pada Ojs @is The Best Terakreditasi Sinta 4 SK Number: 105/E/KPT/2022 dengan link website: <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/aisthebest/about/editorialTeam> dan sebagai Reviewer *Open Journal System* pada beberapa *Open Journal System* di Skala nasional dan International. Selain itu penulis juga aktif menulis buku ajar sebagai bahan ajar perkuliahan dan berbagai buku diberbagai bidang serta sebagai Pengurus Asosiasi Dosen Akuntansi Indonesia (ADAI) untuk Wilayah Jawa Barat. Keanggotaan Profesi pada *Council Of Asian Science Editor (CASE)*, Anggota Himpunan Editor Berkala Ilmiah Indonesia (HEBI), Anggota Akuntan Profesional Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), Anggota Asosiasi Perguruan Tinggi Informatika dan Ilmu Komputer (APTIKOM), Anggota Asosiasi Program Studi Komputerisasi Akuntansi Indonesia (APSKAI).



IG: supriyatiunikom

Youtube: Supriyati Unikom

FB: mandasupriyati

Email Penulis: supriyati@email.unikom.ac.id

Orhid: <https://orcid.org/0000-0001-5901-9978>

Scopus:

<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57211505545>

Scholar:

<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=e0q3P-8AAAAJ>

Sinta:

<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/258641>



# REKRUTMEN SDM KEWIRAUSAHAAN

**Fera Nelfianti, S.E., M.M.**

Universitas Bina Sarana Informatika

## **Pendahuluan**

Dewasa ini Kita memasuki era Revolusi industri 4.0. yang ditandai dengan perkembangan teknologi semakin cepat. Penggunaan komputer untuk segala kegiatan menjadi hal yang wajib dan tidak boleh tertinggal. Apalagi di era ini, teknologi AI atau yang biasa dikenal dengan kecerdasan buatan dapat menggantikan tugas manusia diberbagai lini pekerjaan. Namun seperti yang kita ketahui, masih banyak usaha atau bidang kerja yang harus dibangun oleh manusia terlebih dahulu sebelum mungkin nantinya akan digantikan oleh kecerdasan buatan, Sehingga untuk membangun sebuah usaha, diperlukan adanya aktivitas Manajemen Sumber Daya Manusia.

Aktivitas Manajemen Sumber Daya Manusia tidak terlepas dari perencanaan, analisis jabatan, perekrutan, Seleksi SDM, penempatan, pengembangan SDM, penggajian, hingga kompensasi bisa berupa promosi ataupun tunjangan-tunjangan. Aktivitas yang sama juga dilakukan di dunia wirausaha. Saat ini tidak dapat kita pungkiri bahwa setiap usaha yang ingin berkembang tentu tidak bisa berjalan sendiri dan membutuhkan roda untuk berjalan.

Karyawan merupakan ujung tombak dari sebuah usaha, dengan adanya karyawan maka roda sebuah usaha akan terus berputar. Memilih karyawan yang tepat tentu harus melalui proses yang Panjang, selain melakukan perencanaan dan analisis jabatan, Perekrutan adalah proses yang sangat penting untuk memilih calon karyawan yang tepat, terutama dibidang wirausaha yang dimana ruang lingkup organisasi yang biasanya kecil, sehingga dalam kewirausahaan diharapkan mendapatkan karyawan yang bisa *multitasking*. Untuk Mencari karyawan yang sesuai dengan kriteria yang kita harapkan, tentu saja rekrutmen tidak terlepas dari Seleksi. Tak dapat kita pungkiri bahwa istilah *the right man in the right place menajdi* sebuah istilah yang tepat untuk menggambarkan bahwa setiap pekerjaan akan berjalan dengan baik jika dilakukan oleh orang yang ahli pada bidangnya, tentu saja awal Langkah untuk mendapatkan orang yang tepat adalah dengan melakukan proses rekrutmen yang tepat. Seperti yang pernah di kemukakan oleh (Prasetya et al., 2019)<sup>82</sup> Tujuan utama suatu perusahaan atau organisasi melaksanakan rekrutmen dan seleksi adalah untuk menemukan dan menentukan karyawan yang sesuai dengan kriteria perusahaan sehingga nantinya mampu untuk membawa kemajuan bagi perusahaan.

## **Rekrutmen dan Kewirausahaan**

Menurut (Bintoro & Daryanto, 2017)<sup>57</sup> Rekrutmen merupakan proses untuk mendapatkan sejumlah karyawan yang berkualitas untuk menempati jabatan atau pekerjaan yang ada di perusahaan. Sedangkan menurut (Badriyah, 2015) Rekrutmen adalah proses mencari, Menemukan dan menarik pelamar untuk dipekerjakan dalam suatu perusahaan. Sedangkan (Sinambela, 2016)<sup>92</sup> berpendapat bahwa rekrutmen merupakan proses penarikan individu sesuai kebutuhan

pada waktu yang tepat, jumlah memadai, dengan kualifikasi yang ditentukan dan mendorong mereka untuk melamar kerja organisasi.

Dari pendapat diatas dapat kita simpulkan bahwa rekrutmen merupakan sebuah proses yang harus dilalui oleh seorang calon karyawan agar dapat dilihat kualitas, dan sebuah proses yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mencari karyawan yang kompeten, sesuai dengan kebutuhan posisi yang akan di isi.

Menurut Chand dalam buku (Hasibuan et al., 2021) kata wirausahaan berasal dari bahasa Prancis yang artinya adalah melakukan. Hal ini merujuk pada mereka yang melakukan Resiko perusahaan baru. Suatu perusahaan yang diciptakan oleh seorang wirausahaan, dan proses penciptaan tersebut dikenal sebagai kewirausahaan.

Hubungan Rekrutmen dan kewirausahaan tentu sangat erat. Menciptakan sebuah perusahaan baru tentu tidak lepas dari sebuah tim yang harus bekerjasama mencapai tujuan. Perusahaan baru akan berjalan dengan baik dan sehat jika penggeraknya terdiri dari beberapa orang yang memiliki keahlian dibidangnya masing-masing.

Untuk Memulai perusahaan baru setidaknya harus merekrut orang-orang yang ahli dalam bidang utama Keuangan, teknologi informasi, Pemasaran. 3 bidang tersebut adalah bidang dasar yang sangat dibutuhkan jika memulai perusahaan yang baru. Untuk mendapatkan sumber daya manusia yang memenuhi 3 bidang dasar tersebut maka dibutuhkan rekrutmen yang baik.

### **Metode Rekrutmen SDM Kewirausahaan**

Metode rekrutmen merupakan metode yang dapat digunakan perusahaan untuk memulai tahap-tahap dalam melakukan pencarian karyawan baru.

Menurut Mondy dalam (Prasetya et al., 2019) Metode rekrutmen terdiri dari 2 bentuk yaitu metode rekrutmen internal dan juga metode rekrutmen eksternal dengan penjelasan sebagai berikut:

#### 1. Metode Rekrutmen Internal

Metode Rekrutmen internal adalah sebuah cara untuk mencari calon karyawan yang didapatkan dengan cara menerima referensi dari karyawan sendiri, atau bisa juga dengan membuat pengumuman di papan pengumuman terkait kekosongan posisi yang di butuhkan. Cara lainnya bisa juga dengan pengajuan pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan.

#### 2. Metode rekrutmen External

Seperti Namanya, maka metode rekrutmen external ini adalah proses mencari calon karyawan dengan cara memasang iklan lowongan pekerjaan, bisa melewati media iklan, media website khusus, mencari melewati agen pencari kerja, mengikuti kegiatan bursa kerja.

Metode diatas digunakan agar mempermudah perusahaan atau sebuah usaha untuk mencari karyawan yang terbaik, karena dua metode diatas bisa memperluas jaringan pencarian, sehingga calon-calon karyawan yang mendekati kriteria lebih dapat terjaring. Namun, seiring dengan perkembangan jaman yang semakin canggih dengan teknologi yang semakin terbaru, 2 metode diatas pun ikut berkembang. Pemanfaatan teknologi tentu menjadikan rekrutmen menjadi lebih efektif dan efisien. Metode dalam rekrutmen untuk kewirausahaan bisa dilakukan dengan sangat mudah dan murah bahkan tanpa biaya seperti:

### 1. Metode Memasang lowongan Pekerjaan di Media Sosial

Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap orang kini memiliki media sosial. Untuk menyasar calon tenaga kerja yang paham dengan teknologi, media sosial merupakan salah satu media yang dapat digunakan untuk mencari calon tenaga kerja. *Familiar* dengan media sosial merupakan salah satu syarat yang harus dimiliki oleh calon karyawan apalagi untuk perusahaan pemula.

### 2. Metode Referral

Mencari Calon karyawan bisa menggunakan metode referral, bisa mencari referensi dari kerabat atau teman yang kualifikasinya sesuai dengan kebutuhan perusahaan kita

### 3. Mahasiswa Magang

Sebagai bisnis yang ruang lingkup masih kecil, tentu saja cashflow menjadi pertimbangan utama untuk merekrut calon karyawan yang berkualifikasi. Teknis menggunakan mahasiswa magang dengan latar belakang ilmu sesuai dengan kualifikasi merupakan salah satu metode yang efektif untuk mendapatkan calon karyawan yang sesuai, biasanya jika mahasiswa magang ini memberikan efek yang banyak untuk perusahaan, maka akan ditawarkan untuk menjadi karyawan tetap.

## **Kualifikasi Calon SDM di Kewirausahaan**

Berwirausaha tentu saja tidak mudah, kita harus memiliki tim yang solid sehingga tujuan usaha dapat tercapai. Untuk memiliki tim yang solid tentu saja harus melakukan rekrutmen dan seleksi yang tepat. Kualifikasi sebaiknya ditentukan untuk melakukan perekrutan Calon SDM di kewirausahaan.

Berikut adalah beberapa kualifikasi yang sebaiknya dimiliki oleh calon SDM di bidang kewirausahaan:

1. Komitmen dan Tanggungjawab

Kualifikasi pertama yang harus dimiliki adalah Komitmen dan rasa tanggungjawab. Karyawan yang akan dipekerjakan haruslah memiliki Komitmen dan tanggungjawab dalam pekerjaannya. Dengan memiliki komitmen untuk mencapai tujuan perusahaan, tanggungjawab akan muncul pada diri karyawan untuk menjalankan dan memastikan tujuan perusahaan dapat tercapai.

2. Motivasi yang kuat

Kualifikasi kedua yang penting adalah Calon karyawan yang direkrut haruslah memiliki motif untuk berprestasi sehingga usaha yang dijalankan dapat sesuai dengan konsep yang dibangun oleh seorang wirausaha.

3. Mandiri

Seperti yang kita ketahui, Wirausaha identik dengan bidang usaha pemula yang jumlah personilnya tidak lebih dari 10 orang, bahkan bisa kurang dari 5 orang, sehingga untuk mendapatkan calon karyawan yang baru, maka dibutuhkan karyawan yang mandiri dari segala aspek, karena setiap karyawan yang ada dalam perusahaan tentu sudah disibukkan dengan tanggungjawabnya masing-masing.

4. Multitasking

Seperti halnya kemandirian, Multitasking adalah sebuah keharusan untuk calon karyawan yang bergabung dalam sebuah perusahaan pemula, dengan jumlah karyawan yang sedikit, tentu saja 1 karyawan diharapkan tidak hanya memiliki 1 tanggungjawab



atau jobdesk, namun bisa mengerjakan beberapa pekerjaan secara bersamaan dalam satu waktu.

5. Kreativitas dan inovasi yang Tinggi

Iqbal dan Sanawari menyampaikan bahwa <sup>116</sup>Seorang Wirausaha umumnya memiliki daya kreasi dan inovasi yang lebih dari non wirausaha dan memiliki kemampuan mengubah hasil inovasi tersebut menjadi permintaan.

begitu pula calon karyawan yang akan dipekerjakan, umumnya Wirausaha dibangun atas trial and error, sehingga jika memiliki karyawan yang memiliki kreativitas dan inovasi tinggi, tentu saja itu akan membantu pemilik usaha untuk bisa terus mengembangkan usahanya.

### **Tahap Rekrutmen SDM di Kewirausahaan**

Berikut adalah Beberapa Tahap Rekrutmen SDM di bidang Kewirausahaan yang dapat dilakukan untuk memperoleh karyawan yang sesuai dengan kualifikasi.

1. Tahap Identifikasi jenis pekerjaan

Wirausaha harus mengumpulkan informasi terkait jenis pekerjaan dan posisi yang dibutuhkan didalam perusahaan. Dalam menentukan posisi yang dibutuhkan pastikan pengetahuan dan keterampilan calon karyawan diperhatikan.

2. Tahap Membuat deskripsi pekerjaan

Dalam membuat deskripsi pekerjaan hendaknya didetailkan apa-apa saja yang menjadi gambaran pekerjaan dan kriteria yang dibutuhkan. Misalnya keterampilan yang harus dimiliki, pengalaman pekerjaan dan pengetahuan terkait bidang tersebut.

### 3. Tahap Menentukan Penanggungjawab Rekrutmen

Jika dalam perusahaan sudah terdiri dari beberapa personil, maka dapat dilibatkan dalam proses rekrutmen. Dalam kewirausahaan penanggungjawab rekrutmen biasalah dilakukan langsung oleh si pendiri atau pemilik perusahaan.

### 4. Tahap Membuka Lowongan Pekerjaan

Seperti yang sudah disampaikan sebelumnya, membuka lowongan pekerjaan dapat dilakukan dengan berbagai cara. Hal ini ditujukan agar mendapatkan calon karyawan yang sesuai dengan kualifikasi. Membuka Lowongan pekerjaan yang efektif jika dilakukan menggunakan Teknologi informasi. Termasuk didalamnya website resmi perusahaan (jika ada), media sosial resmi perusahaan, Media website penyedia lowongan pekerjaan. Media tersebut mudah diakses oleh calon karyawan. Dengan begitu, mereka pun lebih mudah untuk melamar ke lowongan yang telah dipublikasikan.

### 5. Tahap Peninjauan

Tahap ini diperlukan agar dapat menyaring lamaran berdasarkan kualifikasi yang dibutuhkan. Kadang lamaran yang masuk banyak yang tidak sesuai dengan kebutuhan. Namun tidak menutup kemungkinan, beberapa lamaran yang kualifikasi utama tidak sesuai bisa saja dipanggil untuk tahap wawancara jika portofolio yang disajikan membuka kemungkinan untuk penambahan posisi yang dibutuhkan. Dalam kewirausahaan Peninjauan dilakukan langsung oleh pemilik perusahaan. Bila lamaran cocok, maka calon karyawan akan dihubungi untuk mengikuti tahap rekrutmen berikutnya yaitu melakukan wawancara kerja.

## 6. Tahap Seleksi

Seleksi merupakan tahap yang tidak bisa lepas dari rekrutmen, setelah proses mencari calon karyawan selesai, maka tahap berikutnya adalah menentukan calon karyawan yang akan dipilih. Memilih calon karyawan dapat dilakukan dengan metode wawancara terkait pengetahuan umum, demonstrasi kompetensi yang dimiliki dan bisa juga dengan presentasi. Biasanya juga dalam bidang ini beberapa pemilik perusahaan akan menanyakan motivasi dalam bekerja, pengetahuan pelamar terkait perusahaan itu, ataupun pengetahuan pelamar terkait bidang kerja yang di lamar.

Di Tahap Seleksi ini pula bisa dilakukan pemeriksaan latar belakang pelamar, tujuannya agar memastikan bahwa apa yang tertulis di lamaran kerja si pelamar adalah benar adanya. Tahap ini juga bisa dilanjutkan dengan menghubungi nomor referensi yang biasanya dicantumkan pelamar pada saat mengisi form wawancara.

## 7. Tahap Negosiasi

Biasanya tahap negosiasi bisa dilakukan bersamaan dengan wawancara kerja. Namun tidak menutup kemungkinan tahap ini dilakukan di lain waktu, agar perusahaan betul-betul melakukan negosiasi dengan calon karyawan yang sudah ditargetkan akan menjadi bagian dari perusahaan tersebut.

Negosiasi biasanya terkait gaji, tunjangan, fasilitas yang didapatkan dan biasanya dibahas juga ruang lingkup pekerjaan yang akan dilakukan.

## 8. Tahap Perjanjian Kerja

Setelah menentukan calon sumber daya manusia yang akan mengisi posisi yang kita tawarkan, proses berikutnya adalah membuat perjanjian kerja. Dalam perjanjian kerja bisa dituangkan hak dan kewajiban karyawan selama bergabung dalam perusahaan tersebut.

## 9. Tahap Orientasi

Tahap Orientasi diperlukan untuk karyawan baru. Hal ini dilakukan agar karyawan baru dapat mengerti dan memahami apa saja yang menjadi tujuan perusahaan, termasuk didalamnya budaya kerja, fasilitas dan tim kerja, system kehadiran di perusahaan, atau cara mengoperasikan peralatan kerja sehingga dengan adanya tahapan orientasi diharapkan karyawan dapat memiliki komitmen dan tanggungjawab untuk memajukan perusahaan.

**Daftar Pustaka**

Badriyah, M. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia (pertama)*. CV. Pustaka Setia.

Bintoro, & Daryanto. (2017). *Manajemen Penilaian Kinerja Karyawan*. Gava Media.

Hasibuan, A., Novita, D., Tarigan, N. M. R., Yusrita, & Riana, Z. (2021). *Kewirausahaan* (R. Watrianthos & J. Simarmata (eds.)). Yayasan Kita Menulis.

Prasetya, A. I., Cahyo, A. D., & Maula, A. (2019). METODE DAN PROSEDUR PELAKSANAAN REKRUTMEN SELEKSI PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk. *Competence: Journal of Management Studies*, 12(2), 90–107. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v12i2.4952>

Sinambela, L. P. (2016). *Manajemen sumber daya manusia: membangun tim kerja yang solid untuk meningkatkan kinerja* (Suryani & R. Damayanti (eds.); Cetakan ke). Bumi Aksara.

## Profil Penulis



### **Fera Nelfianti, S.E., M.M.**

Ketertarikan dalam menulis sudah dimiliki penulis dari usia belia. Bermula dari Aktif menulis cerita fiksi di beberapa media sosial khusus penulis pemula. Keingintahuannya akan Ilmu Sumber Daya Manusia membuat penulis memilih untuk berkuliah di jurusan Manajemen STIE Kusumanegara dan melanjutkan Pendidikan ke Magister Manajemen konsentrasi Sumber Daya Manusia di Universitas Budiluhur. Penulis sudah pernah menelurkan tulisannya berjudul *Service Excellence* dan *Office Administration Practice*. Saat ini penulis berprofesi sebagai Dosen Universitas Bina Sarana Informatika. Selain itu penulis juga aktif melakukan Penelitian dalam bidang Sumber Daya Manusia, Pemasaran dan Bisnis dan menjadi konsentrasinya saat ini. Hal itu karena saat ini penulis merupakan dosen tetap di program studi Administrasi Bisnis Universitas Bina Sarana Informatika yang mengharuskan mengembangkan ilmu dalam bidang bisnis, kewirausahaan dan juga pemasaran. Sebagai penunjang pengembangan ilmu, Penulis telah memiliki beberapa sertifikasi kompetensi dan saat ini juga aktif juga sebagai Asesor Kompetensi Di LSP BSI. Kedepannya Penulis berharap akan lebih banyak lagi memberikan kontribusi untuk kemajuan ilmu pengetahuan.

Email Penulis: [feranelfi@gmail.com](mailto:feranelfi@gmail.com)

## SELEKSI SUMBER DAYA MANUSIA KEWIRAUSAHAAN

**Ade Khadijatul Z. Hrp, M.M.**

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal

### **Pentingnya Seleksi Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Bisnis**

Manajemen sumber daya manusia (SDM) merupakan aspek yang tidak kalah pentingnya dalam manajemen wirausaha. <sup>42</sup> Manajemen sumber daya manusia, sering disingkat HRM (*Human Resources Management*), adalah ilmu atau metode pengelolaan hubungan dan peran sumber daya (tenaga kerja) yang dimiliki oleh individu secara efektif dan efisien serta dapat dimanfaatkan secara optimal agar perusahaan, karyawan, dan masyarakat dapat dimaksimalkan. Manajemen personalia diperlukan untuk meningkatkan efisiensi personal organisasi, perusahaan, dan lain-lain. Tujuannya adalah untuk menyediakan unit kerja yang fungsional. Untuk mencapai tujuan tersebut, pembelajaran mengelola biografi pribadi menunjukkan bagaimana sebuah perusahaan harus memperoleh, mengembangkan, menggunakan, dan mempertahankan karyawan dalam hal jumlah (kuantitas) dan jenis (kualitas).

## Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia

### 1. Tujuan Organisasi

24 Tujuannya adalah untuk mengakui keberadaan manajemen sumber daya manusia (SDM) untuk mempromosikan efektivitas organisasi. Departemen SDM membantu manajer untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam hal ini manajer bertanggung jawab penuh terhadap bawahannya, departemen SDM hanya mendukung dalam hal-hal yang berkaitan dengan manajemen SDM.

### 2. Tujuan operasional

Dimaksudkan untuk mempertahankan 48 kontribusi departemen SDM pada tingkat yang memenuhi kebutuhan organisasi. Sumber daya manusia terbuang sia-sia jika manajemen personalia tidak direncanakan secara optimal 89 sesuai dengan kebutuhan organisasi.

### 3. Tujuan sosial

Tujuannya adalah untuk bertanggung jawab secara etis dan sosial atas kebutuhan dan tantangan masyarakat, meminimalkan efek negatif dari tuntutan ini pada organisasi.

### 4. Tujuan Pribadi

Dimaksudkan bagi karyawan untuk mencapai tujuan pribadinya sejauh tujuan tersebut mendorong kontribusi pribadi pada organisasi. Tujuan pribadi karyawan tercapai ketika karyawan diperhatikan, dipelihara, 173 dan dimotivasi. Jika tidak, kinerja dan kepuasan karyawan akan menurun, dan karyawan dapat meninggalkan organisasi.



## **Fungsi HRM (*Human Resources Management*)**

### 1. Kepegawaian (*Staffing*)

Kepegawaian<sup>24</sup> adalah proses memastikan bahwa suatu organisasi memiliki jumlah karyawan yang tepat dengan keterampilan yang tepat untuk melakukan tugas yang tepat pada waktu yang tepat untuk mencapai tujuan organisasi. Contoh akuisisi personel meliputi analisis pekerjaan, perencanaan personel, dan rekrutmen.

### 2. Seleksi

#### a. Pengembangan Sumber Daya Manusia<sup>24</sup>

Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) adalah tugas manajemen sumber daya manusia inti yang tidak hanya melibatkan pelatihan dan pengembangan, tetapi juga perencanaan tindakan dan pengembangan karir pribadi, pengembangan organisasi dan manajemen kinerja serta evaluasi.

#### b. Kompensasi

Gaji mencakup semua kompensasi yang dibayarkan kepada karyawan sebagai imbalan atas jasa. Kompensasi terdiri dari tiga jenis yaitu: Kompensasi uang langsung yaitu: gaji, tunjangan, bonus, dan lain-lain. Kompensasi moneter tidak langsung, yaitu semua kompensasi moneter yang tidak termasuk dalam kompensasi langsung, seperti liburan berbayar, liburan sakit, liburan, asuransi kesehatan, dan lain-lain di mana dia bekerja.

#### c. Keselamatan dan Kesehatan

Keselamatan adalah perlindungan pekerja<sup>103</sup> dari cedera yang disebabkan oleh kecelakaan terkait pekerjaan.

Kesehatan adalah kebebasan pekerja dari penyakit fisik dan mental. Kedua aspek di atas menjadi penting karena karyawan yang bekerja di lingkungan yang aman dan merasa sehat biasanya lebih produktif dan memberikan manfaat jangka panjang bagi organisasi dan bernegosiasi dengannya dengan itikad baik jika karyawan perusahaan ingin diwakili oleh serikat pekerja (Mondy, 2013). Setelah pemaparan materi di atas dapat dikemukakan bahwa sangat penting untuk memperhatikan pengelolaan kepegawaian dalam perusahaan guna memaksimalkan tujuan bersama perusahaan, karyawan dan masyarakat. Dalam bab ini penulis lebih fokus kepada Seleksi dalam perekrutan Manajemen Sumber Daya Manusia dalam kewirausahaan pada bagian kepegawaian atau staffing.

### 3. Pengertian Seleksi

Pengertian seleksi dalam kegiatan manajemen sumber daya manusia yang dilakukan setelah berakhirnya proses rekrutmen, dalam hal ini dilakukan penjurangan kandidat yang memenuhi syarat, maka terkumpullah tenaga kerja yang dapat diangkat (Rivai, 2018). Tujuan pemilihan adalah untuk mencoba merekrut tenaga kerja yang mampu menyesuaikan diri dengan pekerjaan yang ditawarkan, tenaga kerja dianggap mampu menunjukkan kinerja yang diharapkan dari manajer perusahaan (Sunnyoto, 2013). Definisi seleksi adalah proses memilih orang yang memiliki kualifikasi yang diperlukan untuk mengisi posisi kosong di perusahaan (Mathis & Jackson, 2013). Ada tiga penjelasan untuk seleksi atas kesimpulan bahwa seleksi adalah mencari orang yang memenuhi kualifikasi yang dibutuhkan

perusahaan untuk memajukan perusahaan menuju tujuan perusahaan.

Tujuan pemilihan adalah untuk memilih pegawai yang diinginkan. Seleksi adalah proses dua arah di mana organisasi menawarkan pekerjaan untuk suatu posisi dengan gaji yang wajar, sementara kandidat potensial mengevaluasi daya tarik organisasi dan posisi serta imbalan yang ditawarkan oleh perusahaan. Namun pada kenyataannya proses seleksi masih merupakan proses satu arah, dimana kandidat hanya menerima pekerjaan yang ditawarkan oleh perusahaan, sedangkan perusahaan memiliki posisi tawar yang lebih kuat dibandingkan dengan kandidat.

#### 4. Proses Seleksi

Rekrutmen karyawan anda memiliki rasa tanggung jawab yang memenuhi profesional, anda dapat yakin bahwa anda ingin memberikan kontribusi anda dengan fakta bahwa melalui proses seleksi itu benar-benar mendapatkan karyawan yang paling memenuhi persyaratan untuk pekerjaan terbuka. Proses penjemputan calon pegawai menjadi penting karena kualitas pegawai organisasi tergantung dari kualitas penjemputan, maka dengan pelaksanaan seleksi pegawai yang baik dan benar maka dimungkinkan untuk mendapatkan karyawan yang berkualitas, kualifikasinya ada (Handoko, 2017). Selain itu, kompetensi dapat meningkatkan kinerja organisasi. Proses seleksi dilakukan dengan menggabungkan dua hal sedemikian rupa sehingga mendapatkan pegawai yang sesuai yaitu mereka yang berhubungan langsung dengan tugas saat pamaran seseorang diterima, dan lain-lain. Faktor-faktor yang tidak terkait langsung dengan pekerjaannya di masa depan, tetapi memberikan gambaran yang lebih akurat tentang kandidat yang bersangkutan.

Proses seleksi terdiri dari delapan langkah yang dapat diselesaikan. Harus ditegaskan bahwa tidak semua langkah itu harus dilakukan, misalnya dalam kaitannya dengan pengalihan tugas atau kenaikan pangkat, ada langkah-langkah tertentu yang tidak boleh lagi dilakukan, karena perusahaan, terutama pekerjaan unit yang mengelola sumber daya manusia, telah memiliki informasi yang diperoleh melalui penerapan tindakan tertentu, misalnya informasi tentang keadaan kesehatan pegawai yang bersangkutan.

Tahapan proses seleksi adalah sebagai berikut:

- a. Penerimaan surat lamaran;
- b. Administrasi ujian;
- c. Wawancara seleksi;
- d. Memeriksa latar belakang pelamar dan surat referensi;
- e. Penilaian kesehatan;
- f. Wawancara dengan manajer, yang merupakan atasan langsungnya;
- g. Pengenalan pekerjaan;
- h. Keputusan tentang lamaran.

## 5. Metode Seleksi

Metode seleksi merupakan metode yang telah dipilih oleh perusahaan dengan tepat saat menyeleksi karyawan baru. Metode berikut dapat digunakan dalam pemilihan:

- a. Metode non-ilmiah

Metode ilmiah adalah pilihan yang tidak didasarkan pada kriteria, standar atau spesifikasi kebutuhan pekerjaan yang sebenarnya, tetapi

hanya pada penilaian dan pengalaman. Pemilihan ini tidak berpedoman pada uraian tugas dan uraian tugas jabatan yang akan diisi. Unsur metode non-ilmiah ini adalah:

- 1) Surat lamaran
- 2) Gelar dan nilai terakhir
- 3) Surat keterangan kerja dan pengalaman
- 4) Referensi/rekomendasi dari orang yang dapat dipercaya
- 5) Wawancara tatap muka
- 6) Penampilan dan kondisi

b. Metode Ilmiah

Metode ilmiah adalah pengembangan seleksi non-ilmiah melalui analisis yang cermat terhadap unsur-unsur seleksi untuk mendapatkan karyawan yang memenuhi syarat dengan penempatan yang sesuai. Metode ilmiah ini adalah metode berbasis pengetahuan ilmiah dari mana percobaan dilakukan pada calon karyawan dimana nilai tes dan hasil berpengaruh signifikan terhadap penerimaan atau penolakan karyawan pengambilan keputusan.

c. Unsur-unsur metode ilmiah adalah sebagai berikut:

- 1) Metode kerja yang jelas dan sistematis
- 2) Berorientasi pada efisiensi kerja
- 3) Berorientasi pada kebutuhan nyata karyawan
- 4) Berdasarkan analisis kerja dan ilmu sosial lainnya dan terbimbing oleh hukum perburuhan.

## 8. Pengecekan Referensi

Pengecekan referensi adalah upaya untuk mendapatkan informasi yang benar tentang latar belakang dan karakter calon pegawai. Informasi tersebut sangat diperlukan jika pelamar telah bekerja di perusahaan lain. Informasi yang diperlukan terutama konfirmasi informasi yang diberikan oleh calon karyawan dalam aplikasi atau wawancara dan yang dapat dipercaya dalam manajemen keuangan. Sumber informasi adalah perusahaan tempat calon karyawan pernah bekerja, lembaga pendidikan khusus untuk lulusan baru atau rekomendasi lain yang diberikan oleh calon karyawan. Pemeriksaan harus dilakukan sebelum mengundang karyawan yang akan datang untuk wawancara akhir, dan harus ada laporan tertulis tentang hasil pemeriksaan oleh petugas yang melakukannya.

Majikan saat ini harus diverifikasi, tetapi hanya setelah pemohon ditawarkan pekerjaan dan menandatangani surat penawaran. Verifikasi langsung juga diperlukan jika calon pegawai telah menunjukkan surat keterangan resmi dari perusahaan tempat calon pegawai sebelumnya bekerja. Seleksi adalah teknik yang berguna untuk mengidentifikasi karyawan potensial yang memenuhi persyaratan atau standar yang telah ditentukan. Proses seleksi akan dilakukan setelah kandidat diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan saat rekrutmen. Metode ini melibatkan beberapa langkah dengan tingkat kesulitan dan durasi yang semakin meningkat sebelum karyawan mengambil keputusan (Kasmir, 2019). Kemudian dijelaskan pula bahwa seleksi merupakan kegiatan SDM yang dilakukan setelah proses rekrutmen selesai (Achmad, 2015).

Dari kedua sudut pandang yang telah dijelaskan di atas dapat disimpulkan bahwa proses seleksi merupakan langkah kedua setelah rekrutmen, seleksi itu sendiri berfungsi untuk memilih calon karyawan baru yang benar-benar sesuai dengan skill yang dibutuhkan oleh perusahaan. Prosesnya memiliki dua pendekatan, yang pertama adalah hambatan sukses adalah pendekatan yang dilakukan melalui tahap seleksi progresif, artinya pencari kerja harus melalui setiap tahap seleksi langkah demi langkah, mulai dari proses administrasi hingga wawancara akhir.

Kemudian yang kedua, atau kompensasi, adalah pendekatan yang diterapkan sedemikian rupa sehingga seleksi dilakukan melalui sistem massal, semua tahapan tes diseleksi melalui sistem berulang, artinya setiap calon pegawai yang mengikuti seleksi harus terlebih dahulu lulus seluruh rangkaian tes dan akumulasi dari seluruh hasil tes akan menjadi penentu hasil grade. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa sumber daya manusia (SDM) berperan penting dalam menciptakan karyawan yang berkualitas, performa optimal. Hasil yang diperoleh menunjukkan secara simultan dan parsial bahwa proses seleksi dan rekrutmen berpengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif perusahaan, kualifikasi perusahaan (Halisa, 2020).

Oleh karena itu, tujuan dari seleksi ini adalah untuk mengkaji proses manajemen sumber daya manusia melalui seleksi di tempat kerja. Fokus utamanya adalah untuk mengumpulkan informasi tentang kelancaran proses seleksi perusahaan. Manajemen sumber daya manusia (SDM) merupakan aspek penting yang tidak boleh dilupakan oleh seorang pengusaha.

Karena orang (karyawan) yang merupakan motor penggerak perusahaan harus dikelola secara profesional. SDM adalah orang-orang yang memberikan kontribusi berharga untuk mencapai tujuan sistem organisasi bisnis. Kontribusi didefinisikan di sini sebagai hasil produktivitas dari suatu tugas. Proses seleksi merupakan salah satu bagian terpenting dari keseluruhan proses manajemen personalia.

Argumen ini didasarkan pada fakta bahwa sebuah organisasi atau perusahaan mendapatkan karyawan yang bergantung pada seberapa hati-hati proses seleksi ini dilakukan. Dan proses seleksi ini merupakan bagian integral dari rekrutmen untuk proses penentuan kandidat yang akan direkrut (Sukanti, 2013).<sup>126</sup> Seleksi adalah proses pengumpulan dan menggunakan informasi tentang pencari kerja untuk menentukan siapa yang harus diterima untuk posisi jangka pendek dan jangka panjang (Randall dan Jackson, 2017).

Penempatan mengacu pada pencocokan orang untuk tugas berdasarkan kebutuhan tugas dan pengetahuan, keterampilan, kemampuan, preferensi dan kepribadian karyawan, orang, pekerjaan, organisasi dan lingkungan cocok. Oleh karena itu prosedur pemilihan yang cermat dan penempatan yang tepat sangat penting untuk pengelolaan SDM di perusahaan atau organisasi. Jika dilakukan dengan benar, prosedur ini niscaya akan memastikan bahwa perusahaan atau organisasi memiliki karyawan yang dapat menjalankan tugas dengan baik dan menghasilkan produktivitas yang tinggi. Terdapat empat jenis tantangan yang harus dipertimbangkan dan dihadapi oleh penyelenggara dalam menentukan jenis dan tahapan proses, yaitu: penyediaan tenaga



kerja, tantangan etika, tantangan organisasi, dan kesempatan kerja yang setara kesempatan (Siagian, 2013).

Mengenai isi tahapan seleksi, menurut yang didasarkan pada penemuan tentang reaksi kandidat dalam proses seleksi, kandidat lebih memilih proses di mana mereka berpartisipasi dalam kegiatan yang benar-benar mengacu pada lowongan. <sup>17</sup> Simulasi dan contoh kerja umumnya dianggap lebih relevan untuk kandidat daripada, misalnya, tes kognitif tertulis dan analisis tulisan tangan dan mungkin karena ini kandidat menganggap alat tersebut lebih adil.

Kandidat mungkin bereaksi negatif terhadap wawancara yang dilakukan dengan buruk. Pertanyaan diskriminatif atau menghina jelas meninggalkan kesan negatif. Begitu pula pertanyaan bersifat dangkal dan tidak terkait dengan hal perusahaan. Oleh karena itu, organisasi harus mencoba alat seleksi yang berbeda dari yang umum digunakan dan jarang digunakan untuk mendapatkan informasi yang berbeda serta untuk memprediksi kinerja.

Dalam hal ini, <sup>22</sup> ada empat standar yang dapat digunakan organisasi dalam proses seleksi, yaitu:

- a. Relevansi, yaitu: sejauh mana alat seleksi dapat mencerminkan sampel yang representatif dari pekerjaan;
- b. Keandalan, yaitu: sejauh mana alat seleksi memberikan hasil yang sama ketika digunakan pada waktu yang berbeda atau oleh orang yang berbeda;

- c. Validitas, yaitu hubungan statis antara skor alat seleksi dan kriteria atau ukuran kinerja pekerjaan; dan
- d. Faktor keadilan, yaitu: setiap instrumen seleksi harus dievaluasi terhadap standar keadilan yang bertujuan untuk memperlakukan dan memberikan semua pelamar kesempatan yang sama untuk mendapatkan pekerjaan.

Pilihan berbagai penjelasan dan konsep, jika dilakukan dengan benar sesuai prosedur, dan didukung, mencakup sumber daya manusia yang dibutuhkan oleh organisasi mana pun. Karena prosedur pemilihan yang benar berdampak positif tidak hanya pada perusahaan, tetapi juga pada pencari kerja terpilih. Keuntungan perusahaan itu sederhana. Kandidat merasa bahwa perusahaan atau organisasi yang melakukan seleksi memiliki sikap dan praktik yang adil, sehingga ketika kandidat mengalami kegagalan dalam seleksi dapat merasakan “kepuasan” atau setidaknya kepercayaan diri. Introspeksi bahwa mereka gagal memenuhi standar yang ditetapkan perusahaan atau organisasi untuk mereka bekerja. Kandidat yang berhasil tentunya harus dapat bekerja, menunjukkan potensi penuh mereka, baik dalam bentuk pengetahuan, keterampilan, kemampuan, minat, preferensi dan kepribadian sesuai dengan minat dan tujuan perusahaan atau organisasi tempat mereka bekerja.

### **Kesimpulan**

Tujuan utama pengelolaan SDM adalah mendapatkan orang yang memiliki nilai finansial bagi perusahaan, produktivitas tinggi, dan kepuasan kerja. Langkah selanjutnya dalam manajemen personalia adalah seleksi. Inti dari proses seleksi adalah sejauh mana penyeleksi memahami kualitas apa yang harus dimiliki kandidat

potensial untuk tampil baik di posisi. Disini peran analisis pekerjaan terlihat jelas, dimana hasil analisis pekerjaan yang baik dapat mengungkapkan secara detail pengetahuan, keterampilan, kemampuan dan atribut lainnya yang harus dimiliki oleh tenaga kerja masa depan. Kriteria lain yang biasa digunakan perusahaan untuk menyeleksi karyawan, antara lain pendidikan formal, pengalaman kerja (termasuk pengalaman kerja sebelumnya), ciri fisik (misalnya tidak cacat, tidak buta warna, tidak bertato), ciri individu, misalnya (status perkawinan, jenis kelamin), agama, usia, hobi) dan ciri-ciri kepribadian (seperti stabilitas emosi, ekstroversi, keterbukaan terhadap pengalaman baru). Apakah tingkat seleksi ketat atau tidak dapat dilihat dari indikator rasio seleksi (selection ratio), yang menunjukkan perbandingan antara jumlah calon yang diterima untuk pekerjaan dan jumlah calon yang mengajukan permintaan. Semakin tinggi rasio (mendekati rasio 1:1), proses seleksi sangat longgar. Sebaliknya, jika koefisien seleksi menurun, berarti seleksi dilakukan secara ketat dimana jumlah pelamar jauh lebih banyak daripada jumlah karyawan yang diterima. Manajemen seleksi dan rekrutmen yang lebih baik juga berdampak signifikan terhadap implementasi fungsi SDM lainnya, seperti orientasi dan penempatan, pelatihan dan pengembangan, perencanaan dan pengembangan karir, evaluasi kinerja dan penghargaan. Kegiatan seleksi harus didasarkan pada kebutuhan yang dirasakan organisasi baik secara fisik maupun dalam hal keterampilan dan kemampuan. Tindakan tersebut jika dilakukan sesuai dengan prinsip manajemen yang baik dapat mencegah organisasi menjadi mubazir, kecuali ada faktor eksternal di luar kendali organisasi itu sendiri.

## Daftar Pustaka

Darodjat, Tubagus Achmad. (2015). Konsep- Konsep Dasar Manajemen Personalia. Surabaya, Refika Aditama.

79 Halisa, N. N. (2020). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia "Sistem Rekrutmen, Seleksi, Kompetensi dan Pelatihan" Terhadap Keunggulan Kompetitif: Literature Review. ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal, 1 (2 Desember), 14-22.

120 Handoko. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi Jakarta, Bumi Aksara.

Kasmir. (2019). Analisis Laporan Keuangan. Edisi Pertama. Cetakan Keduabelas. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.

138 Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta, Buku Kedua.

Mondy, R. Wayne. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta, Erlangga.

Randall, S. Schuler dan Susan, E. Jackson. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Keenam. Jakarta, Penerbit Erlangga.

Rivai, Veithzal. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan. Jakarta, Rajawali Pers.

121 Siagian, Sondang P. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta, Bumi Aksara.

Sukanti, Umi. (2013). Management Personalia/Sumber Daya Manusia. Jakarta, P2LPTK Dikti Depdikbud.

Sunyoto, D. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta, CAPS (Center for Academic Publishing Service).

## Profil Penulis



### **Ade Khadijatul Z. Hrp, M.M.**

Ketertarikan penulis terhadap ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia dimulai pada tahun 1999 silam. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk masuk ke Madrasah Aliyah Negeri 2 di Padangsidempuan dengan memilih Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial dan berhasil lulus pada tahun 2002. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi dan berhasil menyelesaikan studi S1 di Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Perguruan Kampus yang berada di Padangsidempuan pada tahun 2007. Dua tahun kemudian, penulis menyelesaikan studi S2 di Jurusan Manajemen Sumber Daya Manusia Universitas Muhammadiyah Jakarta. Penulis memiliki kepakaran dibidang Manajemen Sumber Daya Manusia dan Kewirausahaan. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti dibidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenag. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email Penulis: [ade.khadijatul@yahoo.com](mailto:ade.khadijatul@yahoo.com)



# NETWORKING SUMBER DAYA MANUSIA KEWIRAUSAHAAN

**Ana Fitriyatul Bilgies, M.M.**

Univeristas Islam Darul Ulum Lamongan

## **Pendahuluan**

Networking menjadi perhatian dalam komunitas peneliti. Dalam bisnis kita juga mencari tahu bagaimana pengaruh networking terhadap kewirausahaan dan ekonomi. Sangat penting untuk membangun networking kewirausahaan dan sosial bagi orang-orang untuk bertahan hidup di dunia di mana persaingan sangat ketat. Networking meningkatkan bisnis melalui koneksi dari sumber yang diperlukan untuk membantu perusahaan mencapai tujuannya. Networking juga merupakan salah satu fondasi terpenting keberhasilan pendidikan. Sebagai makhluk sosial, pada dasarnya perlu untuk mengembangkan hubungan yang baik antara sesama manusia, baik di lingkungan seperti rumah, keluarga, kerabat dan rekan kerja (Ripolles & Blesa, 2005).

Wirausaha jejaring adalah organisasi sosial yang menawarkan berbagai jenis sumber daya untuk mendukung atau memajukan usaha bisnis. Memiliki sumber daya manusia yang memadai merupakan kunci dalam menentukan seberapa baik kinerja bisnis. Jika digabungkan dengan kewirausahaan, jejaring sosial adalah bidang yang tidak hanya diperlukan untuk

meluncurkan bisnis atau proyek, tetapi juga untuk mengubah proyek yang tidak menguntungkan menjadi menguntungkan (Sanusi, 2013:36).

### **Pengertian *Networking***

Berkarir bukan hanya tentang keterampilan dan kompetensi, tapi juga bisa membangun hubungan baik dengan orang lain. Oleh karena itu, *networking* merupakan istilah yang merujuk pada upaya tersebut. *Networking* adalah praktik berbagai ide, informasi, dan pengetahuan untuk mencapai kesuksesan. Memiliki hubungan dengan banyak orang akan memberikan peluang kesuksesan yang lebih besar (Frank, 2018) dalam Terra (2018).

*Networking* adalah teknik yang sering kita jumpai saat membahas bisnis dan peningkatan karir. Apakah menjalankan bisnis atau memajukan karir seseorang, *networking* selalu penting? Ya. *Networking* memang merupakan peranan penting dalam berbisnis maupun mengembangkan karir. Secara singkat untuk menyatakan dengan jelas bahwa jejaring adalah proses membangun koneksi dengan orang-orang dalam lingkungan sosial yang memiliki minat atau profesi yang sama. Hubungan yang memiliki peluang signifikan akan melancarkan bisnis atau mendukung kemajuan karir di masa depan (Ramadhani, 2022).

Untuk membangun hubungan antara satu organisasi dengan organisasi lainnya, keterampilan berjejaring dalam praktik nyata sangat diperlukan. Bagi dunia karir, *networking* dan relasi sangatlah penting untuk meraih kesuksesan untuk memiliki karir yang sukses dan panjang. Oleh karena itu, *networking* biasanya digunakan sebagai satu cara paling efektif bagi seseorang untuk mengatur waktu mereka secara efektif dan memajukan karir mereka (Pexels, 2022).



## **Manfaat *Networking* untuk Bisnis**

Tanpa *networking*, bisnis tidak akan ada. Kenyataannya, setiap bisnis selalu membutuhkan *networking* karena sebuah bisnis tidak bisa berdiri sendiri. Untuk sukses dalam bisnis, harus memahami kunci yang akan membuatnya tumbuh lebih pesat. Menjalinkan relasi adalah salah satu praktek bisnis yang penting. Menurut pengamatan yang dilakukan oleh beberapa pebisnis, tingkat keberhasilan *networking* bisa mencapai 60 persen atau lebih. Hal ini dapat dilihat jika sebuah perusahaan semakin besar, maka hubungan antara mereka akan semakin jauh. Maka dari itu, *networking* keterampilan adalah keterampilan yang diperlukan jika ingin mencapai tujuan bisnis dengan lebih mudah. Beberapa manfaat *networking* :

1. Mempermudah Kolaborasi
2. Meningkatkan Profil Bisnis
3. Memudahkan Inovasi Produk
4. Kesempatan Bisnis Semakin Lebar
5. Platform Untuk Mengembangkan Bisnis
6. Mendapatkan dukungan karir berupa referral
7. Mendapatkan pekerjaan baru
8. Dipromosikan dalam jabatan

152

## **Sumber Daya Manusia Kewirausahaan**

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan konsep yang sangat penting yang harus dimanfaatkan untuk mencapai tujuan organisasi atau bisnis. Berbeda dengan unsur sumber daya lainnya, seperti uang dan teknologi, tubuh manusia merupakan komponen utama dari suatu organisasi karena berhubungan langsung dengan faktor lain.

Faktor penting bagi otoritas adalah kualitas SDM, khususnya kualitas pegawai yang dapat membantu bisnis mencapai tujuan yang diharapkan. Ada kemungkinan kualitas sumber daya manusia berbeda dengan sumber daya manusia dalam suatu institusi.

Kewirausahaan adalah proses sistematis untuk merumuskan harga pada tingkat barang dan jasa atau merumuskan sesuatu yang baru dan khas oleh bisnis termasuk mengelola waktu dan sumber daya secara efisien, mendistribusikan berbagai barang dan jasa, kemudian menghasilkan pendapatan dan memperoleh informasi (Utami et al., 2016). Drucker (1994) mendefinisikan kewirausahaan sebagai alat untuk menciptakan hal-hal baru dan berbeda. Menurut Scarborough & Zimmerer (1996), kewirausahaan adalah proses yang menggunakan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan memberikan solusi yang dibutuhkan setiap orang dalam kehidupan sehari-hari mereka. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk membentuk atau menciptakan sesuatu yang berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif dalam menciptakan peluang (Scarborough & Zimmerer, 1996).

Sumber daya manusia yang kompeten, berkualitas dan memadai adalah faktor-faktor yang mendukung pelaksanaan usaha. Salah satu pilar kesuksesan bisnis adalah memiliki struktur keuangan yang fleksibel, besar, dan sehat. Tanpa modal sumber daya manusia, prospek pekerjaan mungkin tidak ideal. Sebagai contoh, bisnis tanpa pendanaan tidak dapat membeli peralatan dan teknologi untuk operasinya dan juga tidak dapat merancang strategi promosi secara efektif. Selain itu, mempekerjakan sumber daya manusia yang tidak kompeten dan terampil akan menghambat pencapaian tujuan.

Di Indonesia sendiri, pemerintah telah melakukan investasi keuangan yang signifikan untuk mengatasi masalah sosial dan berkolaborasi dengan banyak negara asing di seluruh dunia. Sosial enterprise bertujuan untuk mengubah dinamika sosial menjadi lebih baik atau dengan cara yang menguntungkan masyarakat umum. Untuk mengkonfigurasi sumber daya, kewirausahaan membutuhkan biaya berkelanjutan, pengembangan sumber daya baru dan cara-cara baru. Sumber Daya Manusia telah merekrut model bisnis baru dan secara aktif berpartisipasi dalam transformasi global (Kaur, 2018).

Sedangkan seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan, umumnya memiliki potensi menjadi pengusaha dan pengusaha umumnya memiliki jiwa kewirausahaan. Namun <sup>16</sup> kendala utama kurangnya minat untuk berwirusaha dari generais muda Indonesia adalah umumnya mereka bercita-cita untuk menjadi seorang karyawan maupun menjadi Pegawai Negeri Sipil (PNS). Pola pikir (mindset) inilah yang harus dirubah agar pelaksanaan pembangunan nasional dapat berjalan seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Oleh karena itu, agar generasi muda Indonesia memiliki minat yang besar untuk menjadi pelaku wirausaha, maka beberapa hal yang perlu diperhatikan dan menjadi bagian terpenting bagi pelaku wirausaha adalah sebagai berikut:

<sup>144</sup> Tabel 6.1. Profil Seorang Wirausahawan

Karakteristik	Ciri wirausahawan yang menonjol
Berprestasi tinggi	Mereka lebih suka bekerja dengan ahli untuk melakukan tugas dengan lebih antusias
Pengambil resiko	Mereka tidak keberatan mengambil resiko, tetapi mereka berusaha menghindari mengambil resiko yang besar.

Pemecah masalah	Mereka cepat untuk mengidentifikasi masalah yang mungkin mencegah mereka mencapai tujuan mereka.
Pencari status	Mereka tidak membiarkan keinginan mereka untuk prestise menghalangi tujuan bisnis mereka.
Tingkat energi tinggi	Usaha dan komitmen untuk tujuan kesuksesan
Percaya diri	Jaminan tingkat tinggi
Ikatan emosi	Memisahkan karir dari hubungan emosional
Keputusan pribadi	Menyukai formalitas, tetapi lebih menyukai kompleksitas yang luar biasa.

Sumber: David (1996)

16 Oleh karena itu, pemerintah berupaya untuk meningkatkan kapasitas wirausaha dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam kewirausahaan dengan tiga tahap, yaitu pembibitan, penempatan, dan pengembangan. Karena kebutuhan untuk dapat bersaing (memiliki daya saing) dan kebutuhan akan ambang batas yang tinggi untuk memberikan wewenang kepada lembaga, cukup sulit bagi masyarakat umum untuk menjalankan wewenang pemerintahan. Faktor lain yang diperlukan adalah adanya rencana pengembangan usaha kecil yang didasarkan pada maksud dan tujuan masing-masing perusahaan, dengan harapan dapat memperkuat rencana pengembangan usaha kecil dalam rangka meningkatkan ukuran perekonomian nasional dengan tetap memenuhi kebutuhan masyarakat diseluruh Indonesia.

16 Pemberdayaan usaha kecil dan menengah melalui pengelolaan jiwa kewirausahaan diharapkan dapat melahirkan pelaku usaha kecil yang mandiri dan tangguh dalam menghadapi persaingan komersial, terutama dalam hal peningkatan pengetahuan pelaku usaha kecil melalui pelatihan pembuatan barang yang membutuhkan keterampilan khusus, seperti desain dan kerajinan batik.

Konsekuensi lain dari kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang bernilai dengan mengeluarkan upaya dan waktu yang diperlukan, mengambil risiko finansial, psikologis, dan sosial yang terlibat, dan menerima imbalan finansial dan kepuasan pribadi (Hastuti, dkk., 2020).

### **Networking dan Wirausaha**

Networking dan wirausaha merupakan yang paling penting di dalam dunia usaha. Memperluas networking akan dipercaya oleh banyak orang. Dalam dunia bisnis, networking dapat didefinisikan sebagai tindakan yang membangun koneksi dengan banyak orang, tanpa harus langsung melihat keuntungan sekarang, tetapi juga untuk di masa depan. Jika kita tidak mampu mengerjakan sendiri, tidak salah jika kita bekerja sama dengan orang lain. Jika kita mau memulai usaha, jangan lupa bahwa usaha tersebut bisa membantu orang lain (Claudia, 2016).

Berikut cara membangun networking dalam bisnis wirausaha :

#### 1. Perbanyak kenalan

Banyak pelaku bisnis berhasil membangun networking bisnis yang kuat yang dimulai dari suatu perkenalan. Dengan mengikuti seminar, workshop atau berbagai acara lainnya dimana bisa bertemu banyak orang dari berbagai latar belakang, berkesempatan untuk berkenalan dan membuka networking baru untuk lebih mengembangkan bisnis.

#### 2. Lakukan ATM (Amati Tiru Modifikasi)

Proses meniru langkah dan strategi orang-orang sukses yang sukses di bisnis yang sama untuk membangun networking bisnis sekaligus mengembangkan keahlian dalam diri.

### 3. Melakukan aktivitas sharing

Saat mendominasi suatu industri, dapat berbagi dengan orang lain karena berbagi yang sebenarnya tidak memerlukan biaya. Contoh dapat di forum online, di media sosial dan di mana saja dapat berbagi dengan baik.

### 4. Gunakanlah sosial media

Saat ini, semua orang terhubung lebih dekat melalui media sosial. Media sosial sebagai alat untuk membangun networking bisnis. Terhubung dengan orang-orang di luar lingkaran pertemanan juga akan terhubung dengan bisnis. Misalnya, jika menjual perlengkapan dapur, bisa bergabung dengan komunitas memasak dan komunitas ibu lainnya di media sosial. Selain mendapatkan wawasan baru tentang perusahaan, juga dapat mengetahui apa yang sebenarnya diinginkan dan dibutuhkan oleh kelompok sasaran.

### 5. Sikap percaya diri

Kurangnya rasa percaya diri untuk memulai komunikasi dapat menjadi penghambat perluasan networking. Selain itu, hal paling sederhana yang paling sering ditemui adalah rasa malu saat bertemu seseorang yang mungkin bisa membantu bisnis. Oleh karena itu, perlu mengatasi rasa malu saat berhadapan dengan orang lain.

## Daftar Pustaka

Claudia, P. (2016). Analisis Peran Pendidikan Kewirausahaan dan Networking Terhadap Keberhasilan Startup Bisnis (Doctoral dissertation).

16 David, E. Rye. (1996). Tool for Executif: The Vest Poket Entrepreneur, Alih bahasa: Hadyana. Jakarta Prenhallindo.

Drucker, Peter F. (1996). Inovasi dan Kewiraswastaan yang diterjemahkan oleh Rusjdi Naib. Jakarta: Erlangga.

118 Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., & Simarmata, J. (2020). Kewirausahaan dan UMKM. Yayasan Kita Menulis.

1 Kaur, Gurjeet dan Stanzin Mantok. (2015). Effects of Entrepreneurial Orientation ON BUSINESS PERFORMANCE: A STUDY OF SSIs IN LUDHIANA.

Pexels. (2022). Gifari Zakawali (17 Mei 2022). *Apa Itu Networking Dalam Bisnis? Berikut Manfaatnya* Retrived from <https://store.sirclo.com/blog/apa-itu-networking-dalam-bisnis/>

Ramadhani, Niko. (2022). Manfaat Networking dan Cara Membangunnya. <https://www.akseleran.co.id/blog/networking-adalah/>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2023.

95 Ripollés, M., & Blesa, A. (2005). Personal networks as fosterers of entrepreneurial orientation in new ventures. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 6(4), 239-248.

Sanusi, A. (2013). Kepemimpinan Pendidikan: Strategi Pembaruan, Semangat Pengabdian, Manajemen Modern. Bandung: Nuansa Cendekia.

136

Scarborough, N. M., & Zimmerer, T. W. (1996). *Effective small business management* (Vol. 2). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Terra. (2018, 22 Oktober). "*Networking Dan Lobbying*". *Medium*. Tersedia: <https://medium.com/@TERRAITB/networking-dan-lobbying-9f223e630ff7>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2023.

132

Utami Nanda E, et al, (2017). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Bisnis dan Iptek*, Vol. 4 No.1.



## 12 Profil Penulis



### **Ana Fitriyatul Bilgies, M.M.**

Penulis lahir di Lamongan tanggal 23 Mei 1988. Penulis adalah dosen tetap pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul 'Ulum Lamongan. Menyelesaikan Pendidikan S1 pada jurusan manajemen pada tahun 2011 dan S2 pada tahun 2014 Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jatim.. Dan saat ini sedang lanjut studi S3 Doktoral Manajemen di Universitas di Surabaya. Kegiatan penulis selain menulis buku buku ajar, penulis juga mengajar ekonomi dan aktif melakukan kegiatan pengabdian masyarakat di berbagai daerah. Beberapa buku yang telah ditulis adalah Pengantar Manajemen Keuangan, Kewirausahaan, Bank dan Lembaga Keuangan, dan buku book chapter diantaranya : Sumber Daya Manusia, Anggaran Perusahaan, Akuntansi, Ilmu Ekonomi, Akuntansi Manajemen, Etika Pengembangan Kepribadian. Pada tahun 2018 berhasil lulus penelitian dosen pemula yang dibiayai oleh Kemenristekdikti sebagai ketua peneliti. Bagi penulis, kegiatan menulis adalah hobi untuk meluangkan waktu, tenaga dan pikiran tempat meningkatkan kreatifitas dan menjadikan hidup lebih produktif.

Email Penulis: [anafitriyatulbilgies@unisda.ac.id](mailto:anafitriyatulbilgies@unisda.ac.id)



## MENTORING SUMBER DAYA MANUSIA KEWIRAUSAHAAN

**Rahmat, M.M.**

Universitas Graha Nusantara Padangsidempuan

### **Pengertian Mentoring**

Mentoring adalah salah satu cara agar terjadi proses pembelajaran. Orientasi mentor adalah pembentukan karakter dan kepribadian seseorang sebagai mentor (peserta mentoring) karena keberadaan mentor dalam suatu forum atau organisasi. Secara bahasa, mentor berasal dari kata bahasa Inggris mentor yang berarti penasehat. Mentor adalah seseorang yang intelektual dan pandai mengajar, mendidik, membimbing, mendorong, melatih dan mengatur orang lain, sehingga kata mentor selalu digunakan dalam konteks pendidikan, orientasi, pembinaan dan pelatihan. Secara terminologis, ada beberapa definisi yang berbeda tentang pendampingan, salah satunya mendefinisikan pendampingan sebagai proses yang menggunakan aspek yang berbeda termasuk kompetensi orang yang berpengalaman melalui orientasi, mendidik dan melatih orang muda untuk tujuan kejuruan. Mentoring adalah proses mendukung dan mendorong seseorang untuk membuat pembelajaran terjadi.

Mentoring juga mencakup aspek pelatihan, bimbingan, konseling, dan bekerja dengan orang lain.

Mentoring adalah pembentukan komunitas yang membutuhkan kepercayaan dan kepedulian terhadap masa depan pemuda. Ini juga tentang berbagi pengetahuan dan keterampilan pribadi dengan remaja. Mentoring merupakan hubungan interpersonal dalam bentuk kepedulian dan dukungan antara seseorang yang berpengalaman dan berpengetahuan luas dengan seseorang yang kurang berpengalaman maupun yang pengetahuannya lebih sedikit (Crawford, 2010). Mentor, di sisi lain, berfungsi sebagai mentor dan pelatih yang setia, di mana mentor melatih orang-orang yang dianggap ahli atau lebih berpengalaman, untuk tujuan mengubah atau mentransfer ide, nilai-nilai kehidupan, konsep pemikiran dan keahlian, untuk meningkatkan "penerus" kesuksesan. Mentoring yaitu hubungan yang saling menguntungkan dari seseorang yang mempunyai pengalaman lebih kepada individu yang kurang berpengalaman untuk mengidentifikasi dan meraih tujuan bersama (Ali & Panther, 2008).

Dari pengertian di atas, pendampingan dalam arti luas dapat dipahami sebagai kegiatan yang dilakukan secara terencana untuk mendukung perkembangan dan pencapaian tujuan organisasi. Kualitas hubungan mentor-mentee menentukan kualitas program mentoring. Hubungan saling percaya dan menyenangkan meningkatkan proses pembelajaran mentee. Hubungan dari mentor-mentee dibangun dari tiga fase yaitu; fase inisiasi, fase kerja dan fase terminasi (Faoreur, 2008). Hubungan yang terjalin antara mentor dan mentee akan membuat organisasi menjadi sangat sukses. Pada tingkat pribadi, pendampingan berfokus tidak hanya pada bagaimana nasihat diberikan, tetapi juga pada kesediaan untuk mendengarkan nasihat. Pendampingan bersama ini digunakan dalam kegiatan pendampingan untuk menciptakan suasana saling belajar untuk membawa perubahan ke arah yang lebih baik.

Dari yang tidak diketahui menjadi diketahui bahkan semua orang menjadi ahli dan lebih berpengalaman. Rasa tujuan dan kemungkinan keberadaan yang berarti antara mentee dan mentee adalah kunci keberhasilan organisasi dan individu. Mentor dapat menjadi alat yang efektif untuk membangkitkan makna, yang akan menimbulkan motivasi dan tujuan organisasi yang tinggi.

Ada dua jenis kegiatan pendampingan, yaitu alami dan terencana. Secara alami melalui persahabatan, pendidikan, pelatihan dan nasihat. Sedangkan yang direncanakan adalah melalui program terstruktur dimana mentee dan mentee mengkategorikannya dan mengintegrasikannya melalui proses formal. Mentoring melibatkan orang yang lebih bijaksana dan lebih berpengalaman yang memberikan pengetahuan kepada orang yang kurang berpengalaman.

Seorang mentor tahu persis apa perannya. Bukan sebagai trainer tetapi sebagai panutan atau panutan dalam kegiatan mentoring dan memberikan nasehat profesional kepada mentee. Ini adalah hubungan yang ditawarkan tanpa biaya dan di mana ada dorongan, bimbingan, dukungan dan saran atas dasar netral untuk membantu mentee dan mentee dalam mengembangkan organisasi dan individu. Mentoring berupa konseling terkait praktik di tempat kerja, termasuk model peran individu, kelompok, dan organisasi.

### **Manfaat Mentoring**

Menarik orang-orang berbakat adalah proses awal manajemen sumber daya manusia dalam suatu organisasi, langkah awal yang sangat penting. Kehadiran orang-orang yang dipercaya dapat membantu tercapainya tujuan organisasi. Namun, hal tersebut tidak dapat sepenuhnya dijamin jika tidak didukung oleh pengembangan sumber daya manusia yang ada secara

optimal. Kemajuan dan pertumbuhan organisasi serta kondisi lingkungan organisasi yang dinamis memerlukan penyesuaian yang tepat. Oleh karena itu, pengembangan sumber daya manusia merupakan kunci bagi upaya organisasi untuk siap bersaing dan memenuhi kebutuhan yang ada. Pendampingan sebagai pendekatan pengembangan sumber daya manusia merupakan bagian penting dalam menciptakan organisasi yang siap bersaing dalam kemajuan dan persaingan bisnis.

Mentoring sebagai sebuah kemitraan antara mentor (yang memberi bimbingan) dan mentee (yang menerima bimbingan) (Kaswan, 2012). Mentoring adalah hubungan interpersonal dalam bentuk kepedulian dan dukungan antara orang yang berpengalaman dan berpengetahuan dengan orang yang kurang berpengalaman atau berpengetahuan. Dengan demikian, pendampingan mencerminkan hubungan yang unik antara individu. Tidak ada hubungan mentoring yang sama karena ada interaksi yang unik. Dalam hubungan unik ini, ada kemitraan belajar. Hampir semua hubungan pendampingan melibatkan perolehan pengetahuan, tetapi perlu juga dicatat bahwa pendampingan ini, meskipun bersifat timbal balik, pada dasarnya tidak setara. Mentor bisa mendapatkan keuntungan dari kegiatan ini, namun fokus utamanya adalah pada pertumbuhan dan perkembangan mentee.

Kegiatan pendampingan adalah kegiatan yang sangat menekankan pada hubungan pemangku kepentingan. Namun hubungan yang ada saat ini sangat spesifik, yaitu ruang lingkup utama pendampingan berupa pencapaian/kinerja dan sumber dukungan. Namun, keinginan untuk mencapai atau memiliki kinerja tertinggi sangat penting dalam segala bidang. Di tempat kerja, terutama di awal pekerjaan, sangat penting untuk mengetahui detail pekerjaan dan organisasi agar dapat

dengan cepat mengembangkan keterampilan untuk berhasil di tempat kerja. Atas pertanyaan ini, mentor adalah sumber informasi dan dukungan yang sangat berharga untuk mencapai kinerja optimal dalam waktu yang relatif singkat. Banyak alat tersedia yang bertujuan untuk membantu seseorang menjadi mahir dan mampu mencapai tujuan pribadi dan organisasi. Namun, sumber daya ini seringkali memiliki elemen yang sama, yaitu disediakan secara formal dan diterapkan dalam kerangka peraturan khusus. Untuk alasan ini, individu mengalami kesulitan mengungkapkan masalah pribadi dan niat nyata untuk pertumbuhan pribadi. Dalam kaitan inilah mentor menjadi bantuan yang sangat berharga untuk mendapatkan bantuan dan dukungan yang diharapkan. Adanya kegiatan pendampingan seperti ini akan sangat membantu, tidak hanya bagi mereka yang terlibat dalam kegiatan tersebut, tetapi juga bagi organisasi dan masyarakat luas.

Mentoring adalah alat yang menarik untuk pengembangan sumber daya manusia. Mentoring mampu untuk meningkatkan kinerja sumber daya manusia dalam perusahaan (Turner, 2012). Dalam pendampingan ini terjalin hubungan komunikasi yang baik dengan atasan; begitu pula sebaliknya, atasan dapat mengawasi dan mengarahkan bawahan. Jika hal ini berjalan dengan baik, sumber daya manusia yang masih belum berpengalaman atau kompeten cenderung akan belajar dengan cepat sehingga dapat bekerja lebih efisien.

Mentor dapat mencontohkan perilaku yang sesuai, memberikan umpan balik spesifik, dan mengidentifikasi praktik terbaik. Selain meningkatkan keberdayaan sumber daya manusia yang ada, pendampingan juga dapat memberikan efek motivasi kepada penulis. Mentoring dapat menjadi langkah pengembangan diri dan karier (Ivancevich & Hoon, 2002).

Seringkali semangat ambisi anak muda terhenti oleh rasa frustrasi dan ketidaksabaran setelah menyadari bahwa kemajuan yang mereka capai terjadi jauh lebih lambat dari yang diharapkan. Namun, jika mereka memiliki guru yang peduli dan peduli dengan pengembangan karir mereka, mereka akan bersemangat dan mampu bertahan. Selain itu, harapan keberhasilan dan hubungan sosial dalam organisasi akan meningkat. Sementara itu, mentor juga termotivasi dan terhindar dari kebosanan. Mereka akan menghadapi situasi di mana mereka harus mengartikulasikan ide dan tujuan organisasi dengan jelas. Mereka juga didorong untuk meningkatkan diri menjadi mentor yang baik. Tentu saja, ini bagus untuk organisasi, karena selain meningkatkan produktivitas, juga dapat mencegah pendapatan dan masalah terkait ketenagakerjaan lainnya, yang menyebabkan dampak biaya yang besar.

### **Model-Model Mentoring**

Memasuki era teknologi yang berkembang pesat, diperlukan kemampuan beradaptasi yang baik untuk memenuhi tuntutan kemajuan tersebut. Manajemen sumber daya manusia harus siap untuk mengantisipasi situasi ini. Dalam hal ini, pendampingan dapat menjadi penunjang sistem pendidikan formal sumber daya manusia dengan membantu mengembangkan dan memperkuat pembelajaran mandiri, membangun kepercayaan diri, meningkatkan loyalitas pada organisasi, membangun karir, meningkatkan potensi dan produktivitas, yang pada gilirannya memiliki dampak positif bagi organisasi. Pendampingan merupakan sarana yang efektif untuk memperkuat dan meningkatkan produktivitas sumber daya manusia karena bimbingan belajar mempercepat proses pembelajaran. Mentor dapat bertindak sebagai panutan, memberikan umpan balik cepat dan mengidentifikasi praktik yang baik.



Di sisi lain, kompetensi intrinsik mentee dapat berkembang secara optimal karena pendampingan membantu sumber daya manusia yang ada untuk menguasai pengetahuan, keterampilan dan sikap yang berkaitan langsung dengan pekerjaannya.

Hubungan interpersonal juga tercipta dengan baik oleh interaksi nilai positif. Melihat pentingnya peran pendampingan dalam pengembangan sumber daya manusia, kegiatan ini juga diperluas dengan berbagai model. Didorong oleh kemajuan teknologi yang mengurangi ruang dan waktu, model mentoring jarak, lintas budaya, tim, rekan, dan organisasi telah muncul.

1. Konsultasi jarak jauh menggunakan teknologi sebagai mediana seperti internet, email, dan lain-lain. Ini akan menarik karena memungkinkan untuk mencapai tempat-tempat yang sulit dan menguntungkan pada waktunya. Meski begitu, model ini membutuhkan infrastruktur yang memadai dan keterampilan khusus dalam penggunaan sarana teknologi. Selain itu, model ini kurang spontan, dan hubungan interpersonal yang dibangun kurang efektif.
2. Model lainnya adalah pendampingan lintas budaya. Model ini terutama bertujuan untuk menjadi kemitraan yang melibatkan perbedaan jenis kelamin, usia, ras/etnis atau kebangsaan. Pendampingan lintas budaya semakin dibutuhkan karena lingkungan kerja menjadi semakin beragam dalam hal jenis kelamin, usia, etnis atau kebangsaan. Setiap orang akan dapat bekerja di lingkungan yang berbeda. Mempersiapkan mitra untuk sukses dalam hubungan antar budaya merupakan tantangan bagi praktik pendampingan yang baik.

3. Dalam situasi di mana organisasi memiliki lebih banyak mentor dari pada mentor atau tertarik untuk memulai proses pendampingan dalam skala yang lebih besar, pendampingan kelompok dapat menjadi alternatif. Ada dua pendekatan pendampingan kelompok untuk mencapai tujuan pembelajaran anggota: pembelajaran aksi dan praktik komunitas. Dalam pembelajaran tindakan, kelompok dibentuk untuk belajar bersama bagaimana mengatasi kesulitan dan mencari solusi dari masalah dengan mendiskusikan kesulitan, bereksperimen, dan refleksi bersama. Kegiatan ini dilengkapi dengan instruktur yang terampil untuk membantu memecahkan masalah. Sedangkan komunitas praktik dirancang sebagai sekelompok orang yang ingin mempelajari sesuatu secara bersama-sama dengan suatu kelompok, baik secara nyata maupun maya. Orang-orang ini berbagi tujuan atau minat yang sama dan belajar dari satu sama lain dengan berbagi pengalaman dan informasi.
4. Model mentoring lainnya adalah peer mentoring. Pendamping berarti posisi atau posisi mentor dan mentee pada tingkat yang sama atau kurang lebih sama. Sulitnya mendapatkan mentor yang lebih berpengalaman, kendala waktu, demografi dan turnover yang tinggi menjadikan peer mentoring sebagai alternatif. Pendampingan rekan terjadi ketika orang-orang dengan tingkat tanggung jawab yang sama untuk kemitraan ingin saling meningkatkan keefektifan. Meskipun efektif dalam jangka pendek, pendampingan sebaya akan kurang efektif dalam jangka panjang. Pendampingan sejawat ini dapat berubah menjadi konflik jika organisasi berubah menjadi lebih berkembang.

5. Yang terakhir adalah model pendampingan organisasi. Dalam nasihat organisasi, terdapat hubungan bisnis-ke-bisnis, misalnya dalam hal lingkungan. Pendampingan lingkungan merupakan pendekatan transfer pengetahuan dalam pengelolaan lingkungan. Konseling Lingkungan berfokus pada penanaman kinerja lingkungan yang lebih baik melalui interaksi di antara rekan bisnis. Model pendampingan yang berbeda ini telah berkembang untuk memenuhi banyak kebutuhan yang muncul dalam organisasi.

### **Tantangan dalam Mentoring**

Selain sisi positifnya, sebagai bentuk hubungan interpersonal, pendampingan juga memiliki sisi negatifnya. Aspek ini dapat dialami oleh semua pihak, baik itu mentor, mentee maupun organisasi. Bahkan dapat terjadi mentoring yang efektif dan sehat pun mungkin ditandai dengan pengalaman negatif dari hal yang relatif kecil sampai hal yang besar (Gravells, 2006). Hubungan dalam penasehat harus peduli dengan membangun dan memelihara hubungan pemangku kepentingan. Sadarilah bahwa hubungan mentoring tidak selalu berjalan seperti yang diharapkan. Jika hal ini terjadi, misalnya dalam hubungan yang tidak efektif, penting bagi organisasi dan individu untuk mempertimbangkan kegiatan pendampingan. Di sisi lain, yang dapat terjadi selama pendampingan adalah mentor tidak memiliki cukup waktu untuk memenuhi tugas dan tanggung jawabnya. Meskipun mentor bermaksud membantu dan mendukung mentee, karena keterbatasan waktu, pendampingan tidak berjalan mulus. Program mentoring formal seringkali membutuhkan waktu tertentu, sehingga mentor dan mentee perlu mengelolanya dengan benar.

Tantangan lain yang harus diantisipasi adalah perbedaan tujuan, persepsi, dan kepribadian antara instruktur dan mentee.

Hal ini dapat terjadi jika mentor dipilih berdasarkan posisinya dalam organisasi. Ketika ini terjadi, mungkin ada kesenjangan dalam keterampilan khusus yang diharapkan dimiliki oleh mentee. Atau, sebaliknya, mentee merasa kurang percaya diri dan menganggap dirinya hanya membuang-buang waktu mentee. Di sini juga diperlukan mentor yang teladan seperti tidak menunjukkan budaya kerja yang negatif dan kebiasaan buruk yang dapat ditiru oleh mentee. Namun, jika dilaksanakan dengan baik, konsultasi dapat membawa banyak manfaat bagi organisasi dan orang-orang di dalamnya. Untuk mengantisipasi berbagai tantangan pendampingan, perlu juga dilakukan evaluasi terhadap kegiatan tersebut. Salah satu tujuan diadakannya evaluasi adalah untuk melihat apakah program mentoring mencapai tujuan yang diinginkan (Blanchard & Thacker, 2010).

Oleh karena itu, perlu diperhatikan persyaratan yang harus dimiliki oleh program pengembangan sumber daya manusia, termasuk program pendampingan. Persyaratan ini untuk membangun program pengembangan pribadi berdasarkan kebutuhan yang sebenarnya. Dengan kata lain, program dibuat untuk memenuhi kebutuhan peserta. Jika tidak cukup bukti, program itu hanya formalitas. Kemudian Anda juga harus menetapkan tujuan. Kebutuhan peserta dalam program pengembangan ini dapat diterapkan pada tujuan yang ingin dicapai. Selain itu, suatu program harus dirancang dengan waktu dan tempat yang sesuai dengan fasilitas yang memadai yang dapat mendukung program tanpa mengabaikan kewajiban-kewajiban utama. Yang juga perlu diperhatikan adalah pemilihan mentor yang tepat.

Mentor dapat dipilih dari dalam atau luar organisasi, sepanjang kualifikasi yang dimiliki dapat memenuhi kebutuhan peserta program mentoring. Untuk memastikan tercapainya tujuan tersebut, perlu dilakukan penilaian secara berkala untuk mengantisipasi kesulitan dan permasalahan yang masih tersisa serta mencari solusi yang tepat. Dengan demikian, pendampingan menjadi suatu kegiatan yang dapat dinikmati dan dilakukan dengan baik sehingga dapat memberikan hasil yang maksimal. Mentor dan mentee mencapai hasil yang maksimal sementara organisasi dapat berkembang dan siap menghadapi setiap perubahan dan tantangan.

### **Pengaruh Mentoring Terhadap Kewirausahaan**

Ketika pengusaha berkomitmen untuk kegiatan pendampingan yang didukung oleh mentor, mereka melalui proses yang meningkatkan keberhasilan mereka dalam berpartisipasi dalam program startup. Proses pendampingan sangat berpengaruh bagi mereka ketika mereka mengidentifikasi kesamaan yang ada antara mereka dengan mentor. Ketika mereka merasa bahwa karakteristik mereka mirip dengan pendamping dari desa yang sama dengan mereka, mereka akan lebih terbuka dan menerima kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh pendamping. Hal ini sesuai dengan kualitas hubungan mentee-mentee yang akan menentukan kualitas program mentoring dimana hubungan saling percaya dan menyenangkan akan meningkatkan mentoring mentee dalam proses pembelajaran. Proses terpenting dalam pendampingan ini adalah penyelarasan nilai/persepsi yang dimiliki oleh mentee dan mentor, dimana dalam proses ini mentee dapat menyampaikan ide-ide kepada mentor ide dan wawasan positif bagi mentee yang nantinya akan menjadi bekal bagi mentee membantu mereka untuk berhasil berpartisipasi dalam pemberdayaan kewirausahaan.

Mentor kemudian memilih jenis dukungan yang dia butuhkan dari mentor untuk meningkatkan peluang suksesnya dalam program startup. Dukungan diberikan dalam kegiatan konsultasi kepada badan usaha yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka, khususnya dengan membantu mereka memahami produk yang menarik untuk dipasarkan dan dengan menyediakan referensi buku tentang produk dan praktik yang baik pengolahan, pengemasan dan pemasaran produk. Kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh startup advisor juga memberikan pengetahuan dan pelatihan teknik pengemasan yang baik serta pemahaman dan penggunaan IT untuk mempromosikan produk bisnis melalui program tersebut. Komitmen badan usaha untuk terlibat dalam kegiatan pendampingan, mengidentifikasi kesamaan antara pendamping dan mentee dalam kegiatan pendampingan, keselarasan antara nilai/persepsi mentee dan mentee dalam proses pendampingan dan memilih bentuk dukungan yang diperlukan dari mentee mengarah pada peningkatan pengetahuan mereka dan wawasan, yang pada akhirnya meningkatkan kemampuan mereka untuk menjual produk bisnis mereka di pasar program startup.

Produk salah satu pelaku program ini akan berhasil menjadi produk unggulan di pasaran. Hal ini dapat terjadi ketika mereka memiliki kesempatan dan difasilitasi oleh pengelola program untuk berpartisipasi dalam program startup dan mengontrol partisipasi mereka dalam program tersebut. Disini terlihat bahwa fasilitasi program startup dalam hal keikutsertaan peserta dan kontrol terhadap program ini sangat mempengaruhi penjualan produk startup melalui pasar.

Dalam kewirausahaan timbul Efikasi Diri yang mengacu pada keyakinan bahwa seorang individu memiliki kemampuan untuk menyelesaikan tugas-tugas spesifik

yang dilakukan berkaitan dengan mendirikan dan menjalankan usaha (Bandura, 2007). Mispersepsi self-efficacy tidak bergantung pada jumlah keterampilan yang dimiliki seseorang, tetapi pada keyakinan tentang apa yang dapat dilakukan oleh keterampilan mereka sendiri dalam situasi yang berbeda.

Orang yang percaya pada kemampuannya melihat tugas yang sulit lebih sebagai tantangan daripada ancaman yang harus dihindari. Dalam domain kognitif sosial, empat proses dapat memengaruhi rasa efikasi diri individu: (1) penguasaan pengalaman, (2) pemodelan peran, (3) persuasi secara sosial, dan (4) penilaian tentang keadaan fisiologis mereka sendiri, seperti kegembiraan dan kecemasan.

Mentoring terlibat dalam proses pemodelan dan penguasaan pengalaman. Jika mentee memperoleh pengetahuan dan keterampilan melalui pendampingan, ini dapat meningkatkan rasa self-efficacy mereka. Misalnya, self-efficacy manajer berhubungan positif dengan penilaian kinerja. Mentor berguna dalam pengembangan mentee yang untuk meningkatkan efikasi diri (Krueger, 2000).

Kehadiran mentor atau panutan dapat mempengaruhi efikasi diri mentee (Johannisson, 2001). Sebagai contoh, beberapa penelitian menunjukkan bahwa orang tua sebagai panutan wirausaha memiliki dampak positif terhadap kapasitas kewirausahaan anak-anak mereka sebagai wirausaha. Fungsi mentor mengacu pada peran yang berbeda yang dimainkan oleh mentor dalam hubungan dengan mentee-nya (Kram, 2005).

Fungsi mentor ini membantu mentee mengembangkan hasil hubungan itu (Wanberg et al., 2003). Inilah mengapa mereka dianggap sebagai ukuran dari nasihat yang diberikan dan diterima.

Berbagai fungsi mentor dipelajari dalam organisasi besar dapat dipisahkan menjadi tiga kategori: fungsi psikologis, fungsi yang berhubungan dengan karier, dan pemodelan peran (Bouquillon, et al., 2005).

Beberapa penulis mengeksplorasi peran mentor dalam konteks bisnis. Fungsi ukuran mentor bagi pengusaha, tetapi mentor mereka dapat dianggap sebagai ahli di bidang seperti keuangan atau pemasaran, dan telah menerima arahan pengawasan yang tepat untuk mentee (Waters et al., 2002). Oleh karena itu, mentor memiliki pengaruh yang besar terhadap efikasi diri wirausaha.



53

## Daftar Pustaka

Ali, P. A., & Panther, W. (2008). Professional development and the role of mentorship. *Nursing Standard*, Royal College of Nursing, Great Britain.

142

Bandura. A. (2007). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84, 191-215.

Blanchard, N., & Thacker, J. (2010). *Effective Training, Systems, Strategies and Practices*. New Jersey: Prentice Hall.

30

Bouquillon, E. A., Sosik, J. J., & Lee, D. (2005). 'It's only a phase': examining trust, identification and mentoring functions received across the mentoring phases. *Mentoring & Tutoring*, 13(2), 239-258.

96

Crawford, Muchael. (2010). *A Fifth Discipline Resource: A Practitioner's Guide Using Team Learning within Mentoring Program*. Cincinnati, Ohio: The Union Institute and University Graduate College

53

Paoureur, M. (2008). Mentorship, perceptorship, & clinical supervision: Three key processes for supporting midwives. *New Zeland College of Midwives Journal*, 39, 7-12.

13

Gravells, J. (2006). Mentoring start-up entrepreneurs in the East Midlands—troubleshooters and trusted triends. *The International Journal of Mentoring and Coaching*, 4(2), 3-23.

Ivancevich, J. M., & Hoon, L. S. (2002). *Human Resource Management in Asia*. Singapore: McGraw-Hill Education

30 Johannisson, B. (2001). University training for entrepreneurship: a Swedish approach. *Entrepreneurship and Regional Development*, 3(1), 67-82.

Kaswan. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Keunggulan Bersaing Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

148 Kram, K. E. (2005). Mentoring at Work: Developmental Relationships in Organizational. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 24(3), 5-23.

30 Krueger, N. F. J. (2000). The Cognitive Infrastructure of Opportunity Emergence. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 24(3), 5-23.

13 Turner, P. S. (2012). A strategic approach to coaching in organisations: A case study. *The International Journal of Mentoring and Coaching*, 10(1), 9-26.

27 Wanberg, C. R., Welsh, E. T., & Hezlett, S. A. (2003). Mentoring Research: A Review and Dynamic Process Model. In J. J. Martocchio & G. R. Ferris (Eds.), *Research in Personnel and Human Resources Management* (Vol. 22, pp. 39-124). Oxford, U.K.: Elsevier Science Ltd.

Waters, L., McCabe, M., Kiellerup, D., & Kiellerup, S. (2002). The role of formal mentoring on business success and self-esteem in participants of a new business start-up program. *Journal of Business and Psychology*, 17(1), 107- 121.

## Profil Penulis



**Rahmat, M.M.**

Ketertarikan penulis terhadap ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia dimulai pada tahun 1989 silam. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk masuk ke Sekolah Menengah Ekonomi Tingkat Atas Swasta Panca Dharma di Padangsidimpuan dengan memilih Jurusan Akuntansi dan berhasil lulus pada tahun 1991. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi dan berhasil menyelesaikan studi S1 di Jurusan Manajemen Universitas Graha Nusantara Padangsidimpuan pada tahun 1996. Beberapa tahun kemudian, penulis menyelesaikan studi S2 di Jurusan Manajemen Sumber Daya Manusia Universitas Islam Sumatera Utara. Penulis memiliki kepakaran dibidang Manajemen Sumber Daya Manusia dan Kewirausahaan. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti dibidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email Penulis: rahmat.k4din@yahoo.com



# KOMUNIKASI SDM KEWIRAUSAHAAN

**Titi Suwarni, S.Pd.I., M.Pd.**

Universitas Ma'arif Nahdlatul Ulama (UMNU) Kebumen

## Pendahuluan

178 Sebagai makhluk sosial, manusia dituntut untuk bisa selalu berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang-orang di sekitarnya, termasuk di dalam sebuah organisasi. Tidak semudah yang dibayangkan, komunikasi dalam organisasi memiliki kompleksitas yang tinggi dibandingkan dengan komunikasi antar pribadi. Di sini komunikasi dikatakan sebagai proses dua arah yang kompleks yang dapat melibatkan beberapa pihak sebelum pemahaman timbal balik tercapai (Suryani, 2020). Komunikasi adalah pemindahan informasi, sehingga harus ada pesan, pemberi informasi dan penerima informasi. Informasi harus dimengerti oleh penerima informasi. Komunikasi secara umum 172 adalah pemindahan informasi yang bisa dimengerti dari satu orang atau kelompok kepada orang atau kelompok lainnya (Welta, 2021).

Dalam berwirausaha atau bisnis tentu sangat erat kaitannya dengan kegiatan komunikasi. 44 Komunikasi dan bisnis bukanlah dua pengertian yang terpisahkan satu dengan lainnya. Kedua istilah tersebut dilakukan manusia dalam satu kegiatan.

Saat seseorang berbisnis pasti dia juga melakukan kontak sosial dan komunikasi. Demikian juga saat berkomunikasi, salah satunya konteks komunikasi yang dipilih adalah kesibukan berbisnis, yang didalamnya mencakup perilaku memproduksi, memasarkan, menjual, dan mendistribusikan produk ataupun jasa. Inti dari perilaku tersebut diawali dari proses menyampaikan ide gagasan dan mengandalkan sisi afeksi pelanggan maupun konsumen untuk dapat diterima dengan baik dan laku dijual (Rozalena, 2020).

### **Komunikasi**

5 Komunikasi dipandang sebagai sentral elemen-elemen lainnya dalam kegiatan berwirausaha. Alasan pertama, komunikasi memiliki fungsi untuk mempertemukan antara tujuan usaha dengan target hasil yang dicapai. Kedua, berfungsi untuk mengadaptasikan perubahan lingkungan usaha. Ketiga, untuk membina hubungan antar individu-individu yang terlibat dalam suatu usaha. Untuk itu, kemampuan komunikasi yang efektif menjadi hal yang mutlak harus dimiliki oleh seorang wirausahawan (Wicaksana, 2022).

### **Komunikasi dalam kewirausahaan**

49 Komunikasi kewirausahaan adalah pertukaran informasi, gagasan, dan intruksi yang disampaikan secara personal ataupun secara impersonal. Komunikasi dalam kewirausahaan ini sangat penting guna melancarkan aktivitas kewirausahaan dan meminimalisir kesalahan. Komunikasi kewirausahaan ini melibatkan seluruh elemen yang terlibat dalam lingkup kewirausahaan. Dengan menerapkan komunikasi kewirausahaan yang baik dan benar, bisa memberikan berbagai manfaat dan pengaruh positif dalam sebuah kewirausahaan.

Setiap kegiatan kewirausahaan mengandalkan adanya komunikasi antara pihak yang terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Komunikasi dalam kegiatan kewirausahaan tentu saja berkaitan dengan pesan. Pesan yang disampaikan pasti memiliki tujuan. Tujuan yang dicapai adalah tujuan kewirausahaan. Dalam Philipus (2018) mengatakan bahwa komunikasi kewirausahaan adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia kewirausahaan yang mencakup berbagai macam bentuk komunikasi baik komunikasi verbal maupun komunikasi nonverbal untuk mencapai tujuan kewirausahaan (Wicaksana, 2022).

Komunikasi efektif terjadi apabila terdapat aliran dua arah antara komunikator dengan komunikan, dan informasi tersebut sama-sama direspon sesuai dengan harapan kedua pelaku tersebut. Wirausahawan yang sukses harus mempunyai komunikasi yang efektif. Adapun ciri-ciri komunikasi yang efektif adalah: adanya komunikator dan komunikan, tidak ada faktor-faktor penghalang dalam komunikasi, biasanya berbentuk komunikasi sirkuler dan adanya feedback.

Untuk mewujudkan komunikasi efektif dalam membangun usaha ada strategi-strategi khusus. Adapun strategi komunikasi yang efektif adalah: mengetahui mitra bisnis, mengetahui tujuan berkomunikasi, berupa informasi, perintah atau pesan, memperhatikan situasi pada saat terjadi komunikasi, mempelajari budaya yang melatarbelakangi mitra bisnis dan memahami bahasa mitra bisnis (Rachmawati, 2020).

### **Unsur-unsur komunikasi kewirausahaan**

Adapun enam unsur penting yang terlibat dalam proses komunikasi menurut Shalahuddin (2018) yaitu: (1) sumber informasi, (2) pesan, (3) media, (4) penerima pesan, (5) umpan balik, dan (6) lingkungan.

1. Sumber pesan, sering disebut komunikator, sender, encoder yaitu orang yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang. Dalam komunikasi antar manusia sumber bisa terdiri atas satu orang atau beberapa orang. Misalnya saja partai, kelompok atau organisasi.
2. Pesan, atau dalam bahasa Inggris disebut *message* merupakan seperangkat lambing-lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan ini dapat disampaikan oleh komunikator dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya dapat berupa informasi, nasihat, hiburan, atau propaganda.
3. Media, atau disebut juga channel yaitu saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan. Ada beberapa pendapat yang muncul kepermukaan mengenai media komunikasi. Misalnya saja ada yang berpendapat bahwa dalam konteks komunikasi antar pribadi, panca indera dan udara dianggap sebagai media komunikasi. Begitu juga dengan surat, telpon, telegram sering digolongkan media komunikasi antar pribadi. Sedangkan televise, radio, surat kabar, majalah, film, computer, video recording, audio cassette dan semacamnya sering digolongkan sebagai media komunikasi masa.
4. Penerima, sering disebut komunikan, receiver, audience, khalayak, atau sasaran yaitu yang menerima pesan dari komunikator. Penerima merupakan unsur penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran komunikasi. Kerena itu, mengetahui, memahami karakteristik penerima pesan merupakan salah satu faktor kunci dalam komunikasi.



5. Umpan balik, disebut juga *feed back* atau pengaruh, yaitu seperangkat tanggapan atau reaksi pada komunikasi setelah diterimanya pesan. Umpan balik ini dapat berbentuk opini, pendapat, sikap, dan perilaku sebagai akibat dari pesan yang diterimanya.
6. Lingkungan, disebut juga situasi, adalah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Lingkungan ini dapat berbentuk lingkungan fisik (kondisi geografis), lingkungan sosial budaya (Bahasa, adat istiadat, status sosial), lingkungan psikologis (kondisi kejiwaan, usia), dan dimensi waktu (musim) yang menunjukkan situasi yang tepat untuk melakukan komunikasi.

Keenam unsur sebagaimana dikemukakan di atas menegaskan faktor-faktor kunci dimana masing-masing unsur memiliki peranan penting dan saling berkaitan satu sama lain dalam proses komunikasi. Dalam arti lain, apabila salah satu unsur di atas tidak berjalan dengan baik maka proses komunikasi akan mengalami gangguan atau tidak akan efektif (Shalahuddin, 2018).

## 15 Tujuan dan Fungsi Komunikasi

Tujuan dari komunikasi adalah memberikan informasi kepada orang lain atau rekan kerja untuk tahu tentang objek yang diperintahkan, misalnya antar hubungan pergaulan sehari-hari, surat edaran, pengumuman, pemberitahuan dan sebagainya. Menilai masukan (*input*) atau hasil (*output*) atau suatu pola pemikiran, misalnya umpan baliktanggapan atau pendapatan, evaluasi anggaran, penilaian rencana dan sebagainya. Adapun fungsi dari komunikasi adalah mengarahkan atau diarahkan, misalnya manajer mengarahkan sumber tenaga, material, uang, mesin (kepada suatu tujuan), rapat kerja, seminar, penataran latihan kerja, juklak (petunjuk pelaksanaan), juknis (petunjuk teknis) dan

sebagainya. Mempengaruhi dan dipengaruhi, misalnya motivasi, persuasi, stimulasi dan sebagainya. Mengandung beberapa fungsi incidental, atau netral yang langsung mempengaruhi tercapainya tujuan dan hubungan dalam pergaulan sosial. Dari paparan tersebut, terlihat bahwa komunikasi dapat menciptakan rasa pemahaman, tingkat penerimaan dan motivasi, terutama untuk menjawab hal terkait *Who says, What, in Which channel, to Whom dan in Which effect* (Fahrurrozi dan Pahrudin, 2021).

Selain tujuan komunikasi diatas berikut beberapa fungsi komunikasi:

1. <sup>20</sup> Fungsi Kontrol. Komunikasi dapat dipakai untuk mengontrol atau mengendalikan perilaku anggota organisasi dalam berbagai cara. Organisasi memiliki hierarki wewenang dan pedoman yang diikuti oleh pegawai. Ketika diminta untuk melaporkan hasil kerja atau keluhannya, para pegawai menjalankan tugas sesuai dengan deskripsi.
2. Fungsi Motivasi. Komunikasi dapat juga dijadikan sebagai cara untuk menjelaskan cara pegawai bekerja agar dapat meningkatkan kemampuan dan kinerjanya.
3. Fungsi informasi. Pengambilan keputusan dalam organisasi memerlukan informasi. Komunikasi berfungsi menyediakan informasi yang berguna bagi individu atau kelompok untuk membuat keputusan yang dikehendaki.

Ketiga fungsi diatas sama pentingnya bagi organisasi. Tidak ada satu fungsipun yang dapat dikatakan lebih penting daripada yang lainnya. Untuk dapat menghasilkan kinerja yang efektif, kelompok atau organisasi perlu mengontrol perilaku anggotanya,

memotivasi, mewadahi ekspresi perasaan anggota, dan membuat keputusan (Sumarsono dan Supardi, 2019).

### **Pentingnya Komunikasi Dengan Konsumen**

Korporasi tetap hidup karena ada hubungan baik dengan konsumen. Kepentingan korporasi terhadap konsumen adalah mereka memahami produk dan jasa yang dihasilkan korporasi. Selanjutnya, konsumen percaya dan yakin ketika membeli dan menggunakan produk dan jasa korporasi. Disitulah komunikasi berperan dalam memosisikan produk dan jasa di benak konsumen. Kini, konsumen lebih canggih pendekatannya. Mereka tidak hanya berminat mengetahui produk atau jasa, namun juga terhadap korporasi. Secara skeptis mereka ingin tahu tentang perusahaan, manajemennya, metode pengelolaannya, niat, filosofi, nilai-nilai yang dibangun dalam korporasi. Kemampuan korporasi membangun komunikasi yang tepat, membuat image dan reputasi korporasi menjadi positif di benak konsumen (Ganiem dan Kurnia, 2019).

Sebagai pelaku bisnis atau usaha tentunya tidak ingin pelanggan kecewa atau bahkan menghilang, untuk mencegah hal tersebut maka permudah akses komunikasi dengan pelanggan. Komplain pelanggan sering kali disebabkan karena kesalah pahaman yang terjadi antara pelanggan dengan bisnis kita. Dengan mempermudah akses komunikasi, diharapkan kesalah pahaman ini dapat dihilangkan. Sehingga pelanggan merasakan pengalaman yang baik dengan bisnis kita. Perbanyak *touch point* atau akses komunikasi supaya pelanggan lebih nyaman menyampaikan keluhannya. Hal ini bisa dilakukan melalui email, sms, chat online dan lain sebagainya, tidak hanya dilakukan melalui telepon saja.

Akan tetapi hal yang terpenting adalah monitoring terhadap semua *touch point* tersebut. Jangan sampai *touch point*-nya banyak, akan tetapi keluhan dari pelanggan tetap tidak terselesaikan, atau permintaan pelanggan tidak terlayani secara baik. Apapun bentuk medianya, yang terpenting adalah bagaimana cara kita mengomunikasikan informasi terkait bisnis kepada pelanggan dan cara kita dalam melayani pelanggan (Herita, 2022).

## 61 Komunikasi Dengan Karyawan

Karyawan adalah bagian integral dari organisasi atau lembaga bisnis, mereka tidak memegang jabatan struktur, namun bersentuhan langsung dengan proses produksi. Asas komunikasi karyawan, yakni komunikasi dua arah antara pihak manajemen dengan karyawan yang dilandasi oleh beberapa hal berikut:

1. Komunikasi yang berfungsi sebagai system komunikasi antara pihak manajemen dengan karyawan.
2. Pesan komunikasi harus menggunakan kata-kata lazim serta sesuai dengan pendidikan mereka.
3. Informasi yang disampaikan harus dalam jumlah kecil agar mudah dipahami.
4. Informasi yang disampaikan harus tepat pada waktunya
5. Adanya pengulangan pesan dengan penyajian yang berbeda.
6. Pemilihan media yang tepat dan pesan komunikasi yang dipersiapkan oleh komunikator yang handal.

Pesan komunikasi dari pihak manajemen kepada karyawan dapat dilakukan secara lisan, tulisan maupun audio visual.

Komunikasi secara lisan merupakan yang paling efektif dimata karyawan sebab melalui cara ini selain efisien dan cepat, juga paling disukai karyawan. Dengan komunikasi lisan memungkinkan terjadinya umpan balik yang langsung melalui pertanyaan dan penjelasan. Kelemahan komunikasi karyawan terutama untuk komunikasi dari manajemen kepada karyawan, biasanya pesan komunikasi yang ada didominasi oleh syaratnya pesan dari atasan. Selain itu pesan komunikasi mengalir melalui beberapa tingkatan manajerial, sehingga sering terjadi distorsi komunikasi. Saluran yang digunakan untuk mengalirkan arus komunikasi karyawan kepada manajemen dapat berjalan melalui mendengarkan keluhan, menangani masalah yang dihadapi karyawan, merundingkan perjanjian-perjanjian kerja, penempatan karyawan, system enumerasi, pendidikan dan pelatihan (Kusumastuti, 2009).

## 94 **Bentuk Komunikasi**

Dalam komunikasi penting mengenal berbagai bentuk komunikasi. Dengan mengenal bentuk komunikasi tersebut akan memberikan pilihan implementasi dalam melakukan proses komunikasi, sehingga efektivitas komunikasi pun dapat tercapai. Berikut bentuk-bentuk komunikasi:

### 1. Komunikasi Intra personal

Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi dengan diri sendiri atau monolog. Dalam kehidupan sehari-hari sebenarnya kita sering melakukan bentuk komunikasi seperti ini. Di dunia kerja ketika ada pekerjaan yang sedang dilakukan, sering kali percakapan dengan diri sendiri.

Monolog:

*Apakah pekerjaan yang sudah saya lakukan sudah sesuai dengan keinginan pimpinanka kan?*

*Sepertinya sudah.*

*Eh, sepertinya masih ada yang kurang lengkap.*

*Semoga pimpinan menerima laporan saya.*

Interpersonal juga dapat muncul dengan mengumam. Ketika usulan diterima oleh pimpinan, tiba-tiba kita mengucap “yes” atau ketika permohonan diterima maka otomatis kita bergumam “oke”. Komunikasi interpersonal penting bagi seorang komunikator sebelum menyampaikan kepada orang lain agar pesan yang disampaikan jelas diterima oleh komunikan. Tujuan dari komunikasi interpersonal adalah untuk mengasah pikiran, melakukan penalaran, menganalisis dan merenung (Ferinia, 2020).

## 2. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah pesan yang dikirim dan diterima antara dua orang, seperti seorang penjuaraan dan pelanggan. Komunikasi interpersonal memiliki dampak langsung pada layanan pelanggan, manajemen dan kepuasan karyawan (Wello dan Levy, 2021). Dalam prinsip komunikasi, ketika pihak komunikan menerima pesan atau informasi, berarti komunikan telah mendapat pengaruh dari proses komunikasi. Sebab pada dasarnya, komunikasi adalah sebuah fenomena, dan sebuah pengalaman. Setiap pengalaman akan memberi makna pada situasi kehidupan manusia, termasuk memberi makna tertentu terhadap kemungkinan terjadinya perubahan sikap (Yusuf, 2021).

Komunikasi interpersonal melibatkan semua pikiran yang berbeda cara berkomunikasi individu, ide-ide, perasaan, dan keinginan kepada orang lain atau kelompok orang. Komunikasi interpersonal merupakan cara untuk mengirim pesan ke manusia lain melalui gerak tubuh, kata-kata, postur, gaya berpakaian, dan ekspresi wajah. Mengingat bahwa orang bisa menafsirkan isyarat nonverbal berbeda, komunikasi bahkan tampak sederhana dengan orang lain dapat membuktikan sulit sekali. Komunikasi interpersonal melibatkan dua gaya yang berbeda (Liliweri, 2017).

### 3. Komunikasi Kelompok

Seperti namanya komunikasi kelompok adalah komunikasi yang ditujukan kepada kelompok tertentu. Yang dimaksud dengan kelompok tertentu ini adalah suatu kumpulan manusia yang mempunyai hubungan sosial yang nyata dan memperhatikan struktur yang nyata pula. Bentuk dari komunikasi ini dapat berupa ceramah, briefing, penyuluhan, indoktrinasi penataran dan lain-lain. Komunikasi kelompok ini dinilai lebih efektif dalam pembentukan sikap persona daripada komunikasi massa yang mempunyai kelemahan kurang efisien. Sebaliknya komunikasi kelompok kurang efektif bila dibandingkan dengan komunikasi dalam pembentuk sikap walaupun komunikasi kelompok dianggap lebih efisien (Atmodjo, 2021).

### 4. Komunikasi Masa

Komunikasi massa merupakan proses produksi informasi yang akan menjadi suatu pesan dan didistribusikan melalui media teknologi yang ditujukan atau dikonsumsi oleh sejumlah khalayak yang terbesar.

Hal penting dalam komunikasi massa adalah terdapat produksi, distribusi dan konsumsi akan berita yang disampaikan.

George Gebner, 1980, <sup>111</sup> *mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of mass in industrial societies.* Komunikasi masa <sup>57</sup> merujuk pada proses komunikasi pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Media massa menjadi sarana utama dalam menyebarkan pesan kepada khalayak. Menurut *Wright*, komunikasi massa adalah <sup>63</sup> diarahkan pada khalayak relative besar, heterogen dan anonym, pesan disampaikan secara terbuka dan sering kali dapat mencapai kebanyakan khalayak secara bersamaan dan bersifat sekilas, komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar. Komunikasi massa juga sering disebut sebagai komunikasi media massa, yaitu <sup>156</sup> pesan yang disampaikan oleh komunikator dengan menggunakan media massa yang terlembaga yang bersifat satu arah kepada komunikan dan bersifat umum menggunakan media massa. Dalam komunikasi media massa terdapat beberapa focus masalah yaitu apakah melihat media sebagai objek, melihat efek pesan yang disampaikan dari media, melihat isi pesan media, atau melihat penggunaan media massa tersebut. Pada sisi yang lain, media massa memiliki tanggung jawab sosial yang besar karena sebagai salah satu pilar utama dalam menegakkan demokrasi dalam negara. Dalam kehidupan sehari-hari membutuhkan sebuah media sebuah platform untuk saling bertukar informasi.



Disaat individu membutuhkan media sebagai sarana untuk mendapatkan informasi, saling bertukar pesan dan saling bertukar informasi sebagai komunikan atau komunikator maka hal tersebut disebut komunikasi massa (Hendrayadi, 2021).

### **Etika Komunikasi Bisnis**

Dalam banyak hubungan bisnis, permasalahan dalam proses komunikasi bisnis, diantaranya adanya *misinterpretation*, *miscommunication*, kesalahpahaman, dan persepsi berbeda dalam menangkap pesan dari komunikator. Salah persepsi, marah, kecewa, merasa terpaksa contoh sikap sensitif dari respons penerima pesan tidak selalu disebabkan ide, medium pesan, saluran media, yang salah, namun dapat disebabkan karena kesalahan komunikator di dalam membawakan pesan tersebut secara sikap dan perilaku.

Oleh sebab itu, komunikator bisnis harus memahami norma-norma umum yang berlaku dalam hubungan sosial. Tidak saja memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam berkomunikasi, seorang komunikator bisnis juga harus mampu membawakan dirinya sesuai konteks di mana berada. Contohnya dalam presentasi bisnis atau melakukan lobi yang lebih bersifat pribadi, maka kebutuhan suatu sikap atau etika yang baik guna menjauhkan munculnya permasalahan seperti ketersinggungan, merasa tidak dihormati dari komunikan atau lawan bisnis. Sikap yang baik dari komunikator bisnis akan menunjang karier dan reputasi perusahaan (Rosalin, 2020).

#### **11 Fungsi Etika Komunikasi Bisnis**

Fungsi paling utama dari etika komunikasi bisnis yaitu guna memastikan bahwa pesan-pesan bisnis yang dikirimkan dan diterima adalah pesan-pesan bisnis yang

bersifat netral dan tidak menyerang berbagai pihak. Menurut J. Jaska (1996) mengatakan bahwa etika komunikasi bisnis yang efektif memainkan sebuah peran penting dalam menguatkan atau memperkuat budaya organisasi atau perusahaan. Jika sebuah organisasi atau perusahaan tidak mempertimbangkan standar etika dalam pengiriman dan penerimaan pesan-pesan bisnis, maka akan berdampak terhadap organisasi atau perusahaan yang bersangkutan misalnya timbul budaya perusahaan atau organisasi yang tidak baik sehingga dapat menghambat produktivitas karyawan, karyawan yang tidak bahagia dan tidak puas, serta citra perusahaan yang dipandang buruk di mata publik.

### **Tujuan Etika Komunikasi Bisnis**

Fungsi utama dari etika komunikasi bisnis adalah untuk memenuhi kebutuhan penerima tanggap dan emosional dari penerima pesan bisnis seperti karyawan dan pelanggan. Lain daripada itu, etika komunikasi bisnis juga memiliki peran penting dalam melindungi, menghargai dan memelihara citra bisnis yang baik bagi organisasi. Komunikasi memiliki tujuan utama untuk memastikan bahwa ada tatanan organisasi serta memastikan bahwa hubungan antara organisasi dan karyawannya harmonis. Dengan mempelajari etika komunikasi bisnis dapat memberikan manfaat diantaranya adalah kita jadi memahami pengertian etika komunikasi bisnis, serta aspek-aspek etika komunikasi lainnya yang terkait dengan organisasi atau bisnis (Fajrillah, 2020).

## Daftar Pustaka

- Atmodjo, Sunarno Sastro. (2021). *Komunikasi Bisnis*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Fahrurrozi, Muh. dan Pahrudin. (2021). *Kewirausahaan*. Lombok: Universitas Hamzanwadi Press.
- Fajrillah. (2020). *Smart Entrepreneurship: Peluang Bisnis Kreatif & Inovatif di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Ferinia, Rolyana. (2020). *Komunikasi Bisnis*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- <sup>171</sup> Ganiem, Leila Mona dan Eddy Kurnia. (2019). *Komunikasi Korporat: Konteks Teoretis dan Praktis*. Jakarta: Kencana.
- Hendrayadi, Agus. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Herita, Dini. (2022). *Setiap Pembisnis Harus Punya Buku Ini (Rahasia Meningkatkan Cuan Bagi Pemula) Pentingnya Pelayanan dalam Berbisnis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kusumastuti, Yatri Indah. (2009). *Komunikasi Bisnis: Membangun Hubungan Baik dan Kredibilitas*. Bogor: IPB Press.
- Liliweri, Alo. 2017. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Prenada Media.
- Rachmawati, Rina. (2020). *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rosalin, Sovia. <sup>162</sup> (2020). *Komunikasi Bisnis: Pendekatan Prakti*. Malang: UB Press.
- Rozalena, Agustin. 2020. *Komunikasi Bisnis: Konsep & Praktik*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Shalahuddin, Iwan. (2018). *Prinsip-Prinsip Dasar Kewirausahaan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sumarsono, Tanto Gatot dan Supardi. (2019). *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Malang: Media Nusa Creative.
- Suryani, Ni Kadek. (2020). *Kinerja Sumber Daya Manusia: Teori, Aplikasi dan Praktek*. Bali: Nilacakra.
- 168 Wello, Muhammad Basri dan Levy Novia. (2021). *Developing Interpersonal Skills: Mengembangkan Keterampilan Antar Pribadi*. Jawa Timur: CV Beta Aksara.
- Welta, Fretty. (2021). *Komunikasi Bisnis & Tantangan Usaha*. Sumatra Barat: CV Insan Cendekia Mandiri.
- Wicaksana, Grieffanny Pranata. (2022). *Pemasaran Kewirausahaan Sosial Dari Perspektif Teori*. Malang: Inara Publisher.
- Yusuf, Muhammad. (2019). *Komunikasi Bisnis: Business Communication*. Medan: CV Manhaji.

## **Profil Penulis**



**Titi Suwarni, S.Pd.I., M.Pd.**

Penulis lahir di Banjarnegara pada 16 Oktober 1990 dari pasangan Bapak Ahmad Juwardi dan Ibu Warsinem. Menyelesaikan Pendidikan di SDN 4 Gumelem Kulon tahun 2003, SMPN 2 Susukan, tahun 2006 dan SMAN 1 Purwonegoro tahun 2009. Pada tahun 2013 menempuh Pendidikan S1 di Universitas Sains Al-Qur'an Wonosobo pada Jurusan Pendidikan Agama Islam (PAI), tahun 2017 meraih gelas Magister Pendidikan (M.Pd) pada program Paca Sarjana (S2) UNSIQ Jurusan Pendidikan Agama Islam dan saat ini sedang menyelesaikan Program Doktorat (S3) pada Jurusan Ilmu Pendidikan di Universitas Islam Nusantara (UNINUS) Bandung. Dalam bidang organisasi, penulis aktif dan menjadi pengurus pada beberapa organisasi antara lain Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) tahun 2011, Pengurus Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Cabang Wonosobo tahun 2011, Pengurus Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia PKC Jawa Tengah tahun 2014, Ketua PAC Fatayat NU Kecamatan Susukan periode 2017-2021, Ketua PAC Fatayat NU Kecamatan Susukan Periode 2022-sekarang, Wakil Sekretaris 3 PC Fatayat NU Kabupaten Banjarnegara Periode 2020-2025, Pengurus Koordinator Olahraga Kecamatan Susukan Periode 2020-2022. Selain aktif di dunia pendidikan dan organisasi, penulis juga berkecimpung di dunia entrepreneur, Founder Haikal Shop pada tahun 2014, Founder Bimbingan Belajar Pasti Bisa tahun 2021. Saat ini penulis bekerja sebagai Dosen di Universitas Maarif Nahdlatul Ulama (UMNU) Kebumen.

Email Penulis: [tiastitis16@gmail.com](mailto:tiastitis16@gmail.com)



# MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN

**Dr. Linna Ismawati, S.E., M.Si.**  
Universitas Komputer Indonesia

## **Pendahuluan**

Perkembangan ekonomi secara bertahap mengalami perubahann yang dinamis pada era revolusi industri 4.0. Perekonomian mulai memasuki era digital yang sangat bergantung kepada inovasi dan teknologi tinggi. Ilmu pengetahuan yang berbasis teknologi dan informasi merupakan sumber kekuatan yang mendorong dan mempromosikan perkembangan sosial ekonomi yang berkelanjutan dan berkembang cepat. (Wu dan Song, 2019; Shi dan Wang, 2021). Disaat yang sama kewirausahaan menjadi salah satu alternatif untuk mengadaptasi perubahan ekonomi, kewirausahaan dapat meningkatkan stabilitas sosial ekonomi dan mempromosikan perkembangan ekonomi yang berkelanjutan. Pemerintah sebagai pemangku kebijakan ekonomi juga sangat konsen dan memberikan perhatian terhadap perkembangan kewirausahaan. Kewirausahaan telah menjadi konsensus publik dan masalah utama yang menjadi fokus pemerintah pusat maupun daerah di semua tingkatan (He, et al 2019).

Kewirausahaan merupakan aktivitas dalam membangun usaha untuk menghasilkan barang dan jasa. Kewirausahaan dapat memberikan solusi terhadap masalah sosial ekonomi suatu negara dan dapat menjadi

alternatif permasalahan masyarakat. Melalui kewirausahaan dapat menghasilkan keuntungan (*profit*) dengan memanfaatkan sumber daya alam, sumber daya manusia, modal dan teknologi. Kewirausahaan juga dapat membuka lapangan pekerjaan bagi para tenaga kerja usia produktif.

Kewirausahaan memerlukan sumber daya manusia yang handal yang mampu menggerakkan aktivitas kewirausahaan yang produktif. Kewirausahaan memerlukan sumber daya manusia yang kreatif, inovatif, handal serta mampu berdiri sendiri. Kualifikasi sumber daya manusia harus memiliki keunggulan sikap, wawasan, pengetahuan dan keterampilan yang kompetitif dan pejuang tangguh. Seorang wirausahawan dalam menjalankan kewirausahaan harus memiliki sifat tidak mudah menyerah. Sumber daya manusia merupakan aset vital dalam kewirausahaan yang tidak dapat tergantikan oleh sumber daya lainnya.

Permasalahan yang terjadi di masyarakat seringkali calon wirausahawan memiliki kekhawatiran ketika akan memulai berwirausaha. Hal ini disebabkan oleh ketakutan dalam menghadapi risiko berwirausaha. Selain itu sumber daya manusia yang ada saat ini masih sulit melepaskan stigma bahwa kerja di sektor formal lebih baik daripada melakukan aktivitas kewirausahaan. Disisi lain lapangan kerja sektor formal semakin terbatas karena daya saing semakin tinggi, peluang kerja pada sektor formal semakin sulit, adanya krisis ekonomi diperusahaan sehingga diadakan pemutusan hubungan kerja menjadikan persaingan dalam memasuki sektor formal semakin sempit. Oleh karena itu kewirausahaan menjadi solusi dalam rangka memperoleh pekerjaan yang sifatnya mandiri.



Kewirausahaan dapat dilakukan oleh semua pihak dan dapat dilaksanakan kapanpun dan dimanapun. Faktor penggerak utama kewirausahaan adalah tekad yang kuat dari calon wirausahawan untuk membangun bisnis dari awal. Keahlian seseorang dalam mengembangkan kewirausahaan merupakan salah satu kunci keberhasilan berwirausaha. Untuk mengatasi kualitas sumber daya manusia yang masih rendah maka beberapa negara telah meluncurkan program pendidikan kewirausahaan yang kaya dan penuh warna untuk kaum muda, memperkenalkan bidang kewirausahaan yang baru, memberi pengetahuan lebih banyak tentang berbagai peluang kewirausahaan, membantu membangun platform kewirausahaan yang lebih luas, dan mengajari calon wirausahawan pengetahuan tentang proyek kewirausahaan (Yuan, et al, 2020).

Dukungan kebijakan pemerintah masih jauh dari cukup dalam mengembangkan kewirausahaan. Hal ini disebabkan kurangnya pendidikan tentang psikologi dalam kewirausahaan. Kaum muda rentan terhadap fluktuasi psikologis dan perubahan suasana hati, yang menyebabkan hilangnya kepercayaan diri dalam kewirausahaan. Yang lebih parah bahkan ada yang memilih menyerah di tengah jalan saat menjalankan kewirausahaan. Oleh karena itu, perlu untuk memperkuat dan menganalisis psikologi kewirausahaan bagi generasi muda secara objektif dan praktis. Pembekalan kepada wirausahawan melalui Program pembelajaran kewirausahaan dapat memotivasi generasi muda untuk memulai aktivitas kewirausahaan.

### **Manfaat Kewirausahaan**

Pembangunan ekonomi di era evolusi industri tidak saja didukung oleh sektor ekonomi formal, kewirausahaan sebagai salah satu sektor bisnis yang memiliki peran

penting dalam pembangunan ekonomi. Kewirausahaan memberikan kontribusi dalam pembangunan ekonomi secara berkelanjutan. Kontribusi ini terealisasi dalam bentuk peningkatan Pendapatan Domestik Bruto (PDB), penciptaan lapangan pekerjaan, penurunan angka kemiskinan, serta peningkatan kesejahteraan seluruh masyarakat dalam jangka pendek maupun jangka panjang. (Fajri, 2021). Kewirausahaan memberikan pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara. Berbagai manfaat kewirausahaan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Membuka Lapangan Pekerjaan

Melalui kewirausahaan seseorang bisa memperoleh pekerjaan untuk dirinya sendiri dan juga membuka lapangan pekerjaan untuk orang lain. Semakin besar perusahaan yang didirikan oleh wirausahawan maka semakin banyak pula tenaga kerja yang dibutuhkan sehingga lapangan kerja semakin luas. Membuka usaha di suatu wilayah akan memberikan peluang lapangan kerja bagi penduduk setempat. Pemanfaatan pegawai dari penduduk setempat dapat meningkatkan produktivitas dan memberikan tambahan pendapatan bagi masyarakat

2. Memperbaiki Kualitas Hidup

Kewirausahaan dapat meningkatkan kualitas hidup baik secara moril maupun materil (finansial). Melalui kerja keras berwirausaha maka meningkatkan kemampuan dalam mengelola keuangan dengan baik. Alokasi keuangan digunakan untuk modal berwirausaha, tidak digunakan untuk keperluan konsumtif.

### 3. Membangun sifat Kemandirian

Kewirausahaan mendidik seseorang berhati-hati dalam melaksanakan aktivitas kewirausahaan karena risiko yang terjadi dalam kewirausahaan harus ditanggung sendiri. Wirausahawan harus memiliki kemandirian tanpa bergantung pada orang lain dalam menghasilkan keuntungan.

### 4. Mengurangi Tingkat Pengangguran

Saat ini lulusan sekolah formal semakin meningkat tajam tetapi tidak diikuti oleh perluasan lapangan pekerjaan sehingga mengakibatkan meningkatnya angka pengangguran. Masyarakat berfikir bahwa pendidikan bukan lagi menjadi hal yang utama dalam memperoleh pekerjaan. Keinginan yang kuat, tanggung jawab, dan keterampilan (*softskill*) yang tinggi dapat mendukung seseorang berwirausaha. Selain itu dengan merekrut tenaga kerja maka angka pengangguran dapat ditekan.

## **Motivasi Kewirausahaan**

Sulitnya mencari pekerjaan di sektor formal mengakibatkan banyaknya generasi muda baik lulusan sekolah menengah ataupun lulusan perguruan tinggi yang mengubah pola pikir. Setelah lulus sekolah atau kuliah tidak selalu harus bekerja di perusahaan tetapi bisa mencari penghasilan melalui kewirausahaan. Kewirausahaan menjadi incaran bagi para lulusan untuk mendirikan bisnis dan mengajak sumber daya manusia untuk bergabung menjadi karyawan atau pegawai. Fakta empiris yang terjadi adalah masih rendahnya motivasi kaum muda dalam berwirausaha. Hal ini terjadi karena kurangnya pengetahuan manfaat penting kewirausahaan (Irsyada et al, 2018).

Kewirausahaan tidak hanya meningkatkan kualitas kerja dan kehidupan bagi wirausahawan muda tetapi juga mendorong pertumbuhan pribadi wirausahawan. Hasil penelitian mengungkapkan adanya korelasi antara kelangsungan hidup dengan motivasi wirausahawan muda dalam berbisnis. Psikologi subjektif dan psikologi sosial para wirausahawan mempengaruhi minat berwirausaha (Aima, et al 2020). Pemerintah berkolaborasi dengan perguruan tinggi untuk memberikan wawasan kelimuan tentang kewirausahaan. Kaum muda diperkenalkan pada berbagai bidang kewirausahaan yang baru. Di era digital saat ini bidang kewirausahaan berbasis digital menjadi incaran para generasi muda untuk memperoleh keuntungan melalui aktivitas kewirausahaan. (Yuan et al, 2020). Oleh karena itu pengetahuan kewirausahaan menjadi materi kurikulum yang perlu ada di semua perguruan tinggi.

Kewirausahaan memiliki 2 karakter yaitu pertama, pengusaha dapat memperoleh imbalan besar atau menderita kerugian besar akibat krisis dan risiko bisnis yang di hadapi dalam waktu dekat. Oleh karena itu, sangat penting untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang kewirausahaan. (Aima, et al 2020). Pembelajaran kewirausahaan pada berbagai program studi dan disiplin ilmu akan memotivasi generasi muda untuk memulai berwirausaha dengan mendirikan usaha sendiri dan membuka lapangan kerja dengan merekrut pegawai atau karyawan dalam perusahaan.

Hasil penelitian di Cina mengemukakan bahwa muatan kurikulum yang memberi pengetahuan kewirausahaan mampu meningkatkan motivasi generasi muda untuk menciptakan usaha sendiri daripada mencari pekerjaan ke perusahaan-perusahaan. (Yuan et al, 2020). Sebagian besar lulusan yang telah memperoleh pengetahuan kewirausahaan memiliki komitmen yang tinggi dibanding

generasi muda yang tidak pernah memperoleh pengetahuan kewirausahaan. Sebagian besar wirausahawan mampu mencari nafkah dengan mudah dan menopang keuangan keluarga.

Berbagai penelitian dilakukan oleh para ahli tentang peran motivasi kewirausahaan dalam mensukseskan bisnis. Bisnis diciptakan tidak hanya oleh mereka yang memiliki kemampuan dan bakat untuk melakukannya, tetapi juga oleh mereka yang memiliki motivasi kuat untuk memulai bisnis melalui kewirausahaan. (Barba dan Atiens, 2017). Motivasi kewirausahaan menjadi faktor penting dalam mencapai keberhasilan berwirausaha. Oleh karena itu berbagai upaya dilakukan baik oleh individual masyarakat maupun melalui kebijakan pemerintah dalam meningkatkan praktek kewirausahaan. Dalam Bartha et al 2019 mengemukakan bahwa terdapat lima faktor motivasi kewirausahaan yang terdiri dari Misi sosial, Fokus pelanggan, Persaingan/fokus pasar, Tujuan individu, dan Tujuan kolektif/komunitas. Sebagian besar faktor bersifat intrinsik. Faktor misi sosial dipengaruhi oleh pendidikan, kursus dan program terkait kewirausahaan, dimensi budaya yang disebut penghindaran ketidakpastian, dan karakteristik negara yang tidak bersifat budaya.

Lima Faktor motivasi kewirausahaan yang dikemukakan oleh Bartha dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### 1. Misi Sosial

Misi sosial sebagai salah satu faktor motivasi kewirausahaan yang dilakukan dengan mengikuti kegiatan masyarakat, berinteraksi secara proaktif dalam mencoba mengubah kebiasaan masyarakat, memecahkan masalah sosial, dan menyebarluaskan nilai-nilai tertentu dalam masyarakat.

Misi sosial adalah murni motivasi intrinsik dalam rangka mengentaskan masalah ekonomi sosial dan kemiskinan. Misi sosial dalam kewirausahaan adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan membuka lapangan pekerjaan sehingga masyarakat memperoleh tambahan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan keluarga.

## 2. Fokus Pelanggan

Fokus pada pelanggan merupakan motivasi kewirausahaan yang mengidentifikasi dan melayani kebutuhan pelanggan. Wirausahawan akan fokus pada bidang usaha sesuai kebutuhan pelanggan tertentu agar fokus dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Fokus pelanggan adalah motivasi intrinsik wirausahawan agar segala aktivitas operasional kewirausahaan ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga pelanggan memperoleh kepuasan yang optimal (*Customer Loyalty Satisfaction*).

## 3. Persaingan/ Fokus Pasar

Fokus pada pesaing atau pasar merupakan motivasi kewirausahaan yang menganalisa kekuatan dan peluang dari kewirausahaan dalam bersaing dengan bisnis lainnya. Seorang wirausahawan harus memiliki pemahaman yang sangat baik tentang posisi pasar, posisi pesaing dan memanfaatkan peluang dalam memenangkan persaingan (*competitive advantage*). Fokus pada persaingan dan fokus pasar merupakan faktor motivasi kewirausahaan yang bersifat intrinsik.

## 4. Tujuan Individu

Tujuan individu merupakan faktor penentu motivasi kewirausahaan. Para calon wirausahawan harus memiliki tujuan yang tepat dalam mendirikan

kewirausahaan. Tujuan individu dari calon wirausahawan merupakan penentu keberhasilan wirausaha.

#### 5. Tujuan Kolektif (komunitas)

Faktor kolektif juga termasuk variabel yang berfokus pada pemecahan tantangan sosial dan memainkan peran proaktif dalam masyarakat. Perbedaan antara kedua faktor tersebut adalah ruang lingkungannya. Tujuan kolektif berwirausaha adalah tujuan yang menyangkut masyarakat secara keseluruhan.

Salah satu peran program kewirausahaan adalah menciptakan sikap positif untuk memulai bisnis, memotivasi calon wirausahawan untuk lebih berani mengambil risiko, inovatif dan proaktif dalam berwirausaha. Motivasi kewirausahaan juga dapat terbentuk karena beberapa faktor lain diantaranya : keinginan untuk bekerja secara mandiri (*independen*), pendidikan dan pelatihan kewirausahaan, latar belakang keluarga, dan keberanian calon wirausahawan dalam mengambil risiko bisnis. (Pranoto et al, 2020). Dukungan keluarga menjadi motivator para generasi muda untuk berani mengambil keputusan berwirausaha. Pendidikan dan pengetahuan kewirausahaan perlu juga diberikan kepada orang tua agar ketika anaknya berwirausaha tidak memiliki kekhawatiran. Selama ini orang tua sering kali menuntut agar anaknya setelah menyelesaikan pendidikan maka harus dapat bekerja diperusahaan besar dan justru orang tua tidak melihat peluang bagus dalam kewirausahaan. Berbagai faktor penentu motivasi kewirausahaan menurut Pranoto et al (2020) dapat dijelaskan sebagai berikut :

##### 1. Keinginan bekerja secara independen

Memotivasi generasi muda dalam berwirausaha tidak saja dengan pembelajaran teori wirausaha di kelas

tetapi juga lembaga pendidikan perlu berinovasi dengan mendatangkan pelaku bisnis yang telah sukses untuk berbagi pengalaman dalam menjalankan bisnisnya. Praktisi wirausaha dapat memotivasi para generasi untuk membuka bisnis baru secara mandiri sehingga bisa mewujudkan produktivitas.

## 2. Pendidikan dan Pelatihan kewirausahaan

Pendidikan dan pelatihan kewirausahaan ini dimasukkan dalam muatan kurikulum baik di sekolah maupun perguruan tinggi. Perencanaan desain instruksional untuk pembelajaran kewirausahaan harus dirumuskan secara cermat dan teliti, karena tidak hanya menyangkut kemampuan kognitif yang akan dikembangkan melainkan juga kemampuan sosial dan kepribadian calon pengusaha.

## 3. Latar belakang keluarga

Dukungan dari keluarga adalah faktor motivasi kewirausahaan karena dukungan keluarga dapat memotivasi calon wirausahawan dalam menentukan sikap setelah selesai pendidikan formal. Keberanian mengambil keputusan berwirausaha tentunya perlu dukungan keluarga. Pola pikir masyarakat yang menginginkan anaknya untuk memperoleh pekerjaan harus segera diubah dengan pemahaman dan dukungan keluarga untuk membuka atau menciptakan peluang bisnis daripada mencari-cari pekerjaan. Kelebihannya dengan berwirausaha tidak hanya memperoleh pekerjaan untuk diri sendiri tetapi juga menciptakan lapangan pekerjaan untuk pihak lain.



#### 4. Keberanian mengambil risiko

Aktivitas kewirausahaan dihadapkan pada berbagai risiko, oleh karena itu calon wirausahawan harus dibekali sejak dini dalam pengelolaan risiko bisnis. Praktik kewirausahaan menanamkan keberanian bagi calon wirausahawan dalam mengambil risiko. Jika wirausahawan memiliki kemampuan mengelola risiko maka semakin besar risiko yang dihadapi, semakin besar pula kesempatan untuk meraih keuntungan. Wirausahawan akan bersikap hati-hati dalam menjalankan usahanya agar dapat meminimalisir risiko dalam berwirausaha.

Motivasi berwirausaha dikalangan generasi muda perlu dilakukan agar tercapai kebebasan atau kemandirian dalam menjalankan bisnis. Salah satunya dengan memberikan pengetahuan kewirausahaan dalam meningkatkan keahlian dalam mengelola bisnis. Wirausahawan yang memiliki sikap kemandirian dalam setiap kegiatan usahanya. Usaha pemberian pemahaman dan pengetahuan kewirausahaan harus diberikan secara berulang-ulang sehingga calon wirausahawan semakin termotivasi untuk melakukan aktivitas kewirausahaan.

Peneliti Eijdenberg et al, (2015) melakukan penelitian motivasi kewirausahaan di negara-negara berkembang. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa motivasi berwirausaha dipengaruhi oleh faktor kebutuhan dan tekanan lingkungan serta kondisi ekonomi lemah (kemiskinan). Ketiga situasi ini mendorong seseorang untuk mencari solusinya sendiri. Seseorang yang mengalami kesulitan ekonomi, tekanan dari lingkungan bahkan masuk kategori miskin akan berusaha sekuat tenaga untuk keluar dari lingkaran permasalahan.

Motivasi kewirausahaan seringkali di mulai karena pekerjaan lain tidak dapat memenuhi kebutuhan hidup sehingga seseorang berani mengambil keputusan untuk berwirausaha. Kebutuhan paling mendasar masyarakat adalah makanan, pakaian, dan tempat tinggal. Kebutuhan yang paling mendasar tidak terpenuhi maka masyarakat tidak akan dapat bertahan hidup. Situasi mendesak inilah yang memotivasi seseorang untuk tetap bertahan hidup.(Pranatasari, 2020). Keputusan berwirausaha akan membuka lapangan pekerjaan lebih luas, peningkatan pendapatan nasional serta memberikan kesempatan kepada wirausahawan untuk bertahan hidup dan meningkatkan kesejahteraan.

Dalam Pranatasari (2020) mengemukakan ada beberapa faktor yang memotivasi seseorang untuk mengambil keputusan berwirausaha :

1. Kualitas Bakat dan Minat (Atribut Individu)

Sifat bawaan dan minat seseorang yang sudah tertarik untuk melakukan aktivitas kewirausahaan dibanding mencari pekerjaan adalah faktor yang memotivasi kewirausahaan. Kemampuan, minat, dan bakat ini menjadi bekal bagi calon wirausahawan untuk menjalankan aktivitas bisnisnya. Keinginan berprestasi, rasa percaya diri, kemampuan mengelola risiko, memiliki motivasi kuat memperoleh profit, kreatif, dan inovatif merupakan atribut diri dari seseorang untuk menjalankan kewirausahaan.

2. Pribadi dan sosial

Kebutuhan manusia tidak terbatas pada kebutuhan pokok makan, pakaian dan tempat tinggal saja melainkan banyak keinginan yang harus dipenuhi akan pemenuhan barang dan jasa. Seseorang termotivasi untuk berwirausaha bukan untuk memperoleh pengakuan atau penghargaan dari

masyarakat, melainkan tujuan utamanya dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan keinginan terhadap barang dan jasa.

### 3. Pendapatan dan Karir

Peningkatan penghasilan dan pengembangan karir merupakan faktor yang memotivasi seseorang untuk bekerja keras menjadi wirausahawan sukses. Calon wirausahawan termotivasi untuk memperoleh penghasilan tambahan yang nilainya besar. Seseorang memutuskan berwirausaha karena ingin mendapatkan ekstra penghasilan serta mengubah status pengangguran menjadi pengusaha.

### 4. Peluang Pasar

Perkembangan bisnis dari waktu ke waktu terus mengalami perubahan. Kewirausahaan harus secara terus menerus mengadaptasi perubahan ini agar peluang pasar tetap terbuka. Riset pasar harus dilakukan secara berkelanjutan untuk memperoleh peluang bisnis yang menguntungkan. Riset pasar akan mendeteksi kemudahan akses kepada supplier dan konsumen. Kemudahan mengakses supplier dan kemudahan menjangkau konsumen merupakan motivasi untuk berwirausaha. Wirausahawan akan mencari sumber modal potensial untuk mendukung kewirausahaan. Jaringan bisnis (*bussines network*) juga akan meningkatkan motivasi berwirausaha. Kemudahan akses dalam memasuki pasar akan memotivasi calon wirausahawan untuk menekuni bisnis tertentu sehingga bisnisnya memperoleh keunggulan dalam bersaing (*Competitive Advantage*).

## 5. Lingkungan

Faktor lingkungan mempengaruhi motivasi kewirausahaan karena wirausahawan dalam menjalani aktivitas kewirausahaan menginginkan waktu yang lebih fleksibel. Sekalipun tidak ada dukungan dari lingkungan sekitar maka pengusaha tersebut tetap akan menjalankan bisnisnya dalam memenuhi target capaian wirausaha yang telah ditentukan di awal.

Berbagai hasil riset tentang motivasi kewirausahaan dapat disimpulkan bahwa keinginan kuat seseorang untuk melakukan kegiatan kewirausahaan termotivasi oleh keyakinan bahwa dengan berwirausaha dapat memenuhi kebutuhan dasar dan keinginan dalam pemenuhan barang dan jasa. Melalui kewirausahaan tujuan akhir dari motivasi kewirausahaan adalah memperoleh peningkatan penghasilan, peningkatan kualitas hidup dan peningkatan kesejahteraan wirausahawan.

## Daftar Pustaka

- 28 Aima, M.H., Wijaya, S.A., Carawangsa, L., and Ying, M. (2020). Effect Global mindset and entrepreneurial motivation to entrepreneurial, Self-efficacy and implication entrepreneurial intention. *Dinasti Int. J. Digit. Bus. Manaj.* 1, 302-314. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v1i2.160>
- Barba-Shanzes, V., and 80 Atienza-Sahuquillo, C. (2017). Entrepreneurial motivation and self-employment : Evidence from expectancy theory. *International Entrepreneurship and Management Journal* 13:1097-1115 <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-017-0441-z>
- BarthaZ., S. Gubik, A., & 34 Berezcka. (2018). The Social Dimension of the Entrepreneurial Motivation in the Central and Eastern European Countries. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 7(1), 9-27. <https://doi.org/10.15678/EBER.2019.070101>
- 13 Eijdenberg, Emiel L, Leonard J Paas dan Enno M. (2015). Entrepreneurial motivation and small business growth in Rwanda. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. Vol. 7 Iss 3 pp. 212 – 240
- Fajri, A. (2021). 72 *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol.7 No.2 (2021) Hal. 104-112 ISSN (Print): 2460-5956 ISSN (Online): 2548-5911 DOI: <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v7i2.619>
- 141 He, Ca, Lu, J, & Qian, H. (2019). "Entrepreneurship in China," *Small Business Economics*, Springer, vol. 52(3), pages 563-572. [https://ideas.repec.org/a/kap/sbusec/v52y2019i3d10.1007\\_s11187-017-9972-5.html](https://ideas.repec.org/a/kap/sbusec/v52y2019i3d10.1007_s11187-017-9972-5.html)

- Irsyada, R., Dardiri, A., Sugandi, R.M. (2018). “Kontribusi Minat Berwirausaha dan Self Efficacy terhadap Kesiapan Berwirausaha di Era Revolusi Industri 4.0 Mahasiswa Teknik Informatika seMalang.” *Jurnal Pendidikan:Teori, Penelitian, dan Pengembangan* Volume: 3 Nomor: 7 Bulan Juli Tahun 2018 Halaman: 945—954 EISSN: 2502-471X DOAJ/SHERPA/RoMEO-Google Scholar-IPI. DOI: 10.17977/jptpp.v3i7.11368
- Pranatasari, F.D. (2020). Analisis Pengaruh Entrepreneurial Motivation Terhadap Keputusan Menjadi Seorang Wirausaha. *Jurnal Ilmiah Bisnis Ekonomia Asia* Volume 14 nomor 1 Pp 26-34. DOI:10.32812/jibeka.v14i1.138
- Shi B and Wang T. (2021). Analysis of Entrepreneurial Motivation on Entrepreneurial Psychology in the Context of Transition Economy. *Front. Psychol.* 12:680296. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.680296>
- Wu, Y., and Song, D. (2019). Gratifications for social media use in entrepreneurship courses: learners’ perspective. *Front. Psychol.* 10:1270. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2019.01270/full>
- Yuan, C. H., Wang, D., Mao, C., and Wu, F. (2020). An Empirical Comparison of Graduate Entrepreneurs and Graduate Employees Based on Graduate Entrepreneurship Education and Career Development. *Sustainability* 12:10563. doi: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/24/10563>

## Profil Penulis



### **Dr. Linna Ismawati, S.E., M.Si.**

Bisnis di Era Revolusi Industri 4.0 mengalami perubahan dari bisnis konvensional menjadi bisnis berbasis digital. Tenaga kerja usia produktif dihadapkan pada persaingan yang tinggi dalam mencari pekerjaan di sektor formal. Di era persaingan Global kewirausahaan menjadi alternatif untuk memperoleh penghasilan pribadi, juga memberikan kesejahteraan kepada masyarakat dengan dibukanya lapangan pekerjaan melalui aktivitas kewirausahaan.

Penulis tertarik mendalami Ilmu Manajemen dengan menyelesaikan studi Doktorat pada Program Doktor Ilmu Manajemen (DIM) Universitas Padjadjaran tahun 2018. Penulis adalah dosen tetap Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia. Selain itu penulis mengajar di perguruan tinggi lain yang ternama di Kota Bandung. Penulis adalah salah satu tim dosen mata kuliah Kewirausahaan di Unikom yang merupakan mata kuliah wajib yang harus diambil oleh seluruh mahasiswa.

Penulis memiliki kepakaran di bidang Ilmu Manajemen. Kepakaran di bidang inilah yang menjadikan penulis sebagai tenaga ahli di Kementerian Investasi (Badan Koordinasi Penanaman Modal), Reviewer Program TSA Kementerian Komunikasi Dan Informatika, Tenaga Ahli PT Surveyor Indonesia (PTSI) dan tenaga ahli di beberapa Pemerintahan Daerah. Penulis juga sebagai Pengurus Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) Pusat Cabang Bandung Jawa Barat sejak tahun 2018 hingga sekarang. Penulis melakukan berbagai riset serta melaksanakan pengabdian dan pemberdayaan masyarakat baik sebagai narasumber seminar, workshop, webinar dan melakukan pendampingan kepada berbagai UMKM, lembaga pendidikan serta sebagai Dewan pertimbangan Pesantren.

Penulis juga menjadi reviewer jurnal nasional bereputasi pada beberapa perguruan tinggi. Berbagai penghargaan yang di raih diantaranya Presenter Terbaik Hibah Dikti tahun 2018, Dosen Teladan Tingkat Universitas tahun 2005, 2008, 2011, dan 2019, penghargaan satyaencana pengabdian 10 tahun dan 20 tahun. Berbagai karya penulis semoga dapat memberikan kontribusi positif untuk kemajuan pendidikan di Indonesia.

Email Penulis: [linna.ismawati@email.unikom.ac.id](mailto:linna.ismawati@email.unikom.ac.id)



# BERPIKIR KREATIF SDM KEWIRAUSAHAAN

**Irra Chrisyanti Dewi, S.Pd., M.S.M.**  
Universitas Ciputra Surabaya

## **Pendahuluan**

Terjadinya perubahan yang begitu dahsyat dalam bidang kewirausahaan, rumitnya masalah yang terus bertambah, dan akhirnya SDM dituntut menyesuaikan diri dan membangun dirinya dalam menghadapi rintangan dan tantangan. Akibatnya, SDM harus berpikir kreatif untuk mendukung kepercayaan diri yang lebih tinggi. Dengan berpikir kreatif, SDM dapat menjadi penggagas kreativitas dalam mewujudkan gagasannya ke dalam kenyataan. Kreativitas merupakan kekuatan daya cipta yang mewujudkan karya yang bertumpu pada inovasi. Hubungan antara konsep berpikir kreatif dan kreativitas dilakukan dengan dua tahap berbeda, yakni berpikir lalu berbuat. Berpikir kreatif adalah petualangan untuk berbuat. Walaupun petualangan berkonotasi coba-coba dengan pencarian yang gigih dan didukung pengalaman, berpikir kreatif berguna dalam meningkatkan usaha sesuai tujuan. Dengan peningkatan berpikir kreatif maka kreativitas tidak akan berhenti.

## **Kreativitas, Sistem dan Paradigma**

Bab ini membahas tentang dorongan kreativitas dalam melihat masalah manajemen dan penyelesaiannya secara kreatif melalui sistem. Melihat masalah secara kreatif memungkinkan SDM menyelesaikannya dengan cara yang lebih terintegrasi melalui system. Sistem menawarkan kepada SDM sejumlah pendekatan yang berbeda untuk menyelesaikan masalah. Pendekatan sistem bersifat holistik karena mengatasi masalah dengan cara yang lebih mendalam.

Pentingnya metafora yang memungkinkan SDM menjadi lebih kreatif. Pada awalnya, kewirausahaan dianggap sebagai mesin dan penempatan pekerjaan yang dirancang dengan baik ke dalam struktur yang sesuai untuk memastikan pencarian tujuan yang efisien. Kemudian organisasi dipelajari sebagai organisme di mana mengandung sistem kompleks dalam hubungan timbal balik yang erat dengan lingkungan SDM dan subsistem yang memenuhi kebutuhan akan kelangsungan hidup SDM. Dengan lahirnya sibernetika, organisasi dipandang sebagai otak atau sistem pemrosesan informasi dalam pengambilan keputusan dan pembelajaran. Akhir-akhir ini, organisasi digambarkan sebagai budaya, nilai dan keyakinan pada filosofi kewirausahaan yang dimiliki bersama oleh semua SDM. Oleh karena itu, hal ini membantu SDM menjadi lebih kreatif dalam mengenali masalah dan alasan keberadaan organisasi.

Cara lain untuk menjadi kreatif adalah dengan melihat organisasi, dan dunia sosial di mana SDM menjadi bagiannya, melalui lensa paradigma sosiologis yang berbeda. Empat paradigma dalam teori sosial adalah fungsionalis, interpretif, emansipatif dan pasca-modern. Sifat dari paradigma yang berbeda ini, dan implikasi berguna dalam meningkatkan kreativitas untuk melihat situasi masalah melalui metafora dan paradigma yang

berbeda. Selain itu, agar SDM bersikap holistik dalam mengatasi situasi masalah. Betapa jauh lebih baik jika SDM bisa menjadi kreatif dan holistik pada saat yang bersamaan.

Saat SDM bertindak dalam kewirausahaan, mereka telah melakukan berdasarkan cara SDM melihat dan memahami dunia. Oleh karena itu, sudut pandang yang berbeda menimbulkan tindakan yang sangat berbeda dan masing-masing adalah rasional sesuai dengan sudut pandang yang mendorong dan membenarkannya. Jika SDM ingin bertindak kreatif, maka SDM harus berpikir kreatif.

Belajar berpikir secara berbeda, memiliki sudut pandang yang berbeda, tidaklah mudah. Sistem pendidikan, yang sering menyerap potongan-potongan informasi terstruktur kemudian direproduksi dalam ujian, dapat membatasi kreativitas. Untuk alasan apa pun, sangat sedikit SDM yang merasa mudah untuk berpikir dengan cara yang berbeda tentang operasi dan kewirausahaan yang menjadi tanggung jawab SDM, akibatnya SDM mengelola dengan cara yang dapat diprediksi dan dibatasi.

Untuk itu, masukkan SDM dalam kursus pengembangan manajemen untuk membuat gambaran dalam mewakili organisasinya dan menunjukkan posisinya dalam kewirausahaan. Sangatlah penting untuk meningkatkan kapasitas kreatif para SDM agar merasa betah menggunakan berbagai perspektif yang berbeda tentang situasi masalah dan bagaimana SDM dapat menangani.

Metafora sangat bagus dalam menjelajahi pandangan dunia dan membantu berpikir kreatif. Karakteristik yang menonjol memungkinkan SDM mendapatkan wawasan yang lebih besar ke dalam organisasi dan masalahnya juga menunjukkan keterbatasannya, karena semua metafora terbatas dan menawarkan cara tidak melihat

serta cara melihat. Hal ini, memungkinkan SDM menguraikan secara eksplisit kerangka kerja yang mendominasi perspektif manajemen khusus SDM memungkinkan untuk mengakses alternatifnya. Adapun gambaran penting yang ada pada organisasi kewirausahaan sebagai metafora adalah: organisasi sebagai mesin, organisme, otak, transformasi, budaya, politik, psikis, instrumen dominasi dan karnaval. Pandangan organisasi sebagai mesin mendominasi pada teori manajemen, sedangkan instrumen rasional dirancang untuk mencapai tujuan para *Entrepreneurs*. Efisiensi dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya adalah atribut organisasi yang paling dihargai sebagai mesin. Metafora ini dipandang mengabaikan SDM yang membentuk organisasi dan menghasilkan desain organisasi yang terlalu kaku dalam lingkungan yang bergejolak. Oleh sebab itu, metafora dikembangkan untuk membantu SDM menjadi eksplisit tentang bias yang menginformasikan pemikiran dan mempertimbangkan beberapa asumsi alternatif tentang organisasi dan manajemennya.

Cara lain untuk melihat situasi masalah yang dihadapi SDM adalah dengan melihatnya dari perspektif yang ditawarkan oleh paradigma sosiologis yang berbeda. Kata paradigma sekarang umum digunakan untuk merujuk pada sesuatu seperti pandangan dunia atau cara melihat sesuatu.

Metafora yang terlihat, jelas merupakan representasi parsial dari apa yang diamati. Paradigma menjelaskan mengapa kreativitas paling baik didorong jika SDM menganut paradigma dan metafora yang berbeda. Meskipun metafora memberikan berbagai sudut pandang pada situasi masalah SDM tidak menuntut perspektif alternatif yang berbeda. Paradigma SDM bertumpu pada asumsi yang tidak sesuai dengan paradigma lain.

Tanpa menambahkan kreativitas paradigma pada kreativitas metafora, akan terlalu mudah untuk memilih satu set metafora yang cocok bersama-sama dan sesuai dengan keyakinannya. Menjelajahi paradigma yang berbeda, bagaimanapun, selalu memastikan bahwa pertemuan yang menantang dengan formulasi yang ketat, posisi teoretis alternatif terjadi. Adapun paradigma secara umum yang digunakan dalam teori sosial saat ini adalah: paradigma fungsionalis, paradigma interpretative, paradigma emansipatoris dan paradigma postmodern.

### **Berpikir Kreatif untuk SDM Kewirausahaan**

Kesuksesan dan *survive* nya organisasi kewirausahaan bergantung pada kemampuan SDM menanggapi perubahan. Hal ini bisa datang dari dalam organisasi itu sendiri atau dari kekuatan eksternal, seperti: pemerintah, regulasi, teknologi, globalisasi, dan lain-lain.

Dalam bab ini, mari mengeksplorasi lima teknik berpikir kreatif yang dapat digunakan untuk membantu SDM berpikir kreatif dalam konteks produk dan layanan yang organisasi tawarkan, antara lain:

#### 1. *Types of Innovation*

Sangat penting untuk organisasi berinovasi, agar mereka dapat berkembang di sektor pasar yang sudah mereka tentukan. Ada banyak cara berbeda untuk berinovasi dan memilih yang paling cocok untuk organisasi dan sumber daya yang dimilikinya menjadi kunci utama bisnis. Berbagai jenis inovasi dapat mendorong organisasi untuk berpikir dalam kerangka yang lebih luas. Metodologi ini memiliki tiga elemen yang sesuai dengan jenis-jenis inovasi yaitu konfigurasi dan struktur organisasi, penawaran dan produk/layanan, pengalaman dan interaksi pelanggan.

## 2. *The Four-Step Innovation Process*

Inovasi bukanlah sesuatu yang terjadi begitu saja, perlu dipupuk. Organisasi perlu menerapkan proses yang memungkinkan ide dan pemikiran inovatif dihasilkan dan dinilai. Banyak organisasi yang sukses menggunakan proses dasar inovasi melalui empat langkah untuk menciptakan prosedur internal. Langkah pertama adalah mengamati masalah, mengembangkan solusi, mencobanya dan terakhir adalah implementasi.

## 3. *The Charette Procedure*

Banyak organisasi harus mengatasi masalah yang melibatkan sejumlah SDM untuk menyelesaikannya. Hal ini berarti bahwa *brainstorming* hanya efektif dalam kelompok kecil. *Charette procedure* adalah metodologi yang ideal dalam situasi seperti itu, tetapi membutuhkan alat yang lebih canggih untuk menangani kerumitan tambahan yang ada dalam situasi ini.

## 4. *Crawford's Slip Writing Method*

Pengumpulan ide kreatif yang sederhana untuk menyelesaikan masalah dan memastikan semua SDM dapat memberikan kontribusi. Metode ini perlu dilakukan di lingkungan yang terbuka, mendorong SDM menuliskan ide-idenya pada secarik kertas. Kemudian dikumpulkan dan dipilah, duplikat dihilangkan sehingga manajemen dapat meninjau ide yang tersisa dan mempersempitnya menjadi satu atau dua ide yang menawarkan potensi nyata.

## 5. *SCAMPER Technique*

Ini adalah alat kreativitas yang sangat baik untuk menghasilkan produk dan layanan baru dengan menilai bagaimana penawaran produk organisasi

cocok dengan sektor pasar. Teknik SCAMPER menggunakan tujuh kata yang membentuk akronim ini untuk meninjau dan menganalisis produk atau layanannya saat ini. SCAMPER adalah singkatan dari *Substitute, Combine, Adapt, Modify, Put to Another Use, Eliminate, Reverse*.

### ***Tools for The Job of Thinking Creatively***

Bab ini menawarkan sejumlah alat berpikir kreatif untuk membantu SDM. SDM dapat mengembangkan dan bekerja dengan alat ini. Masing-masing alat ini adalah proses mental yang terkodifikasi. Untuk lebih memahami cara kerja alat berpikir ini, SDM diajak untuk melihat alam secara nyata. Ada beberapa alat fisik yang membantu SDM berprestasi. Demikian pula, beberapa mekanika pikiran dasar dapat digunakan dalam berbagai situasi berpikir dengan hasil yang bagus. Teknik ini sangat ampuh jika SDM menggunakannya secara sadar dan konsisten.

#### ***1. Ask Better Question***

Imajinasi seringkali muncul dengan beberapa kemungkinan yang cukup menakjubkan ketika didorong oleh pertanyaan. Tahap ini mengilustrasikan alat berpikir kreatif yang dapat diajukan sebagai pertanyaan yang lebih baik. Saat SDM berada dalam kreativitas terbaik, maka ajukan pertanyaan yang bagus juga.

#### ***2. Ask the Question Early***

Alat ini lebih baik daripada *ask a better question*, mengajukan pertanyaan lebih awal membuat imajinasi SDM bersemangat. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menemukan solusi dari suatu masalah? Jika SDM merumuskan pertanyaan seminggu sebelumnya, SDM memiliki peluang ekstra

untuk menghasilkan ide besar. Mengajukan pertanyaan lebih awal, memberi SDM banyak kesempatan untuk terinspirasi.

3. *Thinking at the Speed of Enlightenment*

Jika SDM sedang mencari cara yang mudah untuk memunculkan ide-ide besar, cobalah teknik yang sangat mendasar untuk berpikir kreatif yang telah dipraktikkan oleh orang melalui proses pemikiran *100 MPH*. SDM mendapatkan banyak ide dalam waktu singkat. *100 MPH thinking* adalah metode yang menggabungkan dua konsep dasar berpikir kreatif: kuantitas dan kecepatan.

4. *180° Thinking*

Disadari atau tidak, ketika SDM mulai mencari ide-ide baru yang lebih besar dan lebih baik di bidang apa pun, SDM sering dipengaruhi oleh batasan pemikiran yang sewenang-wenang yang sangat membatasi bidang permainan kreatifnya. Ketika SDM di berpikir untuk memperbaiki bidang kerjanya, SDM membuat banyak asumsi. Sebagian besar asumsi ini datang langsung dari apa yang telah dilakukan sebelumnya. Apakah anggapan ini benar? Apakah itu jawaban terbaik? SDM tidak akan pernah tahu apakah mereka diperbudak oleh praduga itu, bahkan jika SDM sadar akan batasan yang mereka ketahui. Alat berpikir dalam point ini hanya memilih untuk mengabaikan semua prasangka dalam kategori pemikiran apa pun, tetapi juga menggunakan apa yang dikenal sebagai titik pendorong untuk mengubah arah pemikiran sebesar 180°, dengan cara yang hampir sama seperti perenang menggunakan akhir dari kolam untuk mendorong diri mereka ke arah yang berlawanan. Tidak mengherankan jika disebut metode pembentukan ide *180° thinking*.



## 5. *Intergalactic Thinking*

Kapan SDM berpikir di luar galaksi? Ketika SDM tidak tahu solusinya. Kapan SDM tidak memiliki solusi? Ketika SDM menghadapi masalah yang belum pernah dihadapi sebelumnya. Pada dasarnya ada dua cara untuk memecahkan masalah, yaitu: menemukan solusi atau menciptakan solusi. Ketika SDM tidak dapat menemukan solusi, SDM dipaksa untuk menciptakan solusi. Masalah memaksa SDM untuk meregang ke tempat di luar pengetahuannya yang terbatas akhirnya dapat menjadi pemecahan masalah kreatif. Kebanyakan SDM melakukan pertimbangan-pertimbangan ketika menemukan solusi dalam berbagai jenis pemecahan masalah selain menciptakan solusi, gunakan kedua alternatif tersebut dan lihat bagaimana kaitannya dalam konsep pemikiran antargalaksi (*intergalactic thinking*). SDM dapat mempraktikkan metode ini dengan berbagai cara. Ada cara baku dan disiplin yang digunakan, baik dalam pemikiran kelompok SDM maupun personal. Lalu ada metode terbuka untuk ide-ide baru dari dunia mana pun. Para SDM kreatif yang paling sadar biasanya adalah orang-orang yang dapat menarik inspirasi dari hampir semua hal kapan saja. Beberapa SDM hebat sepanjang masa adalah orang-orang yang tidak membatasi pemikirannya pada pengaruh atmosfer yang relatif kecil dari bidang keahliannya. Para SDM dengan menerapkan metode ini mencapai banyak pencapaian kreatif terbesar sepanjang masa sebagai hasil dari penggunaan data yang disengaja atau tidak disengaja dari galaksi pemikiran yang sama sekali tidak terkait untuk memprovokasi percikan kreatif.

## 6. *Collaborate with Genius*

Metode ini adalah variasi dari *intergalactic thinking*, tetapi alih-alih pergi ke *intergalactic thinking* di luar area tempat SDM bekerja, SDM malah pergi ke pikiran selain pikiran mereka sendiri. Namun, SDM tidak boleh berkolaborasi dengan sembarang orang. Cobalah untuk memilih bantuan dari SDM yang brilian. Karena jika SDM akan berkolaborasi dengan SDM lain tanpa sepengetahuannya, mengapa tidak berkolaborasi dengan SDM yang dapat memperkaya kumpulan ide SDM lain?.

## 7. *Conceptual Solitaire*

Metode ini dapat dilatih dan dikembangkan untuk membantu SDM memecahkan masalah. Latihan ini sangat ideal untuk SDM yang bekerja sendiri atau yang perlu bertukar pikiran sendiri. Jika curah pendapat kelompok seperti permainan poker Jumat malam, ini lebih seperti *Solitaire Konseptual*. Luangkan beberapa menit untuk menyelesaikan latihan metode ini, dengan menggunakan masalah yang sedang SDM hadapi melalui beberapa langkah yaitu:

- a. Langkah pertama, pilih satu masalah untuk melakukan *brainstorming* sendirian. Lebih disukai adalah masalah yang sedang SDM hadapi, sesuatu yang mungkin muncul minggu ini atau sesuatu yang SDM hadapi selama bertahun-tahun tanpa solusi.
- b. Langkah kedua, tulis masalah SDM di baris paling atas lembar kerja ini. Disarankan untuk mencoba menurunkan masalahnya menjadi 8 hingga 12 kata dengan kalimat pertama menjadi pertanyaan.

- c. Langkah ketiga, tulis kalimat kedua yang menyertakan kata kunci atau frase dari kalimat pertama
- d. Langkah keempat, lanjutkan untuk mengulang pernyataan pada setiap baris berturut-turut, memasukkan kata kunci atau frase baru dari setiap kalimat sebelumnya ke dalam kalimat segera setelahnya.

8. *How to Put These Tools to Work*

SDM dapat menggunakan metode ini, untuk menghadapi masalah, tantangan, atau peluang apa pun yang menghampiri mereka. Jika SDM tidak segera menggunakan keterampilan yang baru diasah, apa yang terjadi? Jika SDM mengalami kesulitan untuk mendapatkan ide segar, dapat menggunakan metode ini. Metode ini dikembangkan karena SDM menjadi terikat pada ide-ide lama, sehingga SDM sering membutuhkan pengungkit yang kuat untuk mengalihkan pikirannya.

## Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. (2018). *Kewirausahaan*. Bandung: ALFABETA.
- Baye, M. R., Prince, J. (2013). *Managerial Economics and Business Strategy*. McGraw Hill Higher Education.
- FT Series. (2013). *FT Essential Guide to Developing a Business Strategy: How to Use Strategic Planning to Start Up or Grow Your Business*. FT Publishing International.
- Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., RegnZr, P. (2013). *Exploring Strategy Text & Cases*. Pearson.
- 59 Jumari. (2017). Berpikir Kreatif dan Inovatif dalam Membangun Jiwa Entrepreneur. *Jurnal Istithmar*. Vol. 1 No. 1 Januari 2017.
- Kasmir. (2016). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- 130 McDonald, M., Wilson, H. (2016). *Marketing Plans: How to Prepare Them, How to Profit from Them*. John Wiley & Sons.
- Mckeown, M. (2015). *The Strategy Book: How to Think and Act Strategically to Deliver Outstanding*. FT Publishing International.
- Munandar, U. (2014). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- 176 Riyanti, B. P. D. (2019). *Kreativitas dan Inovasi di Tempat Kerja*. Jakarta: Atma Jaya.
- Siagian, S. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Sudarma, Momon. (2013). *Mengembangkan Keterampilan Berpikir Kreatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- 74 Suhaeni, T. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 4(1), 57-74.
- 99 Suhartatik, A. (2019). Faktor Internal dan Eksternal Minat Berwirausaha dan Keberhasilan Usaha Pada UMKM di Surabaya. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 15(1), 53-63.
- Sukmadi. (2016). *Inovasi & Kewirausahaan*. Bandung: Humaniora Utama Press.
- The Economist, Kourdi, J. (2015). *Business Strategy: A Guide to Effective Decision-Making Economist*.
- 13 Widiastuti, C. T., Widyaswati, R., Meiriyanti, R. (2019). Strategi Peningkatan Sumber Daya Manusia Kreatif dan Inovatif pada UKM Batik Semarang (Studi di Kampung Batik Semarang). *Jurnal Riptek*. Vol. 13 (2) 124-130.
- 59 Wiyono, H. D., Ardiansyah, T., dan Rasul, T. (2020). Kreativitas dan Inovasi Dalam Berwirausaha. *Jurnal Usaha*, Vol. 1, No. 2, Desember 2020.
- 158 Zimmerer, Thomas W., dan Norman, M., Scarborough. (2015). *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Jakarta: Penerbit Indeks.

**Irra Chrisyanti Dewi, S.Pd., M.S.M.**

Lahir di Surabaya, 1 Desember 1978 adalah Dosen Tetap di Fakultas Pariwisata Universitas Ciputra Surabaya. Setelah menyelesaikan pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya dan lulus pada tahun 2001. Selanjutnya, menyelesaikan pendidikan strata dua pada program studi Magister Sains Manajemen Universitas Airlangga Surabaya dan lulus cumlaude pada tahun 2010. Bidang keahlian utama penulis adalah Manajemen Bisnis. Selain aktif mengajar di beberapa lembaga kursus dan pelatihan, juga di beberapa perguruan tinggi negeri dan swasta, penulis juga aktif sebagai Trainer dalam bidang Manajemen Perkantoran, Manajemen Bisnis, Keguruan, Fashion, dan Kuliner. Aktivitas lainnya, sebagai Reviewer jurnal internasional dan jurnal nasional, juri pada beberapa kompetisi, dan Assesor khususnya bidang Administrasi Perkantoran.

Selain aktif menulis artikel di beberapa majalah, buku-buku yang telah ditulisnya adalah:

- Manajemen Kesekretariatan
- Manajemen Perkantoran
- Manajemen Kearsipan
- Mahir Korespondensi Bahasa Indonesia
- Pengantar Ilmu Administrasi
- Teori Kepemimpinan Manajerial (*Managership*)
- Sistem Informasi Sumber Daya Manusia
- Pengantar Psikologi Media
- Layanan Prima di Era Digital

- Standar Uji Kompetensi Administrasi Bisnis Profesional
- Pengantar *Technopreneurship*
- Standar Pengembangan Kepribadian Profesional (*Inner and Outer Beauty*)
- Korespondensi Bisnis dan Pemerintahan
- Boga Dasar
- Manajemen Sumber Daya Manusia
- Pemasaran Strategik Untuk Pariwisata Berkelanjutan
- Trend Bisnis Food and Beverages Menuju 2030
- Ekosistem Sumber Daya Manusia Dalam Resesi Global
- Model-Model Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia

Email Penulis: [irra.dewi@ciputra.ac.id](mailto:irra.dewi@ciputra.ac.id) atau [irracdewi@gmail.com](mailto:irracdewi@gmail.com)





## PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN SDM KEWIRAUSAHAAN

177

**Dr. Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd.**  
Universitas Negeri Makassar

### **Relasi Sumber Daya Manusia dan Kewirausahaan: Modal Manusia dalam Penciptaan Pengetahuan Baru**

Teori modal manusia dikembangkan oleh Dr. Gary Becker, seorang ekonom Amerika di University of Chicago. Menurut Becker (1994), modal manusia adalah jenis modal yang berbeda dari sumber daya fisik dan keuangan. Pendidikan, pelatihan teknologi dan etika, serta pengeluaran kesehatan juga merupakan modal karena meningkatkan kesejahteraan, kesehatan, pendapatan, dan penghargaan. Pengeluaran untuk pendidikan, pelatihan, dan perawatan kesehatan merupakan investasi modal manusia.

Sumber daya manusia juga mengacu pada persediaan pengetahuan, rutinitas, karakteristik kepribadian, dan kebiasaan sosial individu atau kelompok. Modal manusia bahkan termasuk kreativitas yang dapat berguna diterapkan untuk tujuan ekonomi, dan dengan demikian dianggap sebagai jenis kekayaan.

Negara, organisasi, dan kelompok dengan modal manusia yang lebih besar diharapkan lebih mampu mencapai tujuan untuk menghasilkan perbaikan ekonomi.

Beberapa studi telah menemukan hubungan positif antara modal manusia dan pembangunan ekonomi, termasuk inovasi dan pertumbuhan produktivitas. Asosiasi ini telah digunakan sebagai bukti untuk menjustifikasi subsidi pemerintah untuk pendidikan dan pelatihan. Atribut modal manusia, seperti pendidikan dan pengalaman, mungkin juga penting untuk keberhasilan kewirausahaan. Modal manusia menarik investor (Stuart & Abetti, 1990), terutama pemodal ventura (Zacharakis & Meyer, 2000).

Ketertarikan pada sumber daya manusia dalam literatur kewirausahaan sudah berlangsung lama dan telah melonjak selama dua dekade terakhir. Teori modal manusia pada awalnya dikembangkan untuk mempelajari nilai pendidikan (Becker, 1994; Schultz, 1961) dan menunjukkan bahwa orang memiliki berbagai pengetahuan dan keterampilan yang memiliki nilai ekonomi. Mincer (1958) pertama kali membahas konsep modal manusia sebagai penjelasan atas ketimpangan pendapatan. Schultz mengamati bahwa peningkatan output nasional tidak sebanding dengan tanah, jam kerja, atau modal fisik, dan berpendapat "investasi dalam modal manusia mungkin merupakan penjelasan utama". Becker membangun di atas pandangan ini dan merumuskan teori investasi dalam sumber daya manusia berdasarkan sejumlah besar <sup>167</sup> bukti bahwa "orang yang lebih berpendidikan tinggi dan terampil hampir selalu cenderung menghasilkan lebih banyak daripada yang lain".

Kewirausahaan adalah proses dimana <sup>164</sup> peluang untuk menciptakan barang dan jasa masa depan ditemukan, dievaluasi, dan dieksploitasi" (Shane & Venkataraman,

2000). Dengan kata lain, hal tersebut adalah proses dimana organisasi dan individu mengubah pengetahuan baru menjadi peluang baru dalam bentuk produk dan layanan baru. Berkaitan dengan sumber daya manusia, satu perspektif menunjukkan bahwa rangkaian praktik SDM tidak dengan sendirinya menciptakan keunggulan kompetitif; sebaliknya, mereka mendorong pengembangan kemampuan organisasi yang pada gilirannya menciptakan keunggulan tersebut (Wright, Dunford, & Snell, 2001). Secara khusus, berbagai literatur menunjukkan bahwa praktik SDM mengarah pada kinerja organisasi ketika mereka diselaraskan untuk bekerja sama menciptakan dan mendukung kemampuan berbasis karyawan yang mengarah pada keunggulan kompetitif (Wright, Dunford, & Snell, 2001). Dengan demikian, sumber daya manusia kewirausahaan paling baik didefinisikan sebagai kumpulan sumber daya manusia yang akan meningkatkan kemungkinan bahwa pengetahuan baru akan diubah menjadi produk atau layanan baru.

Berdasarkan definisi kewirausahaan di atas, penciptaan pengetahuan baru merupakan kunci dari proses kewirausahaan. Selanjutnya, peneliti organisasi telah menunjukkan kemampuan untuk menyebarkan dan mengeksploitasi pengetahuan saat ini dan kemampuan untuk menciptakan pengetahuan baru sebagai kemampuan penting untuk keberhasilan organisasi. Hal ini terutama berlaku untuk perusahaan wirausaha yang kesuksesan dan kelangsungan hidupnya bergantung pada identifikasi dan pemanfaatan peluang di pasar yang berubah dengan cepat. Nahapiet dan Ghoshal (1998) berpendapat bahwa untuk terjadinya pertukaran dan kombinasi, para pihak harus memiliki akses satu sama lain, mampu menggabungkan dan bertukar ide dan informasi, dan memahami nilai dari proses pertukaran dan kombinasi.

Sebagian besar studi pembelajaran organisasi mengakui pengetahuan awal karyawan sebagai faktor kunci dalam pembelajaran organisasi dan karyawan sebagai gudang utama pengetahuan organisasi. Selanjutnya, kemampuan perusahaan untuk menciptakan pengetahuan baru bergantung pada modal sosial yang ada di dalam perusahaan, karena hubungan sosial antar sumber daya manusia mengarah pada pertukaran produktif dan kombinasi ide dan informasi.

Selanjutnya, berbagai penelitian tentang sumber daya manusia menunjukkan bahwa organisasi dapat membangun dan memperkuat kemampuan penciptaan pengetahuan dengan menyelaraskan praktik SDM untuk menciptakan kemampuan berbasis karyawan yang diperlukan untuk penciptaan pengetahuan. Praktik SDM dapat digunakan untuk meningkatkan transfer pengetahuan antar karyawan dan melembagakan pengetahuan dalam bentuk proses dan prosedur. Seperti disebutkan di atas, salah satu elemen kunci dalam menciptakan pengetahuan organisasi baru adalah modal manusia perusahaan, yang didefinisikan sebagai kemampuan, kecerdasan, dan keterampilan yang diperoleh dari pendidikan formal dan informal dan pengalaman kerja karyawan kunci di perusahaan (Becker, 1964).

Teori tersebut semakin banyak diterapkan dalam ranah kewirausahaan, yang secara konsisten menghubungkan atribut modal manusia dengan kesuksesan kewirausahaan (Rauch, Unger, Frese & Rosenbusch, 2011). Sejumlah argumen menjelaskan mengapa modal manusia, atau pengetahuan sebelumnya, sangat penting bagi bidang kewirausahaan. Pertama, modal manusia sangat penting untuk menemukan dan menciptakan peluang wirausaha.

Modal manusia juga membantu dalam mengeksploitasi peluang dengan memperoleh sumber daya keuangan dan meluncurkan usaha. Ketiga, modal manusia membantu dalam akumulasi pengetahuan baru dan penciptaan keuntungan bagi perusahaan baru. Dalam aplikasi praktis, modal manusia adalah kriteria seleksi yang paling sering digunakan di kalangan pemodal ventura ketika mengevaluasi potensi kinerja usaha.

Ada beberapa bukti bahwa perusahaan dapat secara sistematis mempengaruhi sumber daya manusia perusahaan melalui sistem praktik SDM. Misalnya, perusahaan menciptakan tingkat modal manusia karyawan yang lebih tinggi dengan menerapkan berbagai sumber perekrutan, praktik seleksi ekstensif, membayar gaji awal di atas pasar, berinvestasi lebih banyak dalam pelatihan dan pengembangan, dan lain-lain. Nahapiet dan Ghoshal (1998) berpendapat bahwa modal sosial adalah sumber daya berbasis karyawan kunci lainnya yang meningkatkan kemampuan dan motivasi karyawan untuk bertukar dan menggabungkan pengetahuan. Praktek sumber daya manusia yang berbeda dapat digunakan untuk membangun modal sosial antara karyawan dalam suatu organisasi. Sampai saat ini, tinjauan meta-analitik modal manusia dan hasil perusahaan dapat ditemukan dalam beberapa karya akademik dan ulasan pendidikan kewirausahaan tentang aset, perilaku, dan kinerja modal manusia. Berbagai penelitian modal manusia awal menekankan konstruksi inti dari teori (yaitu, pengetahuan dan keterampilan) serta konstruksi tingkat tinggi, termasuk modal manusia umum dan spesifik (Becker, 1964).

## **Pelatihan SDM Kewirausahaan dalam Perspektif Transfer Pengetahuan Kewirausahaan**

Saat memulai bisnis, dalam memberikan hasil untuk pelanggan dan pendapatan yang tinggi, setiap wirausaha perlu mendapatkan bantuan dari orang lain. Wirausaha membutuhkan karyawan untuk berbagi beban kerja, untuk memperkenalkan keterampilan tertentu yang tidak dimiliki dan yang tidak datang secara alami kepada wirausaha, sehingga diperlukan pengelolaan sumber daya manusia dalam menjalankan usaha.

Oleh karena itu, manajemen sumber daya manusia adalah fungsi kepemimpinan dalam suatu organisasi yang membantu menyelaraskan tenaga kerja dengan keyakinan, niat, dan tujuan organisasi. Ini termasuk menarik, mengembangkan, mengatur, dan mempertahankan keterampilan yang diperlukan untuk memenuhi harapan pelanggan dan pemilik, serta untuk menciptakan budaya organisasi yang dapat diidentifikasi oleh karyawan dan merasakan rasa memiliki, yang semuanya membantu menyalurkan perilaku untuk mendorong organisasi menuju hasil yang diinginkan.

Pengelolaan sumber daya manusia menggabungkan kepemimpinan, budaya, keragaman, dan strategi sumber daya manusia untuk memandu kegiatan dan harapan kepegawaian dalam suatu organisasi. Wirausaha sangat sering menjadi pendiri organisasi tempat mereka bekerja, dan dengan demikian memiliki pengaruh besar pada sistem kepercayaan dan budaya bisnis. Budaya adalah tentang nilai-nilai bersama, itu mendefinisikan siapa dan apa yang diyakini. Apa yang diyakini mendorong perilaku dan perilaku akan mendorong hasil. Wirausaha memiliki tanggung jawab untuk menciptakan budaya yang berfokus pada pelanggan dalam bisnis mereka, yang akan mengarahkan karyawan untuk mencapai tujuan bisnis dan organisasi.

Kepemimpinan menggabungkan antara: (1) visi (melihat dengan jelas ke mana arah perusahaan dan seperti apa nantinya); (2) merekrut orang yang tepat untuk bekerja di perusahaan; (3) memberdayakan orang untuk unggul dalam pekerjaan mereka dan memastikan kegiatan yang dilakukan di perusahaan akan menghasilkan produk atau layanan yang berkualitas; (4) mengevaluasi melalui ulasan dan hasil kinerja; (5) mendorong melalui pelatihan, pengakuan dan penghargaan; dan (5) mewujudkan asumsi dan harapan melalui penciptaan budaya dan sistem kepercayaan yang akan membuahkan hasil.

Terlepas dari visi, yang umumnya terjadi pada awal pengembangan organisasi atau pada tonggak strategis, masing-masing fungsi kepemimpinan lainnya adalah fungsi manajemen sumber daya manusia. Manajemen sumber daya manusia mengumpulkan keterampilan dan bakat melalui langkah-langkah rekrutmen yang direncanakan dengan: (1) memberdayakan orang melalui deskripsi pekerjaan dan kontrak kerja; (2) mengevaluasi kegiatan dan hasil melalui penilaian kinerja; (3) mendorong melalui kesepakatan manajemen kinerja; dan (4) mewujudkan melalui kebijakan, prosedur, dan norma yang ditetapkan dalam organisasi.

Oleh karena itu manajemen sumber daya manusia adalah fungsi kepemimpinan dalam suatu organisasi. Fungsi yang mendukung dan mengembangkan ide dan harapan pendiri untuk bisnis menjadi elemen yang dapat dikelola, untuk diketahui dan dikembangkan oleh staf sehingga mereka dapat berkontribusi pada tujuan organisasi dengan cara yang bermakna dan produktif.

Bisnis yang telah berkembang dengan sejumlah karyawan yang memiliki kompetensi adalah investasi dalam sumber daya manusia. Seperti semua investasi, aset khusus ini harus dikelola dengan baik.

Sebagian besar wirausahawan merasa sulit untuk mengatasi kompleksitas yang disebabkan oleh sumber daya manusia ini karena hal itu mengalihkan perhatian mereka untuk menjalankan bisnis. Oleh karena itu sangat dibutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi. Langkah-langkah sederhana untuk membuat sumber daya manusia tersebut memiliki kompetensi meliputi bagi wirausaha adalah: (1) membantu karyawan untuk memahami sesuatu tentang cara kerja bisnis; (2) membantu mereka untuk memahami di mana pekerjaan mereka cocok dengan bisnis dan bagaimana hal itu menambah nilai tujuan pekerjaan; (3) mendorong karyawan untuk menganggap diri mereka bertanggung jawab sebagai orang dewasa; (4) membiarkan orang tahu bagaimana bisnis berjalan, memperkuat peran mereka dalam mencapai kesuksesan bisnis; dan (5) mengakui dan menghargai kinerja menggunakan pendekatan yang dirancang dengan baik (mendorong perilaku kewirausahaan).

Wirausaha, sebagai pemimpin bisnis, mengharapkan anggota tim mereka untuk memberikan hasil kerja mereka dengan semangat yang sama seperti yang mereka miliki untuk bisnis mereka. Mereka mengharapkan mereka untuk memperlakukan pelanggan sebagai milik mereka sendiri, menganggap diri mereka bertanggung jawab atas kualitas, mengambil kepemilikan dalam mengelola biaya dan memahami pentingnya arus kas positif.

Pemimpin kewirausahaan akan berusaha menanamkan semangat mereka untuk bisnis ke dalam rasa nilai anggota tim mereka sendiri dengan menciptakan lingkungan kerja yang memungkinkan mereka untuk berperilaku sebagai pengusaha dengan hak mereka sendiri.



Sehingga berdasarkan asumsi-asumsi tersebut, pelatihan dan pengembangan SDM kewirausahaan sangat dibutuhkan.

Pelatihan yang ditujukan untuk mengembangkan kompetensi kewirausahaan pada individu potensial disebut pelatihan kewirausahaan. Memotivasi calon pengusaha, adalah dengan membantu orang-orang ini dalam upaya untuk melakukan kegiatan dan usaha yang sesuai, meningkatkan keterampilan pengembangan usaha mereka, dan memfasilitasi mereka untuk membuat laporan proyek yang layak secara ekonomi dan teknis adalah kegiatan utama dari program pelatihan kewirausahaan. Berbagai jenis masukan motivasi mencakup beragam tes, permainan peran, permainan psikologis, latihan penetapan tujuan, dan sebagainya. Membantu individu untuk memiliki pemahaman yang lebih baik tentang kepribadian wirausaha mereka, mengubah konsep diri dan nilai-nilai dengan bantuan belajar mandiri dan menciptakan perilaku kewirausahaan yang mendukung merupakan motif utama dari input ini.

Menanamkan kemampuan untuk mengenali produk dan barang yang sesuai untuk produksi atau berbagai jenis pengaturan wirausaha lainnya dapat difasilitasi dengan bantuan program pelatihan ini. Pelatihan ini juga berfokus pada pengajaran berbagai teknik melakukan penelitian, survei atau studi. Laporan proyek yang relevan juga harus disiapkan oleh para peserta. Dalam pelatihan tersebut, berbagai skema dan program pemerintah yang tersedia untuk pengembangan kewirausahaan juga dijelaskan kepada para peserta.

Seorang pemilik usaha tidak boleh berhenti belajar. Tentunya konsep pembelajaran tidak terbatas pada pendidikan formal, tetapi juga kemauan untuk mengetahui hal-hal baru yang akan membantu mengembangkan bisnis.

Salah satu solusi yang bisa dilakukan untuk terus menggali potensi sebagai wirausaha adalah melalui keikutsertaan dalam pelatihan. terdapat berbagai jenis pelatihan yang cocok untuk para wirausaha.

**Pertama**, pelatihan manajemen keuangan. Jenis pelatihan ini wajib dimiliki oleh setiap pelaku usaha, utamanya bagi seseorang yang baru mendalami dunia bisnis. Pada dasarnya kemampuan mengelola keuangan tidak bergantung pada latar belakang pendidikan sebelumnya, melainkan ditentukan oleh bagaimana memprioritaskan penggunaan dana. Di era digital, bisa dikatakan pelaku usaha lebih beruntung karena sistem pendapatan usaha bisa tercatat secara otomatis, misalnya melalui *Cashlez Reporting*. Melalui layanan ini, wirausaha dapat memantau langsung setiap transaksi yang masuk, tanpa perlu datang langsung ke tempat usaha.

**Kedua**, pelatihan kepemimpinan. Tanpa kemampuan memimpin, tentu akan kesulitan mengarahkan tim di tempat bekerja secara efektif. Padahal, cara memimpin tim akan sangat menentukan keberhasilan kinerja bisnis. Belajar bagaimana menjadi pemimpin yang hebat berdampak pada wirausaha akan mengetahui hal-hal apa saja yang bisa dikembangkan dan bagaimana mengelola sumber daya manusia yang dipekerjakan lebih baik dari sebelumnya.

**Ketiga**, pelatihan layanan pelanggan. Kualitas layanan bisnis juga memainkan peran penting dalam reputasi bisnis karena semakin baik pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan yang akan berpengaruh pada keuntungan yang didapatkan. Tentu saja, terlepas dari skala bisnis, setiap wirausaha perlu mempertimbangkan kualitas layanan sebagai salah satu aspek utama. Misalnya melalui penggunaan *Cashlez* yang menerima berbagai pilihan pembayaran nontunai sehingga pelanggan tidak perlu mengantri.

**Keempat**, latihan pengembangan *soft skill*. Ketika menjalankan bisnis, keterampilan yang dibutuhkan tidak hanya keterampilan terapan, tetapi juga keterampilan lunak yang berkaitan dengan kecerdasan emosional, etika bisnis, kerja sama tim, komunikasi, dan kemampuan memecahkan masalah. Pelatihan untuk mengembangkan *soft skill* juga dibutuhkan oleh para pelaku usaha agar bisa menjadi pemimpin bisnis yang lebih bijak dan bekerja lebih efektif. Dengan begitu, bisnis yang dikelola bisa menghasilkan lebih banyak keuntungan.

**Kelima**, pelatihan kepatuhan dan legalitas usaha. Anggapan bahwa pelatihan di bidang kepatuhan dan legalitas usaha hanya dibutuhkan oleh pelaku usaha yang usahanya sudah berskala korporasi adalah anggapan yang keliru karena pelaku UMKM juga bisa belajar banyak jika mengikuti pelatihan di bidang kepatuhan dan legalitas usaha. Misalnya, pelatihan kepatuhan memberi banyak pengetahuan tentang dasar-dasar kepatuhan dalam bisnis, seperti perizinan dan ketentuan pajak yang dibutuhkan. Tidak hanya itu, wirausaha juga dapat menjalankan bisnis dengan lebih bijak tanpa melanggar peraturan lingkungan.

**Keenam**, pelatihan pemasaran. Sudah bukan rahasia lagi jika strategi pemasaran termasuk sebagai salah satu aspek yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis. Oleh karena itu, terlepas dari skala bisnis yang dijalankan, baik bisnis UMKM maupun perusahaan, keterampilan di bidang pemasaran tetap penting. Melalui pengetahuan di bidang ini, wirausaha diharapkan mampu mempromosikan produk dan layanannya secara efektif. Tidak hanya itu, pelatihan dalam aspek pemasaran akan membuka peluang bagi wirausaha untuk mempelajari tren terkini yang dapat disesuaikan dengan target pelanggan.

Memiliki bisnis tentunya mengharuskan wirausaha untuk memahami dan memiliki keterampilan yang kompleks. Oleh karena itu, setiap wirausaha harus menjalani berbagai pelatihan dari berbagai bidang agar wawasannya semakin luas.

### **Pengembangan SDM Kewirausahaan dalam Perspektif Transfer Pengetahuan**

Transfer pengetahuan adalah proses di mana satu unit seperti departemen, kelompok, tim, divisi, dan lain-lain dipengaruhi oleh pengalaman orang lain dan diwujudkan melalui perubahan pengetahuan atau kinerja unit penerima dan dapat ditunjukkan dengan mengukur perubahan dalam kinerja (Argote & Ingram, 2000). Pengetahuan organisasi dapat diamati melalui perubahan pengetahuan atau kinerja penerima unit. Harus selalu dicatat bahwa transfer pengetahuan organisasi ini bukanlah tugas yang mudah.

Transfer pengetahuan juga dapat dikatakan sebagai sarana dimana keahlian, pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan ditransfer dari basis pengetahuan seperti universitas dan perguruan tinggi kepada mereka yang membutuhkan pengetahuan yaitu perusahaan. Ini melibatkan komersialisasi keterampilan dan keahlian yang dimiliki oleh pendidikan tinggi. Transfer pengetahuan bertujuan untuk mengkatalisasi dan memfasilitasi inovasi. Transfer pengetahuan berusaha untuk mengatur, membuat, menangkap atau mendistribusikan pengetahuan dan memastikan ketersediaannya untuk pengguna masa depan. Transfer pengetahuan tidak dicapai hanya melalui komunikasi, memo atau pertemuan tetapi banyak lagi. Ini adalah proses yang kompleks karena berada di anggota organisasi, alat, tugas, dan sub-jaringan mereka.

Sebagian besar pengetahuan dengan SDM di organisasi mana pun bersifat diam-diam dan sulit untuk diartikulasikan (Hasan, 2020).

Transfer pengetahuan bukan hanya tentang transfer informasi tetapi tentang meneruskan pengalaman, praktik terbaik, dan pembelajaran. Ini bertujuan untuk mengurangi kesenjangan antara pengetahuan dan praktik. Transfer pengetahuan dalam organisasi semakin penting. Mengembangkan sistem pengetahuan yang tepat memungkinkan organisasi untuk meningkatkan praktik kerja, mengambil keputusan yang lebih baik, dan menghindari kritik yang berasal dari kegagalan belajar dari pengalaman sebelumnya (Hasan et al., 2020).

Organisasi juga dapat menikmati kinerja yang lebih baik jika menempati posisi jaringan sentral yang menyediakan akses ke pengetahuan baru yang dikembangkan oleh unit lain. Unit ini, bagaimanapun, bergantung pada kapasitas penyerapan unit dan kemampuan untuk mereplikasi pengetahuan baru dengan sukses.

Transfer pengetahuan akan mendorong budaya berbasis pengetahuan dimana inovasi distimulasi. Ini menekankan pentingnya budaya organisasi yang inovatif, di mana inovasi, kreativitas dan belajar dari kesalahan dihargai. Ini membantu dalam menciptakan alat, platform, dan proses untuk membuat, berbagi, dan mentransfer pengetahuan tacit dalam organisasi (Hasyim et al., 2022).

*Tacit knowledge* sangat penting untuk pengembangan kapabilitas inovasi. Transfer pengetahuan membantu dalam mengidentifikasi "stok" *tacit knowledge* dalam suatu organisasi. Ini membantu dalam pengkodean *tacit knowledge* menjadi pengetahuan eksplisit. Dengan memberikan pendekatan terstruktur untuk pengetahuan, manajemen pengetahuan memungkinkan organisasi untuk mengidentifikasi bidang mana yang kekurangan

pengetahuan dan secara sistematis mengisi basis pengetahuan di bidang ini. Organisasi dapat melakukannya melalui inovasi jika terdapat kesenjangan dalam apa yang disebut bidang pengetahuan strategis atau dapat melakukannya melalui aktivitas operasional dalam manajemen pengetahuan. Manajemen pengetahuan membantu pertumbuhan yang stabil dari basis pengetahuan, dan dengan cara itu, meningkatkan kemampuan inovasi melalui pengumpulan dan penyimpanan terus menerus dari pengetahuan eksplisit dan diam-diam.

Pengetahuan adalah elemen kunci untuk semua sumber daya manusia dan alasan utama mengapa satu bisnis lebih baik dari yang lain. Semakin banyak karyawan berpengetahuan dalam organisasi, semakin kompetitif organisasi itu. Jika karyawan ini dapat berbagi pengetahuan yang mereka miliki dengan anggota tim lainnya, organisasi menjadi lebih produktif.

Transfer pengetahuan membantu mempromosikan struktur yang lebih terdesentralisasi sehingga meningkatkan keterlibatan karyawan melalui kolaborasi dan pembelajaran. Teknologi akan berkembang dengan baik di mana orang-orang di sana berpengetahuan luas dan kompetitif. Tidak ada yang bisa menangani mesin kecuali dia memiliki pengetahuan yang dibutuhkan. Pengetahuan membuat karyawan ini lebih inovatif dan perusahaan menjadi produktif. Resistensi terhadap perubahan berkurang ketika SDM menyadari bahwa mereka dapat menangani apa pun di perusahaan dan dunia.

SDM dalam organisasi seperti itu memiliki kemauan untuk belajar dan berlatih untuk membuat transfer pengetahuan menjadi lebih baik dan lebih cepat serta memiliki kemampuan untuk bekerja sebagai tim.

Penggunaan analisis pekerjaan yang paling umum adalah dalam menyiapkan prosedur pemilihan personel, pengembangan tes, dan validasi serta sistem penilaian kinerja. Dengan pengetahuan yang dibutuhkan, teknik pemecahan masalah dan pengambilan keputusan dimanfaatkan dengan baik. Profesional SDM ini akan bekerja secara kompeten dengan yang lain dan dengan manajemen. Pada prinsipnya, transfer pengetahuan dapat dipecah menjadi tahapan yang berbeda, seperti penciptaan ide, berbagi, evaluasi, diseminasi, dan adopsi.

## Daftar Pustaka

- Argote & Ingram. (2000). Knowledge Transfer: A Basis for Competitive Advantage in Firms. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 82(1), 150-169.
- 107 Becker, G. (1994). *Human Capital A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*, 3rd Edition. USA: The University of Chicago Press.
- 128 Hasan, M. (2020). *Literasi dan Perilaku Ekonomi: Transfer Pengetahuan Kewirausahaan dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi Informal*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- 19 Hasan, M., Walenta, A. S., Tahir, J., & Haeruddin, M. I. M. (2020). Entrepreneurship Education, Intention, and Self Efficacy: An Examination of Knowledge Transfer Within Family Businesses. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(1), 526-538.
- Hasyim, S. H., Hasan, M., Supatminingsih, T., Ma'ruf, M. I., & Nuraisyiah, N. (2022). Education, Attitudes, and Motivation of Entrepreneurship: Study of Knowledge Transfer at Small Business in Makassar City. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 14(3), 3981-3988.
- 109 Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage, *Academy of Management. The Academy of Management Review*, 3(1), 242- 266.
- 133 Mincer, J. (1958). Investment in Human Capital and Personal Income Distribution. *Journal of Political Economy*, 66(1), 281-302.
- 98 Rauch, A., Unger, J. M., Frese, M., & Rosenbusch, N. (2011). Human Capital and Entrepreneurial Success: A Meta-Analytical Review. *Journal of Business Venturing*, 26(1), 341-358.



Schultz, T.W. (1961). Investment in Human Capital. *The American Economic Review*, 51(1), 1-17.

50 Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

Stuart, R.W., & Abetti, P.A. (1990). Impact of Entrepreneurial and Management Experience on Early Performance. *Journal of Business Venturing*, 5(1), 151-162.

Wright, P.M., Dunford, B., & 139 Snell, S. (2001). Human Resources and the Resource Based View of the Firm. *Journal of Management*, 27(1), 701-721.

85 Zacharakis, A. L., & Meyer, G. D. (1998). A Lack of Insight: Do Venture Capitalists Really Understand Their Own Decision Process?. *Journal of Business Venturing*, 13(1), 57-76.

**Dr. Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd.**

Lahir di Ujung Pandang, 6 September 1985. Merupakan dosen tetap dan peneliti di Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar. Memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Ekonomi dari Universitas Negeri Makassar, Indonesia (2007), gelar magister Pendidikan Ekonomi dari Universitas Negeri Makassar, Indonesia (2009), dan gelar Dr. (Doktor) dalam bidang Pendidikan Ekonomi dari Universitas Negeri Makassar, Indonesia (2020). Tahun 2020 hingga tahun 2024 menjabat sebagai Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Makassar. Sebagai peneliti yang produktif, telah menghasilkan lebih dari 100 artikel penelitian, yang terbit pada jurnal dan prosiding, baik yang berskala nasional maupun internasional. Sebagai dosen yang produktif, telah menghasilkan ratusan buku, baik yang berupa buku ajar, buku referensi, dan buku monograf. Selain itu telah memiliki ratusan hak kekayaan intelektual berupa hak cipta. Muhammad Hasan merupakan editor maupun reviewer pada puluhan jurnal, baik jurnal nasional maupun jurnal internasional. Minat kajian utama riset Muhammad Hasan adalah bidang Pendidikan Ekonomi, Literasi Ekonomi, Pendidikan Informal, Transfer Pengetahuan, Bisnis dan Kewirausahaan. Disertasi Muhammad Hasan adalah tentang Literasi dan Perilaku Ekonomi, yang mengkaji transfer pengetahuan dalam perspektif pendidikan ekonomi informal yang terjadi pada rumah tangga keluarga pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, sehingga dengan kajian tersebut membuat latarbelakang keilmuannya lebih beragam dalam perspektif multiparadigma, khususnya dalam paradigma sosial.

Muhammad Hasan sangat aktif berorganisasi sehingga saat ini juga merupakan anggota dari beberapa organisasi profesi dan keilmuan, baik yang berskala nasional maupun internasional karena prinsipnya adalah kolaborasi merupakan kunci sukses dalam karir akademik sebagai dosen dan peneliti.

Email Penulis: [m.hasan@unm.ac.id](mailto:m.hasan@unm.ac.id)

## PENGAMBILAN KEPUTUSAN SDM KEWIRAUSAHAAN

**Nurvi Oktiani, S.E, M.M.**

Universitas Bina Sarana Informatika

### **Pendahuluan**

Konsep kewirausahaan memiliki pengertian tersendiri. Kewirausahaan dapat diartikan sebagai suatu cara dalam memulai bisnis sendiri, namun beberapa ekonom mengartikan bahwa kewirausahaan merupakan hal penting untuk merangsang pertumbuhan ekonomi serta peningkatan perekonomian, kewirausahaan juga dapat diartikan sebagai suatu perilaku inovatif yang saling bekerjasama dengan membangun orientasi strategis untuk mengejar profitabilitas dan pertumbuhan. Kewirausahaan membutuhkan akuisisi yang berkelanjutan dan pengembangan sumber daya manusia. Oleh sebab itu adanya kriteria yang harus dipenuhi oleh sumber daya diantaranya sumber daya harus menambah nilai positif bagi perusahaan, sumber daya harus memberikan nilai tambah, unik dan potensial. Kewirausahaan membutuhkan akuisisi berkelanjutan dan proses pengembangan sumber daya dan cara-cara untuk mengkonfigurasi ulang sumber daya manusia. Sumber daya manusia memberikan serta melahirkan suatu model bisnis serta memainkan suatu peranan dalam dunia serta transformasi digital.

Dilain pihak dapat dinyatakan bahwa sumber daya manusia serta karakteristik yang ada didalamnya memiliki fungsi dalam peningkatan kompetensi organisasi serta dapat menjadi sumber daya yang berkelanjutan untuk pengembangan serta integritas kompetensi organisasi. Dimensi umum dalam kewirausahaan adalah bagaimana memanifestasikan hal utama dari sumber daya manusia yang mana dibutuhkan dalam keberhasilan serta keberlanjutan usaha (Samantha & Almalik, 2019). Selain penjelasan diatas dalam kaitannya dengan fungsi kewirausahaan perlu adanya langkah-langkah dalam peningkatan prestasi ataupun keberhasilan bisnis yang dimana pada akhirnya dapat memberikan level keputusan untuk berbagai kepentingan bisnis. Perusahaan atau usaha harus memiliki inovasi agar dapat bertahan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, oleh sebab itu seorang usahawan atau entrepreneur harus memiliki keahlian dalam membuat keputusan dalam pengembangan usahanya (Huseyin, 2020).

### **Pengambilan Keputusan**

Pengertian pengambilan keputusan dapat diartikan sebagai cara penentuan, mengakhiri, penyelesaian serta mengatasi suatu permasalahan. Selain itu keputusan dapat diartikan juga sebagai sesuatu yang merupakan gap atau batasan antara apa yang dikehendaki atau di rencanakan dengan kondisi sebenarnya, sebagaimana yang telah disebutkan bahwa pengambilan keputusan dapat diartikan sebagai suatu cara dalam menetapkan satu alternatif terbaik dan dianggap paling tepat dari beberapa alternatif yang di rencanakan.

Dalam proses pengambilan keputusan dibagi menjadi 2 (dua) pendekatan yakni secara intuitif dan analitis, Adapun untuk proses pengambilan keputusan secara intuitif dimana tidak didukung oleh data dan umumnya

diputuskan secara tidak objektif, jika menghadapi situasi keputusan yang kompleks maka seringkali terlihat menyimpang dari penilaian sendiri. Berbeda dengan penilaian secara analitis dimana proses membutuhkan berbagai informasi untuk mendukung keputusan dan dengan proses analitis ini diharapkan dapat memberikan penilaian-penilaian dalam keputusan yang diambil (Huseyin, 2020).

Adapun jenis-jenis pengambilan keputusan yang dapat dilakukan oleh Sumber Daya Kewirausahaan atau disini adalah pelaku usaha itu sendiri (Muhdi, 2017) diantaranya:

1. <sup>170</sup> Keputusan Strategis yang merupakan keputusan dalam menjawab tantangan dan perubahan lingkungan dan biasanya bersifat jangka panjang, dimana keputusan strategis mengandung karakteristik khusus yang membedakan dengan keputusan lainnya, dimana karakteristik khusus tersebut:
  - a. Rare: dimana keputusan strategis yang bersifat khusus, yang tidak bisa ditiru oleh organisasi dan badan usaha, atau usaha yang dijalankan.
  - b. Consequential: dimana <sup>119</sup> keputusan-keputusan strategis yang memasukkan unsur-unsur sumber daya yang terpenting dan menuntut komitmen dari usaha yang terkait.
  - c. Directive: keputusan-keputusan strategis yang menetapkan keputusan yang dapat ditiru oleh usaha lainnya.
2. Keputusan Administratif Taktik merupakan suatu keputusan yang berkaitan dalam pengelolaan sumber daya diantaranya keuangan, teknikal dan lainnya.

Pengambilan keputusan taktis bertujuan untuk periode jangka pendek dan berskala kecil dalam kepentingan usaha.

3. Keputusan Operasioanl merupakan keputusan yang berkaitan dengan kegiatan operasional usaha sehari-sehari dan biasanya dilakukan dalam kegiatan rutinitas usaha dan demi berjalannya usaha tersebut.

Proses pengambilan keputusan dalam wirausaha harus bersifat rasionalitas dimana menunjukkan bahwa pelaku usaha atau disini merupakan sumber daya manusia dalam proses pengambilan keputusannya harus benar-benar rasional dan mengacu pada situasi yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam kategori rasionalitas ini harus penuh dengan konsekuensi dari setiap alternatif pengambilan keputusan yang telah ditentukannya. Dalam kategori keputusan rasional ini menyiratkan bahwa bukan hanya sekedar mengacu pada tujuan dan sasaran yang ingin dicapai oleh pembuat keputusan namun juga harus melibatkan pengetahuan serta kemampuan pembuat keputusan, serta juga melihat situasi eksternal dan internal dari usaha yang dijalankan (De Winnaar & Scholtz, 2020).

Adapun langkah-langkah yang dapat dilakukan dalam proses pengambilan keputusan diantaranya :

1. Mengidentifikasi Masalah

Dimana ini sangat dibutuhkan dalam pengawasan terhadap lingkungan internal dan eksternal serta untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mungkin memerlukan perubahan untuk diterapkan.

2. Menghasilkan Alternatif

Adapun dalam proses ini harus ditentukan sejauh mana alternatif dihasilkan tergantung pada pentingnya keputusan, biaya menghasilkan alternatif

serta dan jumlah orang yang dipengaruhi oleh keputusan tersebut.

### 3. Mengevaluasi Alternatif Keputusan

Dimana dalam keputusan ini ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan seperti apakah alternatif keputusan yang dibuat tersebut layak untuk diterapkan, apakah akan memberikan kepuasan bagi *stakeholder* serta apa dampak yang ditimbulkan oleh alternatif keputusan tersebut.

### 4. Memilih Alternatif Keputusan Yang Terbaik

Dalam proses ini para pengambil keputusan perlu memilih alternatif kriteria yang cocok dengan didasarkan pertimbangan, penilaian serta analisis yang telah dilakukan.

### 5. Implementasi Keputusan

Dimana sukses atau tidaknya dalam mengimplementasikan pengambilan keputusan ditentukan dengan komunikasi yang baik diantara pelaku ataupun sumber daya manusia yang terlibat, waktu penerapan keputusan yang tepat serta pendelegasian yang baik.

### 6. Evaluasi Efektifitas Keputusan

Proses ini dilakukan penilaian apakah keputusan yang sudah diambil telah sesuai dengan tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan bersama, namun apabila keputusan tersebut dirasa belum efektif maka perlu dipertimbangkan untuk melakukan evaluasi dan alternatif keputusan lainnya.

## **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan**

Dalam proses pengambilan keputusan ada beberapa hal yang mempengaruhinya diantaranya:

1. Hal – hal yang berhubungan dengan keadaan rasional maupun emosional perlu dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan.
2. Setiap keputusan diambil hendaknya dijadikan bahan dalam pencapaian tujuan dalam setiap keputusan, satu hal yang harus dipertimbangkan jangan berorientasi pada kepentingan pribadi namun orientasi untuk kepentingan bersama.
3. Dalam pengambilan keputusan diperlukan beberapa alternatif-alternatif tandingan.
4. Dalam proses pengambilan keputusan harus bersifat efektif dan praktis untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
5. Dalam proses pengambilan keputusan hendaknya harus diketahui oleh anggota – anggota.

Prinsip-prinsip pengambilan keputusan, dalam hal ini juga harus diperhatikan prinsip-prinsip pengambilan keputusan:

1. Harus dibedakan <sup>166</sup> antara pengambilan keputusan dengan pemecahan masalah.
2. Dalam proses pengambilan keputusan hendaknya harus dilihat kaitannya dengan apa yang hendak dicapai oleh organisasi atau usaha yang dilakukan.
3. Pengambilan keputusan merupakan faktor yang dibutuhkan oleh sebab itu dibutuhkan data-data penunjang serta analisis komprehensif.



4. Setiap elemen dalam organisasi atau usaha sebaiknya bertanggung jawab terhadap keputusan yang diambil.

### **Dasar-Dasar dalam Pengambilan Keputusan**

Adapun dalam proses pengambilan keputusan diperlukannya intuisi, fakta, wewenang, dan rasional.

1. Intuisi, dimana dalam proses pengambilan keputusan ini berdasarkan perasaan yang subjektif, namun keputusan berdasarkan intuisi mengalami beberapa kekurangan diantaranya seringkali mengabaikan pertimbangan-pertimbangan lainnya serta pengambilan keputusan relatif pendek.
2. Pengalaman, pengambilan keputusan yang didasarkan kepada pengalaman memiliki berbagai manfaat sebagai contoh dengan adanya pengambilan keputusan ini dapat memperkirakan suatu keadaan dan kondisi serta mempertimbangkan baik-buruknya keputusan yang akan dihasilkan.
3. Wewenang, dimana pengambilan keputusan berdasarkan wewenang ini cenderung dilakukan dari pimpinan ke bawahan atau dilakukan bagi orang yang memiliki tingkatan kedudukan yang lebih tinggi ketingkat yang lebih rendah.
4. Fakta, dimana pengambilan keputusan berdasarkan fakta dilakukan dengan memanfaatkan data serta fakta empiris serta dapat mengambil keputusan yang baik, serta tingkat kepercayaan dalam mengambil keputusan dapat diandalkan.
5. Rasional, dimana proses pengambilan keputusan berdasarkan rasio, dalam proses pengambilan keputusan ini dimana keputusan yang dihasilkan bersifat objektif, logis dan lebih transparan serta konsisten.

Adapun hasil pengambilan keputusan seperti ini dapat mendekati kebenaran dan kesesuaian dengan apa yang diharapkan. Adapun dalam proses pengambilan keputusan secara rasional ini terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan seperti: kejelasan masalah, orientasi atau fokus tujuan, pengetahuan, preferensi yang jelas, dan pencapaian hasil yang maksimal.

### **Konsep Pengambilan Keputusan dalam Berwirausaha**

Berkenaan dengan konsep keputusan dalam berwirausaha, sebagaimana dinyatakan bahwa keputusan merupakan hasil terakhir dalam upaya mempertimbangkan sesuatu yang telah direncanakan dan yang akan direncanakan, proses pengambilan keputusan dengan serangkaian kegiatan, menganalisis berbagai fakta, informasi serta pendapat sehingga diambil suatu kesimpulan. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan dimana dilakukan untuk memecahkan ataupun menyelesaikan suatu permasalahan ataupun persoalan, dalam hal ini pengambilan keputusan merupakan suatu hal yang sangat penting atau urgen, terutama dilingkungan entrepreneur, dimana dapat dinyatakan bahwa eksistensi seorang entrepreneur akan dilihat dalam proses kegiatan wirausahanya akan terlihat dari bagaimana para entrepreneur menetapkan kebijakan serta keputusan yang akan diambilnya. Oleh sebab itu seorang entrepreneur yang efektif akan selalu berusaha untuk membuat kebijakan serta pengambilan keputusan yang efektif. Hal ini juga didukung bahwa suatu organisasi ataupun usaha yang dilakukan akan dapat menjalankan fungsinya dengan jika pemimpin ataupun wirausahaan tersebut menjalankan kebijakan serta mengambil suatu keputusan yang relevan serta menjalankan dan memerintahkan para anggotanya untuk menjalankan hasil keputusan dengan tanggung jawab.

Dalam proses mengambil keputusan beberapa tahapan yang harus dilakukan bagi seorang wirausaha: beberapa teori yang mengacu kepada proses pengambilan keputusan menyatakan bahwa dalam proses tersebut perlu 3 (tiga) komponen yang terlibat yakni 1) *entrepreneur* (yang mengacu kepada karakteristik individual), 2) lingkungan yang mempengaruhi kegiatan usaha, 3) proses dalam pengambilan keputusan strategis.

### **Hubungan Antara Pelaku Usaha (SDM) dengan Proses Pengambilan Keputusan**

Dalam proses pengambilan keputusan yang strategis dimana dapat dijelaskan bahwa seorang entrepreneur akan memberikan pengaruhnya serta parameter penilaian terhadap proses pengambilan keputusan strategis dengan cara melakukan pendekatan – pendekatan yang terbaik. Mekanisme yang akan dilakukan, selain proses pengambilan keputusan dipengaruhi oleh peran dari pelaku usaha tersebut dalam menetapkan kebijakan untuk peningkatan kinerja usaha, oleh sebab itu baik dalam kondisi yang pasti ataupun tidak pasti serta bersifat kompleks atau tidak, oleh sebab itu seorang wirausaha harus memiliki kapabilitas untuk mengamati serta mengetahui dan menganalisa setiap permasalahan yang terjadi dan melakukan pengontrolan yang efektif dalam mengendalikan situasi tersebut. Selain itu entrepreneur juga harus memiliki komitmen dalam membuat suatu pengambilan keputusan yang terbaik, dimana pengambilan keputusan tersebut dalam diimplimentasikan dalam situasi, baik yang dapat dikontrol ataupun yang tidak dapat dikontrol, dikarenakan seorang entrepreneur ataupun disini sebagai komponen sumber daya manusia memiliki tanggung jawab dalam pengembangan usahanya (Bonnet, 2016).

## **Proses Pengambilan Keputusan dengan Memanfaatkan Peluang**

Dalam proses pengambilan keputusan dimana seorang entrepreneur harus mampu melihat celah-celah peluang serta memanfaatkan dengan mempertimbangkan bagaimana peluang tersebut akan mempengaruhi orang atau usaha yang dijalankan serta faktor lingkungan internal usaha. Oleh sebab itu, dalam proses tersebut diharapkan adanya faktor pendukung yang dimiliki oleh sumber daya manusia dalam melakukan pengambilan keputusan diantaranya 1) pengetahuan individu atau sumber daya manusia yang berada dalam usaha tersebut yang dapat memberikan dampak dalam proses pengambilan keputusan untuk menentukan apakah keputusan tersebut dapat diinternalisasikan atau dieksternalisasikan, 2) pemanfaatan pengalaman serta keyakinan dalam sumber daya manusia, 3) penentuan perencanaan dalam proses pengambilan keputusan (Shepherd et al., 2015).

Kunci perbedaan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh usahawan atau *entrepreneur* dengan *non-entrepreneur* adalah dalam proses pengambilan keputusan untuk seorang *entrepreneur* dilakukan pada suatu kondisi yang tidak pasti, sedangkan hal ini tidak berlaku bagi seorang *non-entrepreneur* yang lebih cenderung dalam proses mengambil keputusannya terjadi di bawah kondisi yang memiliki resiko. Ddalam pembuatan keputusan bagi seorang entrepreneur merupakan elemen utama dalam proses mengorganisir dibawah kondisi yang tidak pasti. Oleh sebab itu, dalam penentuan keputusan dibutuhkan suatu alat ataupun cara untuk dalam penentuannya, salah satu contoh adalah analisis perencanaan, dimana menurut (M.M.J. et al., 2015) pengambilan keputusan akan lebih berarti jika data dan informasi dapat dipenuhi.

Oleh sebab itu, dalam proses pengambilan keputusan pun perlu diperhatikan prinsip-prinsip diantaranya (M.M.J. et al., 2015):

1. apa yang menjadi dasar pengambilan tindakan.
2. bagaimana tindakan bagi para pelaku usaha terhadap proses pengambilan keputusan apabila terjadi pada kondisi yang tidak terduga.
3. Perlu dipertimbangkan bagaimana sikap *stakeholder* terhadap hasil dari pengambilan keputusan yang kita lakukan.
4. Perlu dipertimbangkannya resiko serta apa saja kemungkinan yang akan terjadi jika keputusan itu diambil.

### **Pengambilan Keputusan dan Penyelesaian Masalah: Faktor, Proses dan Pelaksanaan**

Faktor terpenting dalam proses pengambilan keputusan dalam bisnis adalah dibutuhkanannya proses dan teknik dimana digunakan dalam proses mengidentifikasi dan pengembangan pilihan keputusan, dimana juga diperuntukkan bagi proses peningkatan kualitas keputusan. Adapun proses pengambilan keputusan dan juga pemecahan masalah merupakan proses yang berkelanjutan. Proses pengambilan keputusan dapat dilakukan secara terprogram dimana keputusan dibangun dengan menggunakan dasar operasional prosedur dan saling berkaitan terhadap metode – metode apa saja yang akan dilakukan dalam penentuan keputusan tersebut. Dilain pihak dapat berupa keputusan yang tidak terprogram, dimana pengambilan keputusan yang sifatnyanya tidak struktur, dan biasanya diprediksi dan dibangun atas kondisi yang belum pasti (De Winnaar & Scholtz, 2020).

## Daftar Pustaka

Bonnet, J. (2016). *Entrepreneurial Decision-making The Entrepreneurial decision-making: a complex choice where taste , risk , endowments , necessity , opportunity , personals. October.*

90 De Winnaar, K., & Scholtz, F. (2020). Entrepreneurial decision-making: new conceptual perspectives. *Management Decision*, 58(7), 1283–1300. <https://doi.org/10.1108/MD-11-2017-1152>

154 Huseyin, Y. (2020). Effects of Decision Making Styles on Entrepreneurship Skills. *Technium Social Sciences Journal*, 8, 569–578.

66 M.M.J., T., Andries, P., Berends, H., Mauer5, R., Stephan, U., & Burg, and E. VAN. (2015). Understanding Dynamics of Strategic Decision Making in Venture Creation: A Process Study of Effectuation and Causation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 351–379. <https://doi.org/10.1002/sej>

163 Muhdi. (2017). Teknik Pengambilan Keputusan Dalam Menentukan Model Manajemen Pendidikan Menengah. *Manajemen Pendidikan*, 4(2).

86 Samantha, R., & Almalik, D. (2019). Eksplorasi Faktor Sumber Daya Manusia Berbasis Kewirausahaan (HRBE). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(2), 58–66. <http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>

34 Shepherd, D. A., Williams, T. A., & Patzelt, H. (2015). Thinking About Entrepreneurial Decision Making: Review and Research Agenda. *Journal of Management*, 41(1), 11–46. <https://doi.org/10.1177/0149206314541153>

## Profil Penulis



**Nurvi Oktiani, S.E., M.M.**

Ketertarikan penulis dalam bidang ilmu manajemen dimulai tahun 2004 dimana penulis memilih memasuki jenjang Pendidikan pada Universitas Andalas padang, jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, pada tahun 2008 penulis menyelesaikan Pendidikan S1 kemudian melanjutkan Pendidikan S2 di Universitas BSI Bandung dan menamatkan Pendidikan pada tahun 2013, Penulis memiliki kepakaran dibidang manajemen dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti dibidang kepakarannya tersebut diantaranya dengan menerbitkan beberapa artikel yang berkaitan dengan ilmu manajemen pemasaran, sumber daya manusia dan kewirausahaan serta menerbitkan beberapa book chapter diantaranya berjudul “ Ilmu manajemen, mengulas fintech dalam islam, dan keuangan dan bisnis digital, selain itu beberapa hibah penelitian dan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristek DIKTI diantaranya penelitian dosen pemula dan Hibah Program Pengabdian Masyarakat dengan judul “*Pkm Adpers – Art Community* Kelurahan Sukatani Kecamatan Tapos Depok, mudah- mudahan dengan adanya luaran tersebut akan memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email Penulis: [nurvi.nvk@bsi.ac.id](mailto:nurvi.nvk@bsi.ac.id)





## KEPEMIMPINAN SDM KEWIRAUSAHAAN

**Drs. Bambang Supriadi, S.E., M.M.**  
Universitas Merdeka Malang

### **Konsep Kepemimpinan**

Kepemimpinan menjadi semakin populer di seluruh dunia. Dan ini dapat dikenali: sejumlah besar perusahaan menyadari bahwa efektivitas dan keberhasilan kegiatan mereka bergantung pada seberapa kuat kepemimpinan mereka potensi. Kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi orang lain secara maksimal untuk menyelesaikan tugas, tujuan, atau proyek apa pun. Kepemimpinan adalah seni menggerakkan orang lain untuk mau perjuangan untuk aspirasi bersama (Kouzes dan Posner, 1995). Kepemimpinan adalah proses mempengaruhi kegiatan kelompok yang terorganisir untuk mencapai tujuan. Berbagai gaya kepemimpinan dapat mempengaruhi efektivitas dan kinerja organisasi. Seperti yang dinyatakan oleh (Nahavandi, 2002), organisasi saat ini membutuhkan pemimpin yang efektif yang memahami kompleksitas dengan cepat.

Konsep kepemimpinan mencakup gaya, sifat, dan prinsip pendekatan yang berbeda untuk mengelola tim karyawan. Pada dasarnya, konsep kepemimpinan didasarkan pada berbagai teori manajemen, dan ciri-ciri ini berfungsi sebagai standar bagi manajer, penyelia, dan pemimpin

posisional lainnya yang efektif. Selain itu, konsep kepemimpinan mendorong terciptanya teori gaya dan perilaku manajemen standar, dan seringkali mencakup ciri-ciri seperti kepribadian dan karakter, inisiatif, motivasi, pengaruh, kemampuan pengambilan keputusan, dan prinsip-prinsip lain yang membentuk dasar dari banyak gaya kepemimpinan terpadu.

### **Jenis Kepemimpinan**

Konsep kepemimpinan berasal dari berbagai bentuk teori kepemimpinan. Misalnya, cara seorang pemimpin beradaptasi dengan suatu situasi adalah konsep inti dalam teori situasional. Berikut adalah beberapa jenis konsep kepemimpinan yang berasal dari teori kepemimpinan:

#### 1. Kejujuran dan integritas

Kejujuran dan integritas adalah dua ciri utama yang termasuk dalam teori kepemimpinan sifat. Individu yang jujur dan dapat dipercaya menjadi pemimpin yang efektif, karena ciri-ciri ini sering berhubungan dengan bertindak demi kepentingan terbaik rekan kerja, tim, dan organisasi secara keseluruhan

#### 2. Kemampuan untuk menyelesaikan konflik

Keterampilan resolusi konflik yang kuat diperlukan untuk tampil efektif dalam peran kepemimpinan. Konsep kepemimpinan ini bersifat situasional yang mengharuskan pemimpin untuk mendekati masalah secara langsung, berkolaborasi dengan tim untuk menciptakan solusi dan mengevaluasi hasil dari pemecahan masalah perusahaan.

#### 3. Komunikasi dua arah

Mengelola tim secara efektif membutuhkan lebih dari sekadar mengarahkan dan mendelegasikan.

Pemimpin yang luar biasa meluangkan waktu untuk mendengarkan masukan dan perspektif tim mereka untuk semua pekerjaan yang berhubungan dengan mereka. Komunikasi dua arah ini membuat para pemimpin wawasan berharga dari beragam anggota tim mereka sementara mereka menawarkan umpan balik dan bimbingan yang konstruktif kepada staf mereka. Konsep membangun hubungan ini mencerminkan teori kepemimpinan hubungan, yang berfokus pada membangun tim kerja yang kuat yang mencapai tujuan bersama.

#### 4. Kemampuan beradaptasi

Pemimpin harus memiliki kemampuan untuk menyesuaikan gaya, pendekatan, dan strategi manajemen dengan situasi tertentu mencerminkan teori kepemimpinan situasional. Selain itu, pemimpin yang kuat yang dapat beradaptasi dengan situasi yang berbeda sangat berhasil dalam membangun jaringan, membangun tim yang termotivasi, dan membuat tim mereka tetap terlibat.

#### 5. Kesadaran diri

Kesadaran diri adalah sifat yang diperlukan untuk peran profesional apa pun, bukan hanya posisi kepemimpinan. Pemimpin yang memahami batasan mereka, tahu kapan harus mencari dukungan dan memiliki pengalaman mengatur emosi dan reaksi mereka menjadi manajer dan supervisor yang efektif seperti dapat mengendalikan reaksi dan mengelola emosi.

#### 6. Empati

Memahami perasaan orang lain dan mendengarkan perspektif orang lain bukan hanya konsep kepemimpinan yang berhubungan dengan teori

kepemimpinan sifat, tetapi juga merupakan bagian dari teori kepemimpinan relasional. Membangun relasi dengan kolega, anggota tim, dan orang lain di tempat kerja membutuhkan pemahaman, pencarian minat yang sama, dan upaya aktif untuk mempelajari setiap individu dalam tim. Ini menciptakan kepercayaan, yang akan mengarah pada kepuasan kerja yang lebih tinggi karena karyawan merasa nyaman dan percaya diri dengan pemimpin mereka.

## 7. Penglihatan

Pemimpin dengan visi mencerminkan teori kepemimpinan sifat di mana inovasi, kreativitas, dan kemampuan untuk memulai dan memengaruhi perubahan adalah konsep penting dalam mengelola tim. Teori sifat mencakup visi sebagai kemampuan untuk memotivasi, menginspirasi, dan melibatkan orang lain, dan pemimpin yang menunjukkan sifat visioner ini seringkali sangat sukses.

## **Gaya Kepemimpinan**

### 1. Gaya partisipatif atau demokratis

Gaya kepemimpinan demokratis berusaha untuk mengambil keputusan kelompok secara partisipatif atau demokratis. Pemimpin seperti itu memberikan instruksi setelah berkonsultasi dengan kelompok. Keputusan pemimpin yang terpilih secara demokratis bukanlah keputusan sepihak yang dibuat tanpa masukan dari pihak lain. Pemimpin harus berdiskusi dengan anggota kelompok dan mencari masukan untuk membuat keputusan.

### 2. Gaya otokratis atau otoriter

Gaya kepemimpinan otokratis adalah gaya yang memberikan kendali penuh kepada satu orang.

Pemimpin ini akan memegang semua kekuasaan otoritatif dengan semua keputusan dan hampir tidak mengambil kontribusi dari anggota kelompok lainnya. Keputusan tidak untuk didiskusikan oleh kelompok dan pemimpin dapat membuat keputusan ini berdasarkan pemikiran mereka sendiri. Gaya ini sebagian besar terlihat dalam perusahaan yang relatif kecil dengan sedikit karyawan dan hanya efektif jika budaya kerja perlu membuat keputusan cepat. Namun, gaya kepemimpinan ini dapat dianggap ketinggalan zaman dengan banyak bisnis yang menggunakan gaya demokratis. Hal ini pada gilirannya meningkatkan motivasi karyawan karena dengan memiliki masukan mereka dapat dikenali dan dihargai atas saran mereka dan pada akhirnya memberikan dorongan semangat kerja karyawan dan dengan demikian, membantu perusahaan berkembang dan berhasil.

### **Kepemimpinan SDM**

Kepemimpinan SDM sangat penting dalam perusahaan baik besar maupun kecil. Pemimpin yang kuat dan berempati ini melihat masalah dari sudut pandang karyawan dan pelanggan. Pemimpin dapat menyelaraskan tujuan dan inisiatif mereka dengan perusahaan dan melakukan yang terbaik demi terciptanya lingkungan kerja yang optimal untuk karyawan. Pemimpin SDM adalah mediator antara manajemen atas dan karyawan dan penyebab juara atas nama karyawan. Selain itu, pemimpin SDM mengembangkan metrik dan indikator kinerja lainnya serta membuat perubahan yang konsisten berdasarkan kinerja secara keseluruhan. Ketika setidaknya ada satu individu yang memantau aktivitas ini dalam organisasi, mereka memastikan bahwa strategi tetap efektif dan menghasilkan laba atas investasi (ROI) yang dibuat untuk perubahan tersebut.

Berikut merupakan beberapa kualitas terbaik dari pemimpin SDM yang efektif diantaranya: berpikir ke depan, inovatif, strategis, etis, empati, dan akuntabel.

#### 1. Berpikir ke depan

Pemimpin sumber daya manusia yang berpikiran maju secara konsisten merencanakan masa depan. Tujuan mereka melibatkan menjadi yang terdepan dalam tren dan meningkatkan tempat kerja sesegera mungkin. Beberapa tujuan utama pemimpin SDM termasuk menciptakan ruang yang aman bagi karyawan saat ini, meyakinkan manajemen atas tentang manfaat keragaman di tempat kerja dan memperkenalkan teknologi baru yang merampingkan proses di seluruh perusahaan.

#### 2. Inovatif

Pemimpin sumber daya manusia yang inovatif merancang pendekatan baru dan unik untuk menarik, melatih, dan mengelola bakat. Mereka memahami bahwa menjadi kompetitif berarti menjadi berbeda dan mencoba sesuatu yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Melakukan hal itu membantu perusahaan secara keseluruhan menonjol dari pemberi kerja lain dan menarik bakat terbaik yang tersedia.

#### 3. Strategis

Pemimpin sumber daya manusia strategis menyetarakan pendekatan kreatif mereka dengan tujuan bisnis. Pemimpin memahami tujuan organisasi dan visi keseluruhan dan mengembangkan proyek yang bekerja bersama-sama dengan tujuan ini dalam menciptakan lingkungan yang lebih efisien dan efektif.

#### 4. Etis

Pemimpin sumber daya manusia yang etis peka terhadap sejumlah besar informasi rahasia karyawan, dipercaya dengan segala hal mulai dari kondisi medis hingga masalah kinerja, dan mengelola karyawan tidak hanya dengan standar hukum tetapi dengan cara yang terbaik untuk organisasi dan karyawannya.

#### 5. Empati

Pemimpin sumber daya manusia yang berempati diperlukan untuk terhubung dengan karyawan dan memahami cara membantu mereka. Para pemimpin ini membentuk ikatan dan hubungan dengan karyawan mereka dan mendengarkan mereka sebelum menetapkan kebijakan mereka sendiri atau memulai solusi mereka sendiri. Pemimpin empatik memahami masalah perusahaan dari sudut pandang karyawan.

#### 6. Akuntabel

Pemimpin sumber daya manusia yang bertanggung jawab bertanggung jawab atas tindakannya, terutama ketika perubahan baru berjalan di bawah ekspektasi. Mereka memilih untuk tidak menyalahkan karyawan lain atau sumber daya organisasi. Pemimpin yang bertanggung jawab menerima keadaan sebagaimana adanya dan bekerja lebih keras dalam upaya korektif.

### **Konsep Kewirausahaan**

Kewirausahaan saat ini telah menjadi simbol ketahanan dan pencapaian bisnis. Kepekaan seorang wirausahawan dalam memanfaatkan peluang, mengambil risiko, berinovasi dan terus menggali ide-ide baru dalam bisnis merupakan keunggulan di tengah kondisi lingkungan yang semakin penuh ketidakpastian.

Hal ini sejalan dengan Irlandia & Webb (2007), Kewirausahaan adalah suatu konsep yang menggambarkan kegiatan seorang wirausaha. Konsep ini semakin berkembang dalam dekade terakhir dan telah berkembang dari waktu ke waktu dan penulis yang berbeda memiliki definisi yang berbeda untuk itu. Menurut Putari (2006), kewirausahaan melibatkan peran seorang agen (pengusaha) yang menyatukan semua alat produksi dan menemukan dalam nilai produk, pembentukan kembali seluruh modal yang digunakannya, nilai upah, bunga, dan sewa, yang dia bayar, serta keuntungan miliknya sendiri sehingga memandang pengusaha sebagai agen perubahan.

Menurut Dal Zotto dan Gustafsson (2007), wirausahawan adalah sumber daya yang berharga bagi suatu organisasi sehingga mereka menciptakan peluang yang sama sekali baru untuk investasi, pertumbuhan, dan pekerjaan melalui pengembangan kreativitas tingkat tinggi. Mereka menyadari peluang untuk menciptakan bisnis baru dan mengambil risiko terkait dalam menanggapi permintaan pasar yang tidak terpenuhi dan mengejar peluang ini untuk mengubahnya menjadi inovasi yang layak, konkret, dan dapat dipasarkan. Namun demikian, Kewirausahaan pada akhirnya tergantung pada beberapa faktor lain seperti kualitas pribadi, bakat, pendidikan, & latar belakang budaya, keterampilan kognitif dan basis pengetahuan sumber daya manusia yang dapat mendorong inspirasi yang mengarah pada kreativitas

### **Karakteristik Kewirausahaan**

1. Memiliki kemampuan yang tinggi dalam mengambil sebuah resiko: wirausahawan membutuhkan keberanian dan kemampuan untuk mengambil risiko untuk menjadi sukses



2. Inovasi: Inovasi adalah kunci bagi wirausahawan, mereka dituntut untuk kreatif dan memunculkan ide-ide baru untuk memulai sebuah perusahaan dan menghasilkan uang dari peluang tersebut. Perubahan bisa datang dalam berbagai bentuk, seperti meluncurkan produk baru yang baru ke pasar atau proses yang lebih efisien dan ekonomis daripada metode tradisional.
3. Kualitas Visioner dan Kepemimpinan: pengusaha harus memiliki visi yang jelas tentang usaha baru mereka. Ide ini membutuhkan banyak sumber daya dan karyawan, sehingga kepemimpinan yang baik sangat penting untuk memberikan bimbingan dan membantu perusahaan mencapai kesuksesan.
4. Berpikiran terbuka: dalam bisnis, setiap situasi dapat menjadi peluang untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Wirausahawan harus mampu memahami suatu situasi dan melihat peluang potensial di dalamnya.
5. Fleksibel: Seorang pengusaha harus fleksibel dan terbuka untuk berubah tergantung pada situasi. Untuk menjadi pengusaha sukses, pemimpin harus terus-menerus mengadaptasi model bisnis yang dijalankan agar tetap berada di depan kurva.

### **Kepemimpinan Kewirausahaan**

155

Kepemimpinan kewirausahaan adalah pola pikir yang memfokuskan perusahaan untuk mengubah konflik menjadi sebuah peluang yang dapat memberikan nilai ekonomi dan sosial. Para pemimpin wirausaha pemula memiliki beberapa karakteristik umum:

64

1. Pemimpin wirausaha ingin memecahkan masalah secara kolaboratif.

2. Pemimpin wirausaha menghargai tindakan dan berorientasi pada hasil.
3. Para pemimpin wirausaha percaya bahwa segala sesuatunya dapat menjadi lebih baik, dan bahwa mereka dapat memberikan dampak.

Kepemimpinan kewirausahaan didefinisikan sebagai “mengorganisasikan <sup>69</sup> sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama menggunakan perilaku kewirausahaan proaktif dengan mengoptimalkan risiko, berinovasi untuk memanfaatkan peluang, mengambil tanggung jawab pribadi dan mengelola perubahan dalam lingkungan yang dinamis untuk kepentingan organisasi”. Kepemimpinan semacam itu dirancang untuk membantu menumbuhkan individu dan tim wirausaha yang menggunakan kreativitas mereka untuk menciptakan nilai bagi organisasi.

Kepemimpinan wirausaha melibatkan penggunaan praktik kepemimpinan yang membantu karyawan menjadi lebih mandiri, reflektif diri, dan mengoreksi diri di tempat kerja. Pemimpin wirausaha tidak hanya mengidentifikasi masalah. Sebaliknya, mereka menentukan solusi dan memastikan bahwa tindakan yang diperlukan dapat diterapkan. Mereka juga tidak membiarkan kesulitan membuat keputusan sulit menghalangi mereka untuk melakukan hal yang akan meningkatkan organisasi. Indikator kepemimpinan kewirausahaan meliputi: meyakinkan bawahan bahwa mereka dapat mencapai tujuan, mengartikulasikan visi organisasi secara menarik, menjanjikan bahwa usaha mereka akan membuahkan hasil yang luar biasa, dan mampu bertahan, dan perubahan lingkungan yang pada akhirnya meningkatkan kinerja organisasi (Lajin dan Zainol).

Para ahli menggunakan tiga pendekatan utama untuk mendefinisikan kepemimpinan kewirausahaan, (Pihie dan Bagheri, 2013). Pertama, mereka fokus pada sifat dan karakter yang melekat dan membedakan pemimpin wirausaha dengan pemimpin lainnya. Kedua, mereka memeriksa faktor lingkungan dan konteks di mana para pemimpin organisasi mahir menerapkan prinsip dan strategi kewirausahaan menjalankan peran dan tugasnya. Ketiga, mereka mengamati proses sosial di mana kewirausahaan pemimpin mempengaruhi orang lain untuk melaksanakan visi mereka (Fernald et al., 2005; Wibowo dan Saptono, 2018).

### **Karakteristik Kepemimpinan Wirausaha**

Indeed Editorial Team (2021) membagi pemimpin yang efektif dalam perspektif wirausahawan sejati dalam mengembangkan keterampilan sebagai berikut:

1. Membangun kepercayaan: menunjukkan kepada karyawan bahwa mereka berkomitmen penuh untuk mencapai visi, para pemimpin kewirausahaan membangun kepercayaan dan keyakinan pada karyawan.
2. Menggunakan Keterampilan Komunikasi yang Efektif: Komunikasi yang efektif sama pentingnya bagi kepemimpinan yang sukses. Jika karyawan tidak jelas tentang visi perusahaan, dan/atau menerima pesan yang beragam dari waktu ke waktu, mereka tidak akan dapat memfokuskan semua upaya mereka untuk mencapai tujuan perusahaan
3. Melakukan peningkatan diri: berusaha memperbaiki diri, karyawan, proses perusahaan, dan mengembangkan strategi baru.

4. Memiliki Keterampilan Teknis: memiliki pemahaman yang jelas tentang cara kerja produk sehingga dapat memberikan panduan terbaik untuk tim yang dipimpin.
5. Terlibat secara aktif dalam Pengambilan Keputusan: Seorang pemimpin wirausaha harus mampu membuat keputusan dan mengarahkan organisasi sesuai dengan tujuan perusahaan. Namun, penting bagi para pemimpin untuk tidak mengatur karyawan secara mikro dengan bertindak terlalu cepat pada setiap keputusan. Sebaliknya, mereka harus fokus pada pengambilan keputusan yang membutuhkan dampak atau pengaruh besar.
6. Bertanggungjawab atas tindakannya: pemimpin hebat tidak menyalahkan orang lain. Sebaliknya, pemimpin bertanggung jawab atas masalah, meminta maaf jika diperlukan, dan belajar dari kesalahan tersebut.
7. Menjadi contoh atau model: dapat diandalkan selama masalah krisis, tanggap dan menjaga agar segala sesuatu berjalan dengan lancar, dan menunjukkan kerendahan hati
8. Buat Tim yang Terlibat: untuk menciptakan tim yang terlibat, para pemimpin wirausaha perlu mendorong inovasi dan kreativitas di antara karyawan dengan membiarkan karyawan membuat keputusan tanpa takut akan dampak atau kegagalan. Selain itu, pemimpin dapat mengadakan sesi kreatif dengan tim tentang ide atau inisiatif produk baru yang dapat bermanfaat bagi pertumbuhan perusahaan.
9. Memiliki Pemahaman yang Mendalam tentang Pasar Dinamis: sangat penting bahwa para pemimpin wirausaha memiliki pemahaman yang baik tentang pasar yang berubah dengan cepat, basis pelanggan, dan strategi bisnis.

Pemimpin sangat menyadari apa yang harus kuasai, di mana ada peluang untuk berkembang, tantangan apa yang ada di depan, dan bagaimana cara mengatasinya.

10. Ambil Risiko yang Terhitung: harus rela mempertaruhkan semuanya, untuk mengambil lompatan keyakinan dan mempertahankan momentum menuju tujuan perusahaan.



Gambar 14.1. Karakteristik Kepemimpinan Kewirausahaan Yang Efektif

### Atribut Pimpinan Kewirausahaan

<sup>36</sup> Pemimpin kewirausahaan akan bekerja dalam struktur organisasi formal, tetapi gunakan pendekatan yang biasanya diharapkan dari seorang pengusaha untuk mengidentifikasi peluang. Setelah peluang teridentifikasi, mereka berupaya menciptakan proposisi nilai yang akan memungkinkan pengujian cepat terhadap asumsi utama mereka, di samping manajemen risiko yang efektif (daripada meminimalkan risiko yang sering dicari dalam

lingkungan perusahaan), mereka diharuskan beroperasi dengan kesadaran kontekstual untuk menciptakan proposisi nilai yang memberikan nilai kepada pelanggan sambil mempertimbangkan persyaratan organisasi dan strategi. Bertujuan, pemimpin wirausaha harus memiliki kemampuan untuk belajar dengan cepat dan dalam lingkungan ambiguitas dan perubahan sambil memberikan kejelasan dan koherensi bagi orang-orang di sekitar mereka. Pemimpin wirausaha bertanggung jawab atas tindakan mereka dan tindakan tersebut harus lebih proaktif daripada reaktif sekaligus dapat menggerakkan anggotanya untuk meningkatkan penjualan (Nafi et al, 2018). Mereka berpikir tentang pencapaian hasil organisasi dengan cara yang inovatif dan bekerja dengan beragam kelompok orang dan sumber daya. Menurut Greenberg et al., (2011) pengembangan SDM berjiwa kepemimpinan wirausaha dapat dilihat dari 3 prinsip kepemimpinan wirausaha yaitu :

#### 1. Ambidexterity Kognitif

Merujuk kepada keupayaan untuk menggunakan kedua-dua logik ramalan (dengan mengambil kira pengalaman lepas) dan logik penciptaan (membuat keputusan baharu berdasarkan maklumat baharu) semasa membuat keputusan.

#### 2. SEER (*Social, Environmental, and Economic Responsibility and Sustainability*)

Kepimpinan dalam bidang keusahawanan seharusnya mampu mewujudkan nilai yang memenuhi keperluan masyarakat, alam sekitar, dan ekonomi di samping mengambil ketegangan dan potensi sinergi terwujud. Pelajar diharuskan menciptakan nilai untuk isu sosial, alam sekitar dan ekonomi pada masa yang sama, bukan satu demi satu.

Di luar SEER, pemimpin perniagaan juga menggunakan pemahaman mereka tentang diri mereka dan orang di sekeliling mereka untuk membimbing tindakan yang berkesan.

### 3. SSA (*Self and Social Awareness*)

Dengan memahami tujuan dan identitas mereka sendiri dan bagaimana mereka dipengaruhi oleh konteks sekeliling mereka, pemimpin keusahawanan lebih berkemungkinan membuat keputusan yang berkesan dalam keadaan yang tidak menentu dan tidak diketahui. Untuk mengembangkan sumber daya manusia yang berjiwa wirausaha, Anda harus berpegang pada tiga prinsip di atas, antara lain:

- a. Cara berpikir dan bertindak yang baru dapat membantu pemimpin menjadi lebih ambidextrous secara kognitif.

Prinsip di balik ambidexterity kognitif adalah bahwa para pemimpin perlu menggunakan berbagai pendekatan analitis agar efektif dalam pekerjaan mereka. Ini memungkinkan mereka untuk menghasilkan ide dan solusi yang berkelanjutan secara sosial, lingkungan, dan ekonomi. Dengan menggunakan logika penciptaan dan prediksi, para pemimpin wirausaha diharapkan terampil dalam siklus di antara keduanya. Ini memungkinkan mereka untuk memperkenalkan ide dan inisiatif baru secara efektif. Bergantian antara pendekatan penciptaan dan prediksi memungkinkan individu dan organisasi berinovasi secara efektif dalam mengelola perubahan. Langkah selanjutnya adalah mengembangkan pendekatan kepemimpinan yang menggunakan pendekatan analitis, agar dapat mengidentifikasi dengan lebih

baik kapan diperlukan. Dengan menggunakan logika penciptaan dan prediksi, semua pemimpin wirausaha perlu terampil dalam bersepeda di antara keduanya. Ini memungkinkan mereka untuk memperkenalkan ide dan inisiatif baru dengan cepat dan efektif. Bergantian antara pendekatan penciptaan dan prediksi memungkinkan individu dan organisasi berinovasi secara efektif dalam mengelola perubahan

- b. Pandangan terbaru terkait isu Sosial, Lingkungan, dan Tanggung Jawab Ekonomis dan Berkesinambungan

Pemimpin wirausaha harus memiliki pandangan dunia yang berbeda dari bisnis karena mereka memahami ketegangan dan energi potensial yang ada antara penciptaan nilai sosial, lingkungan, dan ekonomi. Dalam melaksanakan tugas ini secara efektif, pemimpin perlu belajar bagaimana menghargai kepentingan, hak, dan kekuasaan dari kelompok pemangku kepentingan yang sangat beragam.

- c. Kesadaran Diri dan Sosial memberikan petunjuk untuk segala tindakan

Bagaimana mengembangkan kesadaran diri dan kesadaran sosial wirausaha sehingga mereka dapat memimpin dari sendiri yang paling dalam. Prinsip ketiga dari kepemimpinan kewirausahaan melibatkan pengembangan pemahaman kritis tentang diri sendiri dan konteks sosial dari peluang bisnis. Pemahaman ini memberikan landasan bagi cara-cara baru untuk mengetahui berdasarkan pandangan bisnis yang lebih luas.



Dengan memulai dengan pemahaman kritis tentang perspektif mereka sendiri dan perspektif dunia di sekitar mereka, para pemimpin kewirausahaan lebih siap untuk menanggapi situasi yang tidak pasti dan tidak diketahui. Mereka juga lebih siap untuk secara efektif membuat tindakan berkelanjutan dan untuk menegosiasikan hasil yang tidak pasti dan tidak jelas yang dapat timbul dari pengambilan keputusan mereka.

### **Manajemen SDM untuk Kewirausahaan**

Manajemen sumber daya manusia adalah fungsi kepemimpinan dalam suatu organisasi yang membantu menyelaraskan tenaga kerja dengan keyakinan, niat dan tujuan organisasi. Ini termasuk menarik, mengembangkan, mengatur dan mempertahankan keterampilan yang dibutuhkan dalam pemenuhan keinginan konsumen dan pemegang saham, dan untuk menciptakan budaya perusahaan yang dapat diidentifikasi oleh staf dan merasakan rasa memiliki dan tujuan – yang semuanya membantu menyalurkan perilaku untuk mendorong organisasi menuju hasil yang diinginkannya.

### **Pengaruh Positif dari Kepemimpinan Kewirausahaan**

Pengaruh positif dari prinsip-prinsip kepemimpinan kewirausahaan menurut Zwilling (2014) yang dimuat oleh Majalah Forbes adalah:

1. Fokus secara keseluruhan ditujukan untuk layanan terhadap pelanggan.
2. Mengoptimalkan risiko.
3. Menjadi kreatif dan inovatif secara terus menerus untuk mendapatkan yang lebih baik.

4. Mengambil tanggung jawab pribadi untuk hasil organisasi.
5. Memahami gambaran yang lebih luas.
6. Menjadi inspirator orang-orang di lingkungan sekitar dengan visi dan sasaran yang jelas.

### **SDM dan Kewirausahaan**

HRM adalah pendorong penting kewirausahaan sehingga ada kebutuhan untuk penelitian yang membahas kontribusi yang dibuat HRM (Cardon & Steven, 2004) terhadap kemampuan perusahaan untuk menerima risiko, menjadi inovatif dan proaktif. Penelitian terdahulu menemukan hubungan yang positif dan signifikan antara variabel dan peningkatan hubungan dengan peran mediasi praktik berbagi pengetahuan di antara manajer menengah yang membantu menjembatani kesenjangan pengetahuan antara karyawan dan manajer puncak. Hayton (2005) mengulas studi empiris tentang sumber daya manusia sebagai pendorong kewirausahaan perusahaan, meskipun studi ini tidak membahas tentang memulai dan mengembangkan perusahaan.

Entrepreneurial Leadership adalah seorang wirausaha yang inovatif, mampu bereksperimen secara agresif dan terampil dalam mempraktikkan transformasi – transformasi kemungkinan – kemungkinan yang menarik. Wirausahawan yang memiliki jiwa kepemimpinan yang tinggi akan memiliki inovasi dalam meningkatkan kinerja sumber daya manusia. Wirausahawan dapat menerapkan inovasi dalam sumber daya manusianya.

## **Konsep Manajemen Kepemimpinan Kewirausahaan**

David (2016) berpendapat bahwa perbaikan mudah dicapai jika dilakukan oleh orang yang bertanggung jawab atas proses yang diperbaiki. Selanjutnya, David (2016) mendukung bahwa wirausahawan mengidentifikasi ceruk peluang dan melibatkan karyawan yang termotivasi untuk bekerja sekeras yang mereka mampu, berkomitmen untuk membuat perubahan, bertekad untuk mengambil risiko, bertindak proaktif, dan terlibat penuh. Konsep manajemen Kepemimpinan Kewirausahaan melibatkan kemampuan wirausaha untuk secara efektif menangani peluang melalui dinamika pengaturan organisasi yang menentukan kinerja organisasi (Astuti et al. 2019).

## Daftar Pustaka

- 29 Astuti, W., Supanto, A., & Supriadi B. (2019). Entrepreneurial Skills and SME's Business Performance: Empirical Study Culinary Business. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 22(10), 160-166.
- 150 Cardon, M. S. & Stevens, C. E. (2004). Managing human resources in small organizations: What do we know. *Human Resource*
- 147 Dal Zotto, C., & Gustafsson, V. (2007). Human Resource Management as Entrepreneurial Mayson (Ed.), *International Handbook of Human Resource Management and Entre*
- David, P. (2016). *Introducing Leadership (Second Edition). Making Things Happen.*
- 54 Fernald, L.W., Solomon, G.T., & Tarabishy, A. (2005). A new paradigm: Entrepreneurial leadership. *Southern Business Review*, 30(2), 1-10.
- 100 Hayton, J.C. (2005). Promoting corporate entrepreneurship through human resource management practices: A review of empirical research. *Human Resource Management Review*, 15 (1), 21-41.
- Indeed Editorial Team, (Februari 23, 2021). Understanding Leadership Concepts in the Workplace, [https://www.indeed.com/career-advice/career-development/leadership-concepts#:~:text=Leadership%20is%20the%20ability%20to, and%20productivity%20of%20a%20team\)](https://www.indeed.com/career-advice/career-development/leadership-concepts#:~:text=Leadership%20is%20the%20ability%20to, and%20productivity%20of%20a%20team)
- 179 Ireland & Webb. (2007). A Cross-Disciplinary Exploration of Entrepreneurship Research. *Journal of Management*, 33: 891.

- 115 Kouzes, J. M., & Posner, B. Z. 1987. *The leadership challenge: How to get extraordinary things done in organizations*. San Francisco: Jossey-Bass
- Management Review, 14, (3), 295-323. Dal Zotto, C., & Gustafsson, V. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia sebagai Alat Wirausaha*. Rowena Barret dan Susan Mayson (Ed.), *International Handbook of Human Resource Management and Entrepreneurship*, Edward Elgar Publishing.
- 5 Nahavandi, A, dan Malekzadeh, A.R. .1993. *Organizational Behaviour: The Person-Organization Fit*. New Jersey: Prentice Hall.
- 29 Nafi, M., Supriadi, B., & Roedjinandari, N. (2018). *Internal Marketing Impact On External Service Quality In Semeru Pine Forest (Spf) Tourist Atraction*. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 20(7), 66–72. <https://doi.org/10.9790/487X-2007016672>
- 114 Pihie, Z.A.L., & Bagheri, A. (2013). *Self-efficacy and entrepreneurial intention: The mediation effect of self regulation*. *Vocations and Learning*, 6(3), 385-401.
- Putari, V. (2006). *Evolution of Entrepreneurship*. Retrieved from: <http://www.managementparadise.com/forums/entrepreneurship/1118>
- Suharyono. (2017). *Sikap dan perilaku Wirausahawan*. *Jurnal Ilmu dan Budaya*, 40(56): 6551-6586
- 54 Wibowo, A., & Saptono, A. (2018). *Does entrepreneurial leadership impact the creativity and innovation of elementary teachers?* *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(2), 54-60.
- Zwilling, Martin. 2014. *Entrepreneurial Leadership Can Save Any Business*

## Profil Penulis



### **Drs. Bambang Supriadi, S.E., M.M.**

Dosen tetap Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Merdeka Malang. Lahir di Kecamatan Bangil Pasuruan, Jawa Timur. Menyelesaikan Program Magister Manajemen di Universitas Padjadjaran Bandung dan Program Doktor di Universitas Merdeka Malang, pada PSDIE dengan Konsentrasi Manajemen Pemasaran. Fokus pada Kajian tentang *Green Tourism Management*. Aktif di kegiatan penelitian Hibah P2M Kemenristekdikti, Sebagai reviewer Penelitian (Bersertifikat Dikti & KAN), *Reviewer* di Jurnal pesona pariwisata, Sebagai Asesor Bidang Pariwisata dan Training Methodology (Bersertifikat BNSP), menjadi Konsultan Ahli Pariwisata sampai sekarang, aktif dalam organisasi profesi: Asosiasi Dosen Republik Indonesia (ADRI), *Indonesian Marketing Academy* (IMARC), Ikatan Ahli Kebencanaan Indonesia.

E-mail Penulis: bambang@unmer.ac.id

# MANAJEMEN TALENTA SDM KEWIRAUSAHAAN

**Dr. Suryani Maryam, S.Kep., Ns., M.M.**  
Dosen Professional

## **Definisi Manajemen Talenta**

Setiap organisasi memiliki tujuan yang ingin dicapai. Kemampuan organisasi untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan adanya mobilitas yang tinggi dari orang-orang yang berbakat mengakibatkan banyak perusahaan menyadari pentingnya manajemen talenta proaktif. Manajemen talenta adalah serangkaian aktivitas yang komprehensif dan terintegrasi untuk memastikan bahwa organisasi menarik, mempertahankan, memotivasi, dan mengembangkan orang-orang berbakat yang dibutuhkannya sekarang dan di masa depan (Baron & Amstrong, 2007:101). Peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) kewirausahaan yang bertalenta menjadi salah satu kunci dalam peningkatan laju pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut Amstrong (2009) menyatakan bahwa elemen manajemen talenta terdiri dari strategi pengadaan sumber daya manusia berdasarkan perencanaan bisnis, kebijakan dan program penarikan dan retensi, audit talenta, desain peran, manajemen hubungan talenta, manajemen kinerja, pembelajaran dan pengembangan, manajemen suksesi dan manajemen karir.

## **Menciptakan Sistem Manajemen Talenta**

Dalam menciptakan manajemen talenta diperlukan budaya pola pikir talenta, dukungan manajemen dan sistem informasi Sumber Daya Manusia (SDM) yang memadai. Langkah-langkah untuk menciptakan sistem manajemen talenta sebagai berikut :

1. Membuat daftar kompetensi utama organisasi dan metode penilaian untuk mengukurnya.

Kompetensi utama organisasi adalah ekspektasi dari perilaku/keterampilan/nilai yang sangat penting bagi keberhasilan setiap karyawan dan keberhasilan seluruh organisasi. Kemudian setiap kompetensi dapat dijelaskan dan dievaluasi berdasarkan kontribusi relatifnya terhadap organisasi. Setelah kompetensi utama diidentifikasi dan didefinisikan, lembar kerja evaluasi kinerja dan "perkiraan potensi" harus dibuat.

2. Membuat program pelatihan dan pengembangan yang mendukung kemampuan inti bisnis.

Organisasi harus memetakan serangkaian pilihan pelatihan dan pengembangan yang sesuai untuk setiap kompetensi yang dipilih sebelum mengembangkan program peningkatan untuk karyawan tertentu. Ketika ada ketidaksesuaian antara kompetensi yang didemonstrasikan pekerja dan persyaratan organisasi, seorang penyelia dapat menggunakan pelatihan dan pengembangan untuk mengatasi perbedaan tersebut.

3. Memeriksa kompetensi inti dari setiap karyawan dan memprediksi potensial mereka.

Fondasi penilaian karyawan yang perlu dilakukan sekarang ini disediakan oleh alat penilaian



berdasarkan kompetensi inti bisnis organisasi yang dikembangkan pada langkah pertama.

#### 4. Mempersiapkan rencana aksi

Rencana tindakan organisasi dan individu dapat dibuat setelah evaluasi setiap karyawan pada langkah 3.

### **Akuisisi Talenta**

Manajemen talenta harus sejalan dengan strategi korporasi dan strategi bisnis agar tercapai tujuan organisasi. Perencanaan dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi. Perencanaan strategis, yang berfokus pada tujuan dan sasaran organisasi, dan perencanaan tenaga kerja, yang berkaitan dengan bakat yang akan membantu organisasi mencapai rencana strategisnya. Akuisisi bakat adalah proses pencapaian rencana tenaga kerja—oleh karena itu, pencapaian rencana strategis. Tujuan akuisisi bakat tidak hanya menemukan karyawan yang berbakat tetapi juga mempekerjakan orang-orang berbakat yang akan bertahan dengan perusahaan.

Proses akuisisi bakat memiliki tiga bagian: perencanaan, perekrutan, dan orientasi. Penciptaan merek ketenagakerjaan dibuat sebagai langkah pertama dalam proses perencanaan akuisisi bakat. Merek ketenagakerjaan perusahaan adalah kesan yang diinginkan karyawan potensial tentang bagaimana rasanya bekerja di sana. Misalnya, pengecer online Zappos memiliki akun Twitter bernama @InsideZappos untuk berbagi pengalaman bekerja di sana. Merek ketenagakerjaan perusahaan dapat digunakan untuk menarik pelamar. Perusahaan dapat merancang pengalaman kandidat setelah jelas apa merek ketenagakerjaannya.

Sangat penting untuk mengintegrasikan merek ketenagakerjaan perusahaan dengan pengalaman kandidat.

Setelah tahap perencanaan selesai, maka tahap selanjutnya dari akuisisi bakat adalah tahap perekrutan. Mencari sumber merupakan proses mencari kandidat yang memenuhi syarat. Di sini, memenuhi syarat adalah istilah yang krusial. Kemungkinan besar banyak pelamar yang tidak memenuhi syarat akan mengajukan aplikasi. Ini adalah sesuatu yang perlu diketahui oleh manajer perekrutan. Menemukan sumber terpercaya sangat penting karena meninjau aplikasi yang tidak memenuhi syarat adalah usaha yang memakan waktu.

Ada dua jenis sumber perekrutan yaitu internal dan eksternal. Proses posting pekerjaan dan penawaran pekerjaan adalah dua teknik sumber internal yang paling populer. Posting pekerjaan adalah ketika sebuah organisasi mengumumkan lowongan pekerjaan yang mengundang karyawan untuk melamar namun ketika seorang pekerja menunjukkan minat pada posisi potensial, ini dikenal sebagai penawaran pekerjaan. Sumber eksternal adalah sumber yang terhubung dengan pelamar di luar organisasi. Mereka terdiri dari halaman karir di situs web perusahaan, papan pekerjaan, media sosial, asosiasi, grup perdagangan, asosiasi profesional, dan sebagainya.

Tahap ketiga dari akuisisi bakat adalah orientasi. Setelah memberikan tawaran kerja kepada seorang kandidat, organisasi harus menyiapkan karyawan baru agar sukses. Program orientasi adalah aktivitas yang memastikan waktu, tenaga, dan sumber daya yang baru saja diinvestasikan perusahaan untuk mempekerjakan seseorang terbayar. Tujuan utama dari program orientasi adalah untuk mensosialisasikan karyawan baru ke dalam peran mereka dan memberi mereka sumber daya yang

mereka butuhkan untuk berhasil. Saat seorang karyawan dipromosikan atau dipindahkan ke peran baru atau saat mereka baru di organisasi, sebaiknya organisasi melakukan program orientasi. Ada 3 fase dalam tahap orientasi yaitu karyawan mendapatkan informasi bermanfaat beberapa minggu bahkan sebulan sebelum mereka memulai peran baru, kemudian memberikan informasi tentang perusahaan : budaya, benefit, dan semua topik yang berkaitan dengan pekerjaan, dan terakhir tahap orientasi yang berlangsung beberapa bulan hingga setahun dimana karyawan mendapatkan pelatihan yang membantu karyawan melakukan pekerjaan, membangun hubungan kerja dengan atasan, dan membangun hubungan kerja yang positif dengan orang lain di sekitar organisasi. Karyawan yang merasa bahwa organisasi tidak meluangkan waktu untuk mengorientasi dan melatih mereka, maka mereka tidak akan bertahan.

## **Bidang Manajemen Talenta Utama**

### **1. Menarik Talenta**

Proses menarik talenta adalah mengidentifikasi talenta, evaluasi, dan keterlibatan proaktif dari orang-orang yang memiliki potensi untuk mengisi pekerjaan masa depan dalam suatu organisasi. Menemukan dan mempekerjakan orang dengan bakat dan kemampuan untuk mendukung bisnis dalam mencapai tujuan dan sasarannya adalah tujuan dari proses menarik talenta. Mengembangkan kesan sebagai penyelia yang baik dan kuat merupakan hal yang penting untuk menarik karyawan bertalenta dan banyak perusahaan menginvestasikan besar-besaran agar dikenal sebagai tempat yang paling baik untuk bekerja (Sparrow & Makram, 2015). Organisasi dapat meningkatkan kinerja dan daya saing mereka secara keseluruhan dengan mempekerjakan kandidat yang terampil

untuk mengisi pekerjaan yang terbuka. Namun menurut penelitian baru-baru ini, mempekerjakan talenta hanyalah tahap pertama karena karyawan berkinerja tinggi mungkin tidak langsung tampil. Sebaliknya, bakat yang datang membutuhkan prosedur sosialisasi khusus atau *on-boarding* (Dokko & Jiang, 2017).

## 2. Mengembangkan Talenta

Dalam suatu organisasi, sumber daya manusia merupakan asset yang sangat berharga. Mengembangkan bakat dan keterampilan karyawan dalam usaha bisnis merupakan fondasi untuk keberlanjutan organisasi. Pengembangan talenta karyawan bermanfaat untuk meningkatkan kinerja karyawan, mengevaluasi adanya kesenjangan antara kemampuan karyawan dengan kebutuhan perusahaan, dan meningkatkan rasa keterikatan karyawan.

Upaya berkelanjutan untuk mengevaluasi adanya gap antara keterampilan dan kebutuhan, memberikan pelatihan, dan mengelola perencanaan suksesi menghasilkan karyawan yang lebih cakap dan kinerja organisasi yang lebih baik.

Kebutuhan untuk mengembangkan pemimpin global lebih tinggi dari sebelumnya. Peneliti dan praktisi sama-sama harus bekerja untuk sepenuhnya memahami sifat kompetensi lintas budaya, cara di mana karyawan benar-benar dikembangkan, dan bagaimana mengukur dan memanfaatkannya setelah diperoleh. Pengembangan bakat mencakup berbagai teknik, seperti program pengembangan kepemimpinan terstruktur, penugasan jangka pendek, pendampingan, dan kerja tim, dan bertujuan untuk memberikan potensi tinggi dengan kompetensi

terkait pekerjaan dan karier (Caligiuri & Dragoni, 2019; Mendenhall et al., 2018; Schuler et al., 2011).

### 3. Meretensi Talenta

Retensi talenta merupakan salah satu alasan utama organisasi mengatur sistem manajemen talenta dan organisasi mengalokasikan sumber-sumber daya untuk membatasi keluarnya karyawan yang bertalenta dari organisasi (Dries, 2013; Scullion, et al., 2020). Program retensi karyawan yang menyeluruh bisa sangat efektif dalam memikat dan mempertahankan karyawan bertalenta, serta menurunkan pergantian dan biaya.

Organisasi harus bersiap menghadapi kekurangan talenta umum dan pekerja dengan keterampilan khusus yang dibutuhkan untuk dapat tetap bersaing dengan kompetitor. Organisasi yang secara konsisten mengelola retensi staf, baik di masa ekonomi baik maupun buruk, akan memiliki peluang lebih baik untuk bertahan dari kekurangan tersebut. Hal yang dapat dilakukan untuk meretensi karyawan bertalenta dengan cara : memberikan jam kerja yang fleksibel, meningkatkan rasa keterikatan karyawan, mengucapkan rasa terima kasih kepada karyawan, menyediakan fasilitas teknologi yang canggih, menghilangkan hambatan yang tidak praktis di tempat kerja, memberikan kesempatan untuk pengembangan profesional.

### **Perencanaan Talenta**

Merencanakan talenta adalah langkah pertama dalam strategi manajemen bakat yang efektif. Sayangnya, sebagian besar perusahaan gagal memberikan perhatian yang memadai pada perencanaan suksesi talenta.

Perencanaan strategis talenta yang dilakukan dengan benar membuat tenaga kerja dan organisasi siap menghadapi masa depan. Perencanaan Talenta adalah praktik memprediksi tugas dan persyaratan personel di masa depan dan mempersiapkan cara memenuhinya dengan mengembangkan karyawan saat ini. Sebelum memulai merancang proses perencanaan suksesi, organisasi perlu menentukan tujuan yang mendasarinya. Apa sebenarnya yang ingin dicapai oleh organisasi? Apakah menggunakan perencanaan suksesi untuk mengembangkan orang secara internal? Apakah tujuannya untuk menemukan calon penerus CEO? Atau niat untuk mendorong program ke dalam organisasi? Bagian dari mendefinisikan tujuan dari program manajemen suksesi adalah untuk menentukan siapa target audiens untuk program tersebut. Fase berikutnya adalah menetapkan seperangkat kompetensi atau atribut kepemimpinan yang terlihat diinginkan pada orang berpotensi tinggi, mulai dari kecerdasan finansial dan manajemen biaya hingga agresivitas, visi, dan pengambilan risiko. Setelah menentukan tujuan, audiens, dan kompetensi kepemimpinan, fase desain terakhir adalah membuat proses bagaimana suksesi akan diterapkan di seluruh organisasi, bersama dengan alat yang diperlukan untuk mendukung proses tersebut. Biasanya, perusahaan membuat peta proses yang menguraikan langkah-langkah kunci, tanggal, dan tanggung jawab yang terkait dengan langkah-langkah tersebut. Kemudian, SDM membuat alat yang dibutuhkan untuk setiap langkah dalam proses.

Enam tahap untuk menerapkan program manajemen perencanaan suksesi adalah :

1. Praperencanaan

Preplanning berfungsi sebagai transisi dari fase desain ke implementasi. Pada tahap ini, manajemen SDM

menjelaskan tujuan yang mendasari proses tersebut kepada para pemimpin bisnis yang akan ditugaskan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan pemimpin masa depan perusahaan, memberikan kesan kepada para pemimpin bisnis tentang akuntabilitas mereka dalam menilai orang-orang mereka, melatih peserta tentang proses manajemen suksesi perusahaan.

## 2. Penilaian

Para manajer menyiapkan profil individu baik secara mandiri atau bekerja sama dengan SDM, yang mewakili riwayat karir setiap orang, kesuksesan profesional, kekuatan, dan bidang pengembangan. Mereka kemudian memberikan peringkat untuk kinerja dan potensi. Potensi dapat ditentukan dengan cara yang sangat subyektif, sehingga SDM harus memberikan kriteria peserta untuk setiap nilai guna memastikan penerapan yang seragam di seluruh perusahaan.

## 3. Diskusi satu-satu

Evaluasi calon pemimpin masa depan dapat berkembang menjadi proses subyektif. Orang mengevaluasi orang lain berdasarkan informasi yang mereka miliki atau keadaan yang mereka yakini ada. Sangat penting untuk mendapatkan umpan balik dari berbagai orang untuk mengurangi subjektivitas ini dan memastikan bahwa setiap orang yang penting setuju tentang siapa karyawan berpotensi tinggi organisasi dan bagaimana mereka harus dipelihara. Diskusi ini dapat dilakukan antara SDM dan pemimpin bisnis atau dapat dilakukan antara bawahan langsung, seperti wakil presiden keuangan dan kepala petugas administrasi.

#### 4. Pertemuan kelompok

Pertemuan kelompok diadakan di mana eksekutif perusahaan berkumpul dengan atasan dan kolega mereka untuk mengevaluasi dan mendiskusikan keputusan yang telah diambil selama ini untuk lebih memperjelas bahwa mereka yang terpilih adalah orang-orang yang tepat untuk dibina sebagai pemimpin masa depan. Tujuannya adalah untuk memeriksa masalah bisnis dan sumber daya manusia untuk melihat apakah ada celah, masalah, atau kekhawatiran.

#### 5. Diskusi CEO

Setelah semua orang sepakat dalam pemilihan pemimpin masa depan organisasi, maka manajemen SDM perlu meminta masukan dari CEO. Oleh karena itu, SDM memfasilitasi serangkaian diskusi antara pemimpin bisnis individu dan kepala eksekutif di mana kepala eksekutif meninjau potensi tinggi yang ditunjuk dan peluang pengembangan mereka di dalam perusahaan. Peluang pengembangan dibahas dan CEO menawarkan saran tentang cara terbaik untuk mempersiapkan pemimpin organisasi di masa depan.

#### 6. Tinjauan berkelanjutan

Evaluasi berkala setiap triwulan, dua tahunan, atau tahunan sangat penting dilakukan. Bagan pengganti dan rencana pengembangan mungkin perlu ditinjau cukup sering karena perubahan terjadi setiap hari. Faktanya, sifat dinamis dari pengembangan kepemimpinan mencegahnya beralih ke inisiatif SDM tahunan dan membantu menciptakan budaya yang menghargai suksesi. SDM harus berkolaborasi dengan pemimpin bisnis setidaknya setahun sekali untuk memastikan bahwa semua data terkini dan



memberikan laporan status kepada CEO sehingga mereka dapat memperbarui dewan direksi tentang kedalaman bakat perusahaan, SDM harus berkolaborasi dengan pemimpin bisnis setidaknya setahun sekali.

Ketika organisasi menghadapi banyak tantangan terkait dengan perencanaan suksesi, kemampuan untuk membangun kualitas dan kedalaman bakat, dan memupuk karyawan berpotensi tinggi akan membantu memastikan jenis kekuatan cadangan yang diperlukan untuk mempertahankan perusahaan melewati krisis kepemimpinan apa pun.

### **Mengintegrsikan Pembinaan, Pelatihan dan Pengembangan dengan Manajemen Talenta**

Salah satu tantangan tersulit yang dihadapi organisasi dalam mengembangkan dan mempertahankan talenta berpotensi tinggi adalah menggabungkan berbagai pengalaman bermakna dalam cara yang sistematis yang akan mengembangkan karakter dan keterampilan secara tepat sekaligus menambahkan nilai pada hasil bisnis. Setiap kandidat karyawan yang akan dikembangkan harus memiliki pengetahuan, kemampuan, dan kualitas pribadi yang diperlukan saat ini agar sesuai dengan perkembangan pengalaman yang direncanakan dengan cermat. Keterampilan dan pengembangan perilaku memakan waktu lebih lama dan membutuhkan pengawasan dan dukungan yang bijaksana. Rencana program manajemen bakat perlu dirancang dengan baik untuk kebutuhan pembelajaran jangka pendek dan jangka panjang, dan mendefinisikan tujuan pembelajaran individu yang mengintegrasikan tujuan bisnis. Berbagai pengalaman harus mencakup informasi, keterampilan, dan pembelajaran perilaku yang relevan dengan bisnis, disajikan dalam konteks budaya perusahaan, dan

sepenuhnya didukung oleh semua kepemimpinan agar efektif.

Penelitian mulai menunjukkan bahwa profesional minoritas memerlukan kesempatan untuk mendiskusikan pengalaman mereka dengan orang lain dari latar belakang ras dan budaya yang sama selain dengan pelatih bisnis yang berkualitas. Pembinaan kelompok biasanya membantu membina hubungan di antara kader dan meningkatkan kepercayaan diri. Untuk memastikan bahwa praktik pembinaan sesuai dengan standar institusional, pelatih yang ditunjuk harus dinominasikan untuk posisi tersebut berdasarkan keberhasilan yang terdokumentasi, bukan hanya atribut kepribadian. Mereka juga perlu mendapatkan pelatihan khusus. Pembinaan merupakan teknik peningkatan berkelanjutan. Orientasi awal hubungan pada bisnis dan pekerjaan diikuti dengan umpan balik dan konseling tentang praktik perilaku yang meningkatkan kesadaran diri.

Rotasi pekerjaan, yang telah lama menjadi landasan program pengembangan manajemen, terus menawarkan pengalaman yang luas dan mendalam untuk membangun pengetahuan yang kuat tentang operasi atau segmen bisnis. Tipe karyawan berpotensi tinggi biasanya mempelajari dan mengasimilasi aktivitas baru lebih cepat, sehingga penting untuk mencocokkan tingkat kompetensi individu dengan tuntutan pengetahuan dan keterampilan baru. Berpartisipasi dalam tim pemecahan masalah yang ditargetkan atau penugasan gugus tugas proyek telah terbukti menjadi pengalaman pengembangan yang luar biasa bagi para pemimpin jalur karier dan baru. Tugas-tugas ini sangat menarik bagi permintaan individu berpotensi tinggi akan keterlibatan, orientasi tindakan, dan kebutuhan untuk dilihat.

Selain itu, mereka membantu inisiatif baru dimulai dengan menggunakan generasi ide terbaik yang saat ini dapat diakses. Tim untuk satuan tugas sering terdiri dari spesialis yang berkualifikasi, pemimpin pemikiran, dan pemikir analitis dari seluruh perusahaan. Saat anggota mendiskusikan ide dan solusi, mereka berbagi sudut pandang dan memperdebatkan apa yang akan dan tidak akan berhasil dengan mereka. Ini membantu peserta mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang bisnis. Pengembangan lainnya adalah dengan memberikan pelatihan dan pendidikan internal, program eksekutif dan pekerjaan kursus eksternal, pengajaran, dan *e-learning*. Pengembangan yang efektif terjadi ketika ada rencana untuk pembelajaran dan pengembangan. Rencana ini harus mencocokkan minat, kebutuhan belajar, dan gaya individu dengan strategi pengembangan yang dipilih dan diatur waktunya sehingga strategi tersebut menjangkau individu tanpa merusak kepercayaan diri.

### **Cara Menetapkan Strategi Manajemen Bakat Menggunakan Kompensasi**

Beberapa orang berpendapat bahwa kompensasi adalah kepentingan sekunder bagi kebanyakan orang dalam keputusan mereka untuk bertahan atau meninggalkan organisasi. Pembayaran yang adil dan kompetitif dipercaya dapat mempertahankan talenta yang terbaik. Adanya pendapat yang menyatakan gaji hanya berfungsi untuk meningkatkan ketidakpuasan: jika dianggap adil dan kompetitif, tidak masalah; jika dianggap kekurangan keduanya, itu adalah penyebab ketidakbahagiaan. Namun, pendapat lain menyatakan bahwa strategi utama untuk memikat dan mempertahankan talenta adalah remunerasi.

Tujuan utama sistem penghargaan adalah untuk mendukung dan memperkuat perilaku yang sejalan dengan kebutuhan strategis organisasi. Organisasi akan sering mengalami pengembalian yang signifikan atas usahanya sejauh individu menganggap manfaat ini bermakna secara pribadi dan memahami apa yang harus mereka capai dan seberapa baik mereka melakukannya. Manfaat ini dapat bermanifestasi sebagai peningkatan produktivitas dan standar kualitas, tingkat keluaran yang lebih tinggi, peningkatan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan dan strategi bisnis, dan lebih sedikit perputaran karyawan. Masing-masing elemen ini meningkatkan nilai pemegang saham dan memperkuat laba. Konsekuensinya, seruan untuk bertindak adalah untuk mengakui bahwa penghargaan, terlepas dari tingkat bakat seseorang, memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku ketika ditargetkan, dirancang, dan ditangani dengan baik. Orang menganggap diri mereka sebagai pemenang yang bekerja untuk pemenang dalam keadaan seperti itu.

### **Teknologi Informasi Mendukung Sistem Manajemen Talenta**

Perangkat lunak sering digunakan untuk mengurangi keterlibatan manusia karena setiap pertukaran informasi memiliki biaya. Ini berlaku untuk semua area, termasuk administrasi penggajian dan tunjangan serta perekrutan. Pada akhirnya, menggunakan teknologi untuk menemukan *Superkeeper* bukanlah tentang menerapkan lebih banyak teknologi. Ini melibatkan strategi baru yang dimulai dengan teknologi untuk memasukkan peningkatan efisiensi ke dalam upaya rekrutmen dan retensi harian, membebaskan SDM untuk berkonsentrasi pada memfokuskan kembali perhatiannya. Ada dua kemungkinan arah yang bisa diambil.

Pilihan yang dibuat oleh pemimpin SDM dan penerapan teknologi yang efektif untuk mendorong koneksi, membuat keputusan berdasarkan data, dan memperkuat hubungan ketenagakerjaan akan menentukan apakah kita memilih keintiman atau keterasingan. Perusahaan hanya akan berhasil menemukan dan mempertahankan Superkeeper melalui keintiman.

Tindakan yang dapat dilakukan organisasi dengan teknologi untuk bergerak ke arah membangun komunitas bakat yang kuat dengan cara: Pencari kerja diharapkan merangkum diri mereka dalam satu dokumen dengan format yang baku, Menghubungkan antara data kinerja dan proses seleksi akan memudahkan rekrutmen internal, Komunikasikan dan sampaikan Proposisi Nilai Karyawan, Menyelaraskan kembali sumber daya SDM untuk memenuhi kebutuhan akan komunikasi dan keterlibatan yang lebih langsung dengan pelamar dan pekerja, Memahami hubungan antara budaya dan strategi, dan dampaknya terhadap kinerja organisasi, Mengintegrasikan sistem SDM dengan membuat repositori yang koheren untuk semua data bakat, Perlakukan kandidat dan karyawan sebagai pelanggan utama. Menciptakan sistem manajemen talenta yang dapat dengan mudah digunakan di semua tingkatan organisasi dan memenuhi persyaratan manajemen serta karyawan memerlukan banyak pertimbangan dan pengembangan berkelanjutan. Ketika sistem manajemen talenta dikembangkan dengan benar, keberhasilan strategis jangka panjang perusahaan dapat tercapai.

## Daftar Pustaka

- 83 Berger, L.A., & Berger, D.R. (2004). *The Talent Management Handbook: Creating Organizational Excellence by Identifying, Developing, and Promoting Your Best People*. New York: The McGraw – Hill Companies, Inc.
- Collings, D.G., Scullion, H., Caligiuri, P.M. (2019). *Global Talent Management*. New York: Routledge.
- 97 Pella, D.A., & Inayati, A. (2011). *Talent Management*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sule, E.T. & Wahyuningtyas, R. (2016). *Manajemen Talenta Terintegrasi*. Yogyakarta: PT. Andi.
- Wilkinson, A., Dundon, T., & Redman, T. (2021). *Contemporary Human Resource Management*. London: SAGE Publication Ltd.
- Wilton, N. (2019). *An Introduction to Human Resource Management*. London: SAGE Publication Ltd.

## Profil Penulis



### **Dr. Suryani Maryam, S.Kep., Ns., M.M.**

Penulis tertarik dengan ilmu manajemen sejak tahun 2009. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk kuliah Magister Manajemen di Universitas Esa Unggul, kemudian melanjutkan pendidikan S3 di Universitas Padjadjaran dengan konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia. Penulis meniti karir sebagai dosen professional dan melakukan penelitian di bidang manajemen sumber daya manusia. Beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh penulis didanai oleh internal perguruan tinggi, Kemenristek DIKTI dan mandiri. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis artikel dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email Penulis: [sunni\\_lubis@yahoo.com](mailto:sunni_lubis@yahoo.com)





## TRANSFORMASI SDM KEWIRAUSAHAAN

**Dr. Sri Rahayu, S.Si.T., Bd., MARS.**  
Universitas Aisyah Pringsewu Lampung

### **Pengertian dan Konsep Tansformasi SDM**

Manajemen sumber daya manusia bukanlah hal yang bisa timbul secara mendadak. Manusia sudah lama hidup dalam organisasi, dan benar-benar melakukan manajemen sumber daya manusia. <sup>84</sup> Tenggak yang sangat penting menandai kebutuhan akan sumber daya manusia adalah munculnya Revolusi Industri di Inggris. Dampak Revolusi Industri tidak hanya mengubah cara produksi, tetapi juga cara penanganan sumber daya manusia, dan lahirnya berbagai perusahaan yang memanfaatkan teknologi telah memungkinkan untuk memproduksi barang secara massal dengan menggunakan <sup>23</sup> tenaga manusia yang tidak sedikit (Marnis & Priyono, 2008).

Revolusi industri yang lahir di Inggris “menyebar” ke seluruh belahan dunia pada awal abad ke-20, terutama benua Eropa dan Amerika Utara. Salah satu dampak Revolusi Industri adalah semakin banyaknya perusahaan-perusahaan besar yang bergerak di bidang ekonomi (industri, perdagangan, pertambangan). Perkembangan ini juga berimplikasi pada kehidupan manajemen umumnya dan manajemen sumber daya manusia khususnya.

Dua tokoh utama yang menjadi bapak manajemen adalah Frederick W. Taylor dan Henry Fayol. Tanpa tahu apa yang dilakukan pihak lain, ternyata kedua pelopor itu saling melengkapi.

Taylor melihat gerakan manajemen ilmiah sebagai upaya untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas, sedangkan Fayol lebih fokus pada peningkatan kemampuan untuk memecahkan masalah manajemen. Munculnya berbagai teori motivasi pada tahun 1940-an yang dipelopori oleh Abraham H. Maslow menunjukkan perlunya fokus pada unsur manusia dalam organisasi. Kebutuhan manusia perlu dilaksanakan secara berlapis untuk mendukung pencapaiannya dalam bekerja. Ini semua adalah manajemen sumber daya manusia perlu memperhatikan (Marnis & Priyono, 2008).

Pada era ini dimana persaingan global semakin intensif, teknologi berkembang pesat, dan perubahan demografis, kondisi ekonomi yang berfluktuasi, serta perubahan dinamis lainnya memicu perubahan kondisi lingkungan di sekitar organisasi. Lingkungan bisnis telah berubah dari stabil dan dapat diprediksi menjadi tidak pasti dan kompleks. Dengan perubahan ini, perusahaan harus menjadi lebih kompetitif dan fleksibel. Organisasi harus meninggalkan kebijakan dan praktik manajemen yang bersifat hierarkis dan fungsional ke praktik manajemen baru yang lebih fleksibel.

Fleksibilitas merupakan kebutuhan penting bagi organisasi saat ini, di era globalisasi ini, persaingan di berbagai industri, terutama dalam bisnis, sangat ketat. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan “pejuang” memiliki keunggulan kompetitif tertentu dibandingkan pesaing mereka. Keunggulan kompetitif perusahaan dibentuk melalui penciptaan dan desain produk yang unik, penggunaan teknologi modern, desain organisasi, penggunaan manajemen sumber daya manusia yang

efektif dan cara lainnya. Oleh karena itu, pimpinan perusahaan membutuhkan sumber daya manusia (SDM) yang memenuhi kualitas psikologis dan kualitas terbaik agar dapat mencapai kinerja yang tinggi, sehingga mampu memposisikan perusahaan lebih baik jika dibandingkan dengan kemampuan para pelaku bisnis pesaing (Nursiani, 2020).

Sumber daya manusia merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sebuah perusahaan, bahkan merupakan aset terpentingnya. Banyak perusahaan yang berlomba-lomba mencari bibit-bibit terbaik dengan kapabilitas tinggi agar karyawan tersebut dapat segera menunjukkan kontribusinya. Perusahaan bahkan bersedia menginvestasikan banyak uang untuk pelatihan dan peningkatan tunjangan karyawan. Namun pada kenyataannya, pihak manajemen masih memiliki banyak ketidakpuasan ketika melihat kinerja karyawannya. Sumber daya manusia perusahaan mereka sebenarnya tidak kalah dengan perusahaan papan atas lainnya, baik dari segi kuantitas maupun kemampuannya, namun mengapa kiprah perusahaan tersebut terkesan lamban?

Dalam kasus seperti itu, departemen SDM atau sumber daya manusia tentu tidak dapat bekerja seperti biasa. Mereka perlu memutar otak ekstra untuk menghasilkan solusi terbaik bagi perusahaan. Jika tidak ada terobosan baru di bidang sumber daya manusia, tentu sulit mengharapkan perusahaan menghadapi persaingan lokal, nasional, bahkan global. Hal pertama dan paling penting untuk dilakukan adalah mengubah sumber daya manusia atau transformasi SDM. Transformasi diartikan sebagai proses menciptakan dan secara radikal mengubah bentuk, fungsi atau struktur organisasi baru. Transformasi adalah melakukan hal-hal baru yang belum pernah dilihat atau bahkan dipikirkan sebelumnya.

Transformasi SDM dianggap sebagai bagian dari solusi ketika proses memungkinkan perusahaan unggul dan memenangkan persaingan. Konsumen saat ini semakin pintar dalam menentukan produk atau jasa yang ingin mereka beli. Satu-satunya cara bagi perusahaan untuk bertahan dan mempertahankan dominasi bisnisnya yang unggul adalah dengan mengubah sumber daya manusia atau transformasi SDM.

Namun, ingatlah bahwa perubahan bukan hanya soal kemampuan. Dibutuhkan orang yang berkemampuan tinggi, tetapi jika mereka tidak selaras dengan rekan kerja dan budaya perusahaan, hasilnya akan sia-sia. Selain itu, kompetensi saja tidak dapat menghasilkan produktivitas selama perusahaan mencegah terciptanya lingkungan kerja yang kreatif dan menantang (Kubik Leadership, 2022).

### **25 Implikasi Transformasi Organisasional Terhadap Praktek Sumber Daya Manusia**

Transformasi organisasi pada dasarnya ingin mengubah struktur organisasi menjadi lebih fleksibel, dengan jumlah karyawan yang lebih sedikit dan lapisan yang lebih sedikit. Struktur organisasi yang lebih fleksibel tentu saja membutuhkan kebijakan dan praktik SDM yang berbeda. Struktur organisasi yang lebih fleksibel akan meminimalkan level dan kompleksitas organisasi dengan mendelegasikan lebih banyak wewenang dan mendorong inisiatif dan inovasi para anggotanya. Organisasi akan mengubah tanggung jawab pekerjaan dan aktivitas untuk memenuhi tuntutan lingkungan yang berubah dengan cepat (Walker, 1988). Hasilnya adalah perubahan deskripsi pekerjaan, tanggung jawab pekerjaan, dan persyaratan pekerjaan. Perubahan ini pasti akan mempengaruhi praktik perekrutan dan seleksi organisasi.

Ini berarti bahwa karyawan lebih bertanggung jawab atas tugas dan pekerjaan, lebih fleksibel, dan cenderung menjadi generalis daripada spesialis.

Pengaruh tersebut memiliki dampak yang cukup besar terhadap rekrutmen dan seleksi karyawan, seperti kriteria yang sesuai dengan situasi perusahaan saat ini. Ketika membangun budaya organisasi, sebuah organisasi harus merekrut orang-orang yang cocok untuk organisasi tersebut. Praktik rekrutmen dan seleksi tradisional tidak lagi sesuai karena alasan berikut :

1. Uraian pekerjaan tradisional, yang hanya mencakup tugas dan tanggung jawab khusus, jarang digunakan oleh organisasi. Ini karena organisasi yang lebih fleksibel mengaburkan batasan fungsional dan ruang lingkup pekerjaan.
2. Struktur organisasi yang fleksibel cenderung tidak bersifat hirarki dan cenderung datar, ramping dan borderless (Walker, 1988).

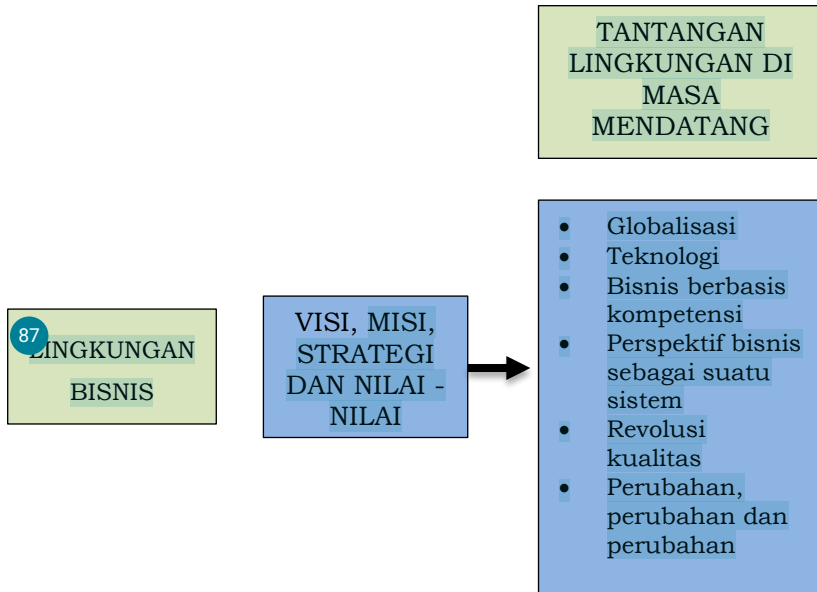
Berdasarkan hal tersebut, langkah-langkah melakukan personal dalam suatu organisasi yang dapat diambil yaitu mencocokkan preferensi budaya individu dengan budaya organisasi (O' Reilly, et al., 1991) dan mencocokkan kandidat KSA dengan persyaratan pekerjaan merekomendasikan melakukan proses 4 langkah pencocokan person-organization :

1. Menilai lingkungan kerja secara keseluruhan. Organisasi harus melakukan analisis pekerjaan dan analisis organisasi. Analisis organisasi dapat dilakukan dengan mengidentifikasi karakteristik organisasi dengan hasil berupa filosofi dan nilai-nilai organisasi sedangkan analisis pekerjaan dapat dilakukan dengan mengidentifikasi karakteristik pekerjaan dengan hasil berupa persyaratan pekerjaan.

Analisis organisasi juga perlu dilakukan, karena analisis pekerjaan dapat menjadi cepat usang (karena lingkungan kerja yang berubah dengan cepat), sedangkan filosofi dan nilai-nilai yang diyakini organisasi relatif lebih stabil dan konsisten.

2. Simpulkan jenis personal yang dibutuhkan. Organisasi merumuskan jenis kandidat yang mereka butuhkan dengan filosofi organisasi "mempekerjakan seluruh orang". "Orang seutuhnya" mengacu pada individu yang memiliki karakteristik sebagai berikut : Pengetahuan teknis, keterampilan, dan kemampuan Keterampilan sosial. Kebutuhan, nilai dan minat pribadi, ciri-ciri kepribadian.
3. Merancang "ritus peralihan" untuk memungkinkan organisasi dan individu menilai kecocokan. Organisasi harus merancang proses rekrutmen dan seleksi mereka sehingga organisasi dan kandidat dapat saling menilai kecocokan mereka. Banyak teknik yang dapat digunakan, termasuk: Tes keterampilan kognitif, motorik, dan interpersonal Wawancara dengan kolega potensial dan lainnya tes kepribadian Pratinjau pekerjaan yang realistis, termasuk sampel pekerjaan.
4. Memperkuat kecocokan pribadi-organisasi di tempat kerja. Organisasi juga harus berusaha untuk menyesuaikan Person-Organization ini pada pekerjaan, dengan memperkuat keterampilan dan pengetahuan melalui desain tugas dan pelatihan. Memperkuat orientasi pribadi melalui desain organisasi (Darsono, 2002).

## Transformasi Sumber Daya Manusia di Era Global



Gambar 1. Bagan Transformasi SDM Era Global  
Sumber: Nursiani (2020)

Model kehidupan komunal yang berorientasi pada pangsa pasar sebelumnya telah menjadi pasar bebas (pasar global). Perubahan pola dasar ini akan mempengaruhi kehidupan sosial budaya masyarakat, serta perluasan pasar, terutama yang bernilai sosial dan budaya. Pasar global adalah suatu sikap, cara berpikir, tatanan baru, hasil pertukaran bebas dalam bidang ekonomi, politik dan budaya. Manajemen sumber daya manusia harus menjadi pelopor perubahan organisasi karena tiga alasan :

1. Persaingan yang meningkat mengharuskan organisasi untuk mengurangi biaya. Biaya dapat dikurangi dengan menghilangkan pekerjaan yang tidak bernilai tambah. Sejauh ini HR telah melakukan hal yang sama bersifat administratif.

Pekerjaan administrasi merupakan pekerjaan yang tidak bernilai tambah yang membutuhkan banyak tenaga dan waktu. Oleh karena itu, biaya sumber daya manusia juga memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap keseluruhan biaya yang harus ditanggung perusahaan.

2. Persaingan yang makin intensif menuntut organisasi untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih tinggi, hal ini harus didukung oleh peningkatan kualitas layanan di semua bagian organisasi, termasuk Departemen Sumber Daya Manusia. Departemen SDM harus menyediakan layanan dengan cepat dan tepat kepada Departemen lain dalam organisasi. Untuk mendukung kesuksesan transformasi organisasional, proses dan sistem informasi HR harus dirombak total. Sistem HR tradisional cenderung tidak praktis, tidak efisien, kompleks, tidak terintegrasi dengan baik, tidak userfriendly, dan tidak fleksibel. Idealnya, sistem HR harus dirancang sebagai satu sistem yang terintegrasi dengan baik
3. Praktik pengelolaan tradisional yang cenderung birokratis harus diubah. Manajemen tradisional menekankan kontrol, konsistensi, dan kepastian. Semua rencana yang dibuat menekankan pencapaian tujuan keuangan, dan risiko adalah sesuatu yang harus dihindari oleh manajemen. Manajer direkrut dan dipromosikan dari dalam, dan karyawan memiliki jalur karir yang jelas dan terstruktur. Pengembangan profesional terjadi melalui pelatihan formal. Imbalan karyawan datang dalam bentuk upah, tunjangan karyawan, dan keamanan kerja. Karakteristik manajemen tradisional tersebut tidak dapat mengakomodasi fleksibilitas yang dibutuhkan oleh organisasi.



Dalam kondisi lingkungan yang penuh ketidakpastian dan cepat berubah, praktek manajemen yang sifatnya langsung dan informal diperlukan untuk fleksibilitas organisasi untuk menghadapi lingkungan yang cepat berubah, tetapi praktek manajemen yang sifatnya formal dan menekankan disiplin juga diperlukan untuk koordinasi. Artinya, praktek manajemen yang fleksibel harus menekankan keseimbangan antara fleksibilitas dan koordinasi dalam organisasinya (Nursiani, 2020).

2 Pasar global sebagai lembaga moral yang dapat memberikan keuntungan bagi semua pihak. moral dijadikan landasan pasar global dan menjadi modal bagi dunia usaha untuk mempersiapkan diri agar mampu bersaing secara sehat dan adil. Sumber daya manusia di era global dituntut untuk memiliki kualifikasi psikologis diantaranya pola pikir global, persepsi, dan motivasi berprestasi (Mangkunegara, 2018).

### 1. Mindset Global

Di era global, sumber daya manusia perusahaan harus memiliki pola pikir global. Secara psikologis, sumber daya manusia 2 mampu mengintegrasikan fungsi kelima kecerdasan (IQ, EQ, SQ, MQ dan AQ). Sumber daya manusia perusahaan tidak hanya bercirikan kecerdasan intelektual (IQ), tetapi juga bertindak bijaksana (EQ), berpegang pada nilai, norma dan peraturan (SQ) yang berlaku, mengambil tanggung jawab moral (MQ) dan cerdas untuk selalu berdiri dan tegak, berjuang keras dalam mencapai tujuan organisasi (AQ). Kelima kecerdasan ini akan membentuk sumber daya manusia yang memiliki kepribadian matang 2 (maturity personality). Hal ini senada dengan pendapat Gordon W. Allport yang menyatakan bahwa ciri-ciri SDM yang matang secara mental adalah: Pertama, ikhlas hidup dan bekerja

untuk kebaikan orang banyak (self-expansion). Kedua, berperilaku objektif (jujur), kesadaran diri, harga diri dan pengendalian diri yang baik (self-objectification and sense of humor). Ketiga, memiliki falsafah dan pedoman hidup yang jelas (Unifying Philosophy of Life). Dengan kata lain, sumber daya manusia berkompeten sebagai manusia yang visioner, pekerja keras dan berakhlak mulia.

## 2. Persepsi Bekerja

Secara psikologis, persepsi adalah proses memilih dan menafsirkan rangsangan. Dengan kata lain persepsi adalah proses pemberian arti atau makna terhadap objek yang ada di lingkungan perusahaan. Persepsi melibatkan menafsirkan objek, menerima rangsangan, mengatur rangsangan, dan menafsirkan rangsangan.

## 3. Motivasi Berprestasi

Motivasi berprestasi dapat diartikan sebagai dorongan batin untuk bekerja semaksimal mungkin guna mencapai tujuan perusahaan. Berdasarkan pengamatan karakteristik SDM yang sangat termotivasi berikut ini: a. memiliki tanggung jawab pribadi yang tinggi, b. Memiliki rencana kerja berdasarkan rencana dan tujuan yang realistis dan berusaha keras untuk mencapainya, c. Tegas, berani mengambil resiko, penuh perhitungan, menantang pekerjaan, dan hasil yang memuaskan, d. memiliki keinginan untuk menjadi ahli dalam bidang tertentu (Mangkunegara, 2018).

## 4. Toleransi Stres Kerja

Stres kerja adalah tekanan atau perasaan tertekan yang dialami seorang karyawan dalam menghadapi pekerjaannya.

Stres dari pekerjaan ini terlihat dari gejala; ketidakstabilan emosi, kelelahan, kesepian, sulit tidur, merokok berlebihan, ketidakmampuan untuk bersantai, kecemasan, kegugupan, lekas marah, tekanan darah tinggi, dan gangguan pencernaan. Stres juga dapat menyebabkan penyakit jantung, penyakit hati, dan stroke. Ada empat pendekatan untuk stres kerja: dukungan sosial, meditasi, *biofeedback*, dan program kesehatan pribadi. Pendekatan ini diperkenalkan oleh (Davis, 1999) yang mengemukakan bahwa empat pendekatan termasuk 10 yang melibatkan kolaborasi karyawan-manajer untuk mengelola stres adalah dukungan sosial, meditasi, *biofeedback*, dan program kesehatan pribadi.

#### 5. Sikap Mental Kewirausahaan

Sumber daya manusia dalam suatu perusahaan harus memiliki jiwa kewirausahaan. Kewirausahaan adalah sikap mental seseorang yang aktif mengambil inisiatif, inovatif, berani mengambil risiko, dan berpegang teguh pada prinsip kerja untuk mewujudkan kebutuhan dan kesejahteraan hidupnya.

#### 6. Kepemimpinan Kerja

Departemen sumber daya manusia perusahaan harus memiliki kepemimpinan kerja yang efektif “super teamwork atau super leader” agar perusahaan dapat mencapai kinerja organisasi yang maksimal. Dalam implementasinya, eksekutif yang menjadi atasan memperjelas fungsi bawahan untuk masing-masing personel dan menetapkan target unit kerja yang tinggi (target mingguan, bulanan, triwulanan, semester, tahunan dan lima tahunan).

Kemudian mainkan setiap unit kerja untuk bersaing secara sehat untuk mencapai tujuan kerja Anda. Kepemimpinan berarti semua karyawan secara aktif berpartisipasi dalam unit kerjanya, memberi mereka tanggung jawab atas pekerjaan mereka, memberi mereka rasa memiliki terhadap perusahaan, dan memberi mereka kesempatan untuk menjadi kreatif, proaktif, dan inovatif. Sehingga Anda dapat melakukan yang terbaik, baik sebagai individu maupun sebagai perusahaan.

Pada era globalisasi, sumber daya manusia perusahaan yang memiliki pola pikir global, kesadaran yang luas, dorongan untuk berprestasi, kemampuan menahan tekanan, kewirausahaan, kemampuan memimpin, kepemimpinan kerja dan mengadopsi budaya organisasi akan mampu mencapai kinerja yang maksimal dan memiliki karir di sebuah perusahaan. Lingkungan yang berubah dengan cepat merupakan kekuatan eksternal yang memaksa organisasi untuk melakukan transformasi organisasi. Kendala terbesar adalah resistensi anggota organisasi terhadap perubahan tersebut. Kunci keberhasilan transformasi organisasi adalah mengurangi resistensi organisasi terhadap perubahan (Nursiani, 2020).

## Daftar Pustaka

- Davis, K. dan John W. N. (1999). *“Perilaku Organisasi”*. Jakarta: Erlangga.
- Darsono, L. I. (2002). Transformasi Organisasional dan MSDM: Hambatan dan Implikasinya pada rekrutmen dan seleksi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 77-90.  
<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/15624>
- Kubik Leadership. (2022). Sumber Daya Manusia Dan Transformasinya.  
<https://www.kubikleadership.com/sumber-daya-manusia-transformasi-bukan-hanya-soal-kompetensi/> Diakses tanggal 1 Februari 2023.
- Mangkunegara, A. A. Anwar Prabu. (2018). *Aspek-aspek Psikologi Dalam Sukses Karier*. 13–36.
- Marnis & Priyono. (2008). Manajemen Sumber Daya Manusia. In *Manajemen Sumber Daya Manusia*.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Nursiani, N. P. (2020). Transformasi Sumber Daya Manusia Dan Organisasi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *GLORY: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 1(1-Sept), 53–64.  
<http://ejurnal.undana.ac.id/index.php/glory/article/view/3045>
- O'Reilly III, C. A., Chatman, J., & Caldwell, D. F. (1991). People and organizational culture: A profile comparison approach to assessing person-organization fit. *Academy of management journal*, 34(3), 487-516.
- Walker, J. W. (1988). Human Resource Planning. *“Managing Human Resources in Flat, Lean and Flexible Organizations: Trends for the 1990’s.”*, 11(2), 125–132.

## **Profil Penulis**



**Dr. Sri Rahayu, S.Si.T., Bd., MARS.**

Penulis Lahir di Garut 25 Desember 1976, dari pasangan Drs. H.Uba Seherman dan Hj Yuyun Supriati. Telah menyelesaikan Sekolah Pendidikan Keperawatan, Pendidikan Sarjana Terapan Jurusan Kebidanan dan Profesi Bidan, Pasca Sarjana Management Rumah Sakit serta Program Doctoral dibidang Ilmu Kedokteran. Saat ini tercatat sebagai Dosen dengan tugas tambahan Ketua Program Studi Program Magister Kebidanan Universitas Aisyah Pringsewu Lampung. Salah satu mata kuliah yang diampu adalah kewirausahaan. Kegiatan lain selain dosen, penulis juga merupakan pengelola fasilitas layanan kesehatan ibu dan anak swasta sejak tahun 2005 sampai saat ini. Kegiatan lainnya penulis juga merupakan pengurus badan penyelenggara pada sebuah lembaga pendidikan sejak tahun 2012. Untuk mewujudkan karir sebagai dosen yang profesional, penulis dituntut untuk aktif sebagai peneliti dalam melaksanakan tugas tri dharma perguruan tinggi. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi, CSR dan Kemenristek DIKTI. Selain penelitian, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi dunia Pendidikan di Indonesia.

Email Penulis: rahayuengajar2016@gmail.com

- 1 PENGANTAR SUMBER DAYA MANUSIA KEWIRAUSAHAAN  
Supriyati
- 2 REKRUTMEN SDM KEWIRAUSAHAAN  
Fera Nelfianti
- 3 SELEKSI SUMBER DAYA MANUSIA KEWIRAUSAHAAN  
Ade Khadijatul Z. Hrp
- 4 NETWORKING SUMBER DAYA MANUSIA KEWIRAUSAHAAN  
Ana Fitriyatul Bilgies
- 5 MENTORING SUMBER DAYA MANUSIA KEWIRAUSAHAAN  
Rahmat
- 6 KOMUNIKASI SDM KEWIRAUSAHAAN  
Titi Suwarni
- 7 MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN  
Linna Ismawati
- 8 BERPIKIR KREATIF SDM KEWIRAUSAHAAN  
Irra Chrisyanti Dewi
- 9 PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN SDM KEWIRAUSAHAAN  
Muhammad Hasan
- 10 PENGAMBILAN KEPUTUSAN SDM KEWIRAUSAHAAN  
Nurvi Oktiani
- 11 KEPEMIMPINAN SDM KEWIRAUSAHAAN  
Bambang Supriadi
- 12 MANAJEMEN TALENTA SDM KEWIRAUSAHAAN  
Suryani Maryam
- 13 TRANSFORMASI SDM KEWIRAUSAHAAN  
Sri Rahayu

*Editor :*

Martin Yehezkiel Sianipar

Untuk akses **Buku Digital**,  
Scan **QR CODE**



**Media Sains Indonesia**  
Melong Asih Regency B.40, Cijerah  
Kota Bandung - Jawa Barat  
Email : [penerbit@medsan.co.id](mailto:penerbit@medsan.co.id)  
Website : [www.medsan.co.id](http://www.medsan.co.id)



ISBN 978-623-195-178-6 (PDF)



9 786231 951786

## ● 25% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 23% Internet database
- 6% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 12% Submitted Works database

### TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	<b>text-id.123dok.com</b> Internet	1%
2	<b>ejurnal.undana.ac.id</b> Internet	1%
3	<b>123dok.com</b> Internet	1%
4	<b>publikasi.ubl.ac.id</b> Internet	<1%
5	<b>scribd.com</b> Internet	<1%
6	<b>Universitas Jember on 2023-04-11</b> Submitted works	<1%
7	<b>repo.iain-tulungagung.ac.id</b> Internet	<1%
8	<b>repository.penerbitwidina.com</b> Internet	<1%



9	<b>repository.uniga.ac.id</b> Internet	<1%
10	<b>repository.upi-yai.ac.id</b> Internet	<1%
11	<b>elvaniputeria.blogspot.com</b> Internet	<1%
12	<b>digilib.iainptk.ac.id</b> Internet	<1%
13	<b>media.neliti.com</b> Internet	<1%
14	<b>repository.uki.ac.id</b> Internet	<1%
15	<b>eprints.hamzanwadi.ac.id</b> Internet	<1%
16	<b>adoc.pub</b> Internet	<1%
17	<b>digilib.uinsgd.ac.id</b> Internet	<1%
18	<b>sindulin.web.id</b> Internet	<1%
19	<b>researchgate.net</b> Internet	<1%
20	<b>pdfcoffee.com</b> Internet	<1%

21	<b>kubik.co.id</b> Internet	<1%
22	<b>es.scribd.com</b> Internet	<1%
23	<b>akbarfauzi28.blogspot.com</b> Internet	<1%
24	<b>karakternews.com</b> Internet	<1%
25	<b>pt.scribd.com</b> Internet	<1%
26	<b>training-sdm.com</b> Internet	<1%
27	<b>timothy-judge.com</b> Internet	<1%
28	<b>fjfsdata01prod.blob.core.windows.net</b> Internet	<1%
29	<b>easpublisher.com</b> Internet	<1%
30	<b>sbaer.uca.edu</b> Internet	<1%
31	<b>Fatika Febrilia Kusumastuti, Gita Aulia Nurani. "Pengelolaan Sumber D...</b> Crossref	<1%
32	<b>journal.uny.ac.id</b> Internet	<1%

33	<b>bernas.id</b> Internet	<1%
34	<b>eber.uek.krakow.pl</b> Internet	<1%
35	<b>repository.unmul.ac.id</b> Internet	<1%
36	<b>repository.petra.ac.id</b> Internet	<1%
37	<b>kangyusufmn.com</b> Internet	<1%
38	<b>core.ac.uk</b> Internet	<1%
39	<b>repository.usahid.ac.id</b> Internet	<1%
40	<b>Universitas Pamulang on 2023-03-28</b> Submitted works	<1%
41	<b>accounting.binus.ac.id</b> Internet	<1%
42	<b>coursehero.com</b> Internet	<1%
43	<b>jurnal.poltekapp.ac.id</b> Internet	<1%
44	<b>repo.uinsatu.ac.id</b> Internet	<1%

45	<b>myedisi.com</b> Internet	<1%
46	<b>docplayer.net</b> Internet	<1%
47	<b>jurnal.kwikkiangie.ac.id</b> Internet	<1%
48	<b>sarno.id</b> Internet	<1%
49	<b>Audina Rizka Zahra, Rifandi Syahputra, Suhairi Suhairi. "Analisis Komu...</b> Crossref	<1%
50	<b>Erasmus University of Rotterdam on 2017-04-03</b> Submitted works	<1%
51	<b>digilib.uin-suka.ac.id</b> Internet	<1%
52	<b>Sugita Sugita, Ansori Ansori. "UPAYA DOSEN KEWIRAUSAHAAN SEBA...</b> Crossref	<1%
53	<b>mail.jptam.org</b> Internet	<1%
54	<b>repository.uin-malang.ac.id</b> Internet	<1%
55	<b>ieeca.org</b> Internet	<1%
56	<b>fokus-cirebon.blogspot.com</b> Internet	<1%

57	<b>id.123dok.com</b> Internet	<1%
58	<b>ejournal.uhn.ac.id</b> Internet	<1%
59	<b>rinjani.unitri.ac.id</b> Internet	<1%
60	<b>repository.radenintan.ac.id</b> Internet	<1%
61	<b>komunikasistakeholder.blogspot.com</b> Internet	<1%
62	<b>id.cenlamontessori.org</b> Internet	<1%
63	<b>oliviadwiayu.wordpress.com</b> Internet	<1%
64	<b>repository.unsoed.ac.id</b> Internet	<1%
65	<b>repository.unsri.ac.id</b> Internet	<1%
66	<b>Maastricht School of Management on 2018-12-09</b> Submitted works	<1%
67	<b>Widya Nusantara, MV. Roesminingsih, Heru Siswanto, Monica Widyas...</b> Crossref	<1%
68	<b>glints.com</b> Internet	<1%

69	Universitas Pelita Harapan on 2022-07-17 Submitted works	<1%
70	journal.mercubuana.ac.id Internet	<1%
71	nova.newcastle.edu.au Internet	<1%
72	ejournal.inzah.ac.id Internet	<1%
73	ahmadtaryadi.blogspot.com Internet	<1%
74	digilib.unila.ac.id Internet	<1%
75	doc-pak.undip.ac.id Internet	<1%
76	journal.unpad.ac.id Internet	<1%
77	ojs.unud.ac.id Internet	<1%
78	repository.upm.ac.id Internet	<1%
79	repository.upnvj.ac.id Internet	<1%
80	scholarworks.waldenu.edu Internet	<1%

81	<b>Erasmus University of Rotterdam on 2022-10-31</b> Submitted works	<1%
82	<b>digilib.uinkhas.ac.id</b> Internet	<1%
83	<b>jsa.uok.ac.ir</b> Internet	<1%
84	<b>lambeturah.id</b> Internet	<1%
85	<b>journals.sagepub.com</b> Internet	<1%
86	<b>penaeducentre.com</b> Internet	<1%
87	<b>usepmulyana.files.wordpress.com</b> Internet	<1%
88	<b>National College of Ireland on 2023-05-08</b> Submitted works	<1%
89	<b>Universitas Nasional on 2022-08-23</b> Submitted works	<1%
90	<b>digitalcommons.liberty.edu</b> Internet	<1%
91	<b>nardus.mpn.gov.rs</b> Internet	<1%
92	<b>Trisakti University on 2021-06-15</b> Submitted works	<1%

93	<b>akuntansituren.blogspot.com</b> Internet	<1%
94	<b>repositori.unsil.ac.id</b> Internet	<1%
95	<b>repositorio.utn.ac.cr</b> Internet	<1%
96	<b>sundari.staff.gunadarma.ac.id</b> Internet	<1%
97	<b>eprints.upj.ac.id</b> Internet	<1%
98	<b>prism.ucalgary.ca</b> Internet	<1%
99	<b>repository.unmuhjember.ac.id</b> Internet	<1%
100	<b>cbmsbm.com</b> Internet	<1%
101	<b>St. Petersburg College on 2022-06-20</b> Submitted works	<1%
102	<b>aisgyfterdotcom.wordpress.com</b> Internet	<1%
103	<b>alittlebitcloserwithfera.blogspot.com</b> Internet	<1%
104	<b>repofeb.undip.ac.id</b> Internet	<1%



105	<b>repository.umi.ac.id</b> Internet	<1%
106	<b>neliti.com</b> Internet	<1%
107	<b>acikerisim.kastamonu.edu.tr</b> Internet	<1%
108	<b>digilib.iain-jember.ac.id</b> Internet	<1%
109	<b>eprints.qut.edu.au</b> Internet	<1%
110	<b>iGroup on 2012-06-18</b> Submitted works	<1%
111	<b>repository.unikal.ac.id</b> Internet	<1%
112	<b>Nurcholila Nurcholila, Puji Astuti, Rinto Nurbambang, Daniel Daniel, Lai...</b> Crossref	<1%
113	<b>Universitas Pamulang on 2020-11-07</b> Submitted works	<1%
114	<b>athenaeum.uiw.edu</b> Internet	<1%
115	<b>en.wikipedia.org</b> Internet	<1%
116	<b>intanrizkimutiaz23.blogspot.com</b> Internet	<1%

117	<b>openjournal.unpam.ac.id</b> Internet	<1%
118	<b>repository.stei.ac.id</b> Internet	<1%
119	<b>dictio.id</b> Internet	<1%
120	<b>Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai on 2024-03-06</b> Submitted works	<1%
121	<b>pemikirangado-gado.blogspot.com</b> Internet	<1%
122	<b>pure.uva.nl</b> Internet	<1%
123	<b>repository.unpas.ac.id</b> Internet	<1%
124	<b>Chaira Saidah Yusrie, Ernawati Ernawati, Sofyan Sauri, Faiz Karim Fatk...</b> Crossref	<1%
125	<b>European University on 2023-05-01</b> Submitted works	<1%
126	<b>Sriwijaya University on 2020-06-15</b> Submitted works	<1%
127	<b>ejournal.ipdn.ac.id</b> Internet	<1%
128	<b>ejournal.undiksha.ac.id</b> Internet	<1%

129	<b>ejournal.upi.edu</b> Internet	<1%
130	<b>hrcak.srce.hr</b> Internet	<1%
131	<b>indahpermatasari09.wordpress.com</b> Internet	<1%
132	<b>jurnal.yudharta.ac.id</b> Internet	<1%
133	<b>pirun.ku.ac.th</b> Internet	<1%
134	<b>repository.unj.ac.id</b> Internet	<1%
135	<b>repository.usbypkp.ac.id</b> Internet	<1%
136	<b>rimag.ricest.ac.ir</b> Internet	<1%
137	<b>Universitas Negeri Jakarta on 2021-08-20</b> Submitted works	<1%
138	<b>e-jurnal.nobel.ac.id</b> Internet	<1%
139	<b>etds.lib.ncku.edu.tw</b> Internet	<1%
140	<b>jurnaljam.ub.ac.id</b> Internet	<1%

141	<b>repository.uph.edu</b> Internet	<1%
142	<b>search.shamaa.org</b> Internet	<1%
143	<b>stratfordjournals.org</b> Internet	<1%
144	<b>zombiedoc.com</b> Internet	<1%
145	<b>Universitas Negeri Jakarta on 2020-07-27</b> Submitted works	<1%
146	<b>Universitas Pendidikan Indonesia on 2022-12-08</b> Submitted works	<1%
147	<b>University of Stellenbosch, South Africa on 2020-09-10</b> Submitted works	<1%
148	<b>dosen.unimma.ac.id</b> Internet	<1%
149	<b>repository.ub.ac.id</b> Internet	<1%
150	<b>researchcommons.waikato.ac.nz</b> Internet	<1%
151	<b>rizqiannisa.wordpress.com</b> Internet	<1%
152	<b>Binus University International on 2018-06-26</b> Submitted works	<1%

153	I Ketut Mustika. "PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN STRES KERJA..."	Crossref	<1%
154	North West University on 2021-11-20	Submitted works	<1%
155	Universitas Jenderal Soedirman on 2023-03-26	Submitted works	<1%
156	anesahiramay.blogspot.com	Internet	<1%
157	karya.brin.go.id	Internet	<1%
158	repository.unipasby.ac.id	Internet	<1%
159	web.stfm.ac.id	Internet	<1%
160	wengayo.blogspot.com	Internet	<1%
161	ssbfnet.com	Internet	<1%
162	Ana Ramadhayanti. "Analisis Pengaruh Komunikasi Bisnis Efektif 7 C d..."	Crossref	<1%
163	IAIN Batusangkar on 2022-09-12	Submitted works	<1%
164	Politeknik Negeri Bandung on 2018-07-24	Submitted works	<1%

165	<b>Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta on 2022-06-16</b> Submitted works	<1%
166	<b>Universitas Airlangga on 2020-07-11</b> Submitted works	<1%
167	<b>Universitas Diponegoro on 2021-08-29</b> Submitted works	<1%
168	<b>Universitas Islam Negeri Sumatera Utara on 2022-01-14</b> Submitted works	<1%
169	<b>Universitas Pendidikan Indonesia on 2017-09-18</b> Submitted works	<1%
170	<b>ainurrofi12.blogspot.com</b> Internet	<1%
171	<b>digilib.esaunggul.ac.id</b> Internet	<1%
172	<b>eprints.iain-surakarta.ac.id</b> Internet	<1%
173	<b>id.scribd.com</b> Internet	<1%
174	<b>intan5957.blogspot.com</b> Internet	<1%
175	<b>investor.id</b> Internet	<1%
176	<b>nusantarahasajournal.com</b> Internet	<1%

177	<b>repository.unipa.ac.id</b> Internet	<1%
178	<b>sleekr.co</b> Internet	<1%
179	<b>ijicc.net</b> Internet	<1%

## ● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Manually excluded text blocks
- Small Matches (Less than 15 words)

---

### EXCLUDED TEXT BLOCKS

#### **MENTORING SUMBER DAYAMANUSIA KEWIRAUSAHAANRahmat**

{"linkText":"Ajou University Graduate School on 2023-02-24","glimpseld":"oid:1:2525417938\_0\_overview","col...