SDM Cendekia: **STRATEGI MEMBANGUN SDM & PEMIMPIN UNGUL**

Pambudi Sunarsihanto, Hendrizal Adnan, Munawar Aziz,
Pilifus Junianto, Dian Fitri Lestari, Mohamad Cholid,
Norma Rosyianita, Sri Mulyono, Tri Warsono, Ceskakusumadewi
Baharuddin, Purwanto, Resista Vikaliana, Dingot Hamonangan Ismail

ANTONI LUDFI ARIFIN, DKK.

SDM

CENDEKIA

Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014
Tentang Hak Cipta

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 Rp100.000.000,00 (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).
3. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan atau huruf g untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

SDM CENDEKIA

**Strategi Membangun SDM &
Pemimpin Unggul**

Antoni Ludfi Arifin, dkk.

Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

KOMPAS GRAMEDIA

SDM CENDEKIA:

Strategi Membangun SDM dan Pemimpin Unggul

Antoni Ludfi Arifin, dkk.

Copyright © 2021

Antoni Ludfi Arifin, dkk.

GM

PT Gramedia Pustaka Utama

Kompas Gramedia Building Blok 1 Lt. 5

Jl. Palmerah Barat 29–37

Jakarta 10270

Isi dan perwajahan:

Desainer sampul: inJun

(ig @Sam_dan_Jun | Sam dan Jun Youtube Channel)

Ilustrasi: Eka Apriansah

Diterbitkan pertama kali oleh

PT Gramedia Pustaka Utama

Anggota IKAPI 2021

Hak cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh
isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

ISBN:

ISBN DIGITAL:

Dicetak oleh Percetakan PT Gramedia, Jakarta

Isi di luar tanggung jawab Percetakan

Daftar Isi

1. 5 Things That Your Top Talents Demand from You	
Pambudi Sunarsihanto, HR Director Bluebird Group, Indonesia	1
2. Pentingnya Memimpin dengan Integritas di Era Pandemi	
Hendrizal Adnan, Direktur Administrasi dan Keuangan PD Dharma Jaya	11
3. Menjadi Unggul dengan Motivasi yang Kuat	21
Ainun Na'imah, Praktisi SDM	
4. Perfect Leadership	
Munawar Aziz, Trainer & Coach Holistic Character Best Practice Indonesia	29

5. Leadership dalam Ajaran Astha Brata: Menggali Simbolisasi Nilai-Nilai Kepemimpinan dari Unsur-unsur Semesta Berbasis Kearifan Lokal Pilifus Junianto	37
6. The Best Leader: Kepemimpinan Pelayanan Kesehatan pada Kondisi Krisis Pandemi Covid-19 Dian Fitri Lestari, Praktisi Pengelola SDMK di Pelayanan Kesehatan	45
7. Leadership, Memuliakan Manusia Mohamad Cholid, Practicing Certified Executive and Leadership Coach	51
8. Belum Jadi Top Level, Jadi Trainer? Bisa!!! Norma Rosyianita, HR Section Head	57
9. Leadership Development 4.0 Sri Mulyono, Dosen Manajemen Bisnis Syariah Institut Daarul Qur'an Jakarta	65
10. Membongkar Kualitas SDM Indonesia: Yang Terbelenggu Sejak Lama Tri Warsono, Konsultan MSDM Indonesia	75
11. Machiavellisme: Pemimpin yang Baik atau Buruk bagi Karyawan? Ceskakusumadewi Baharuddin, Dosen D-3 Perbankan dan Keuangan, Institut Bisnis dan Keuangan (IBK) Nitro	81
12. Kepemimpinan Vibratif, <i>Job Embeddedness</i> , dan Kinerja Purwanto, Pemerhati Manajemen SDM	85

13. Mengoptimalkan Potensi Diri ala Fisika Kuantum Resista Vikaliana, Dosen Institut STIAM	95
14. Menemukan Makna Hidup di Korporasi Dingot Hamonangan Ismail, Motivator Nasional, Dosen dan Konsultan Manajemen	109
15. <i>Success Ways as a Leader</i> Antaiwan Bowo Pranogyo, Founder of SDM Cendekia	117
16. Memimpin Secara Strategis dan Berfokus Lindawati Kartika, Dosen Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB University	127
17. Leadership dalam Secangkir Kopi Hendy Rustam, HR Consultant	135
18. Inovasi: Kunci Indonesia Berdikari Muhammad Ramaditya, Dosen STIE Indonesia	141
19. Tip Komunikasi Korporasi di Industri Pariwisata Saat Pandemi Covid-19 Akhmad Zulfikri, Praktisi SDM dan Komunikasi	151
20. <i>Female Worker's Strategy</i> : Fenomena Selepas Menikah Andita Sayekti, Dosen Departemen Manajemen FEM – IPB University	159
21. Dialektika Pos(isi) Akhmad Akbar, Praktisi HR	169
22. Pemimpin Lini sebagai Pemimpin Sumber Daya Manusia Abdi Hamdani, Dosen dan Praktisi SDM	175

23. Menjadi SDM Berprestasi Global Kus Heryuwono, Presiden Direktur PT Intipesan Pariwara	183
24. Mengembangkan Karakteristik Kepemimpinan dalam Dunia Bisnis Sukemi Kadiman Dosen, Praktisi Sumber Daya Manusia, dan Konsultan Manajemen Sistem Pengurus Ikatan Doktor Ilmu Manajemen (IKADIM)	191
25. <i>Trustworthy</i> Apud Abdul Aziz, Praktisi SDM	201
26. Membangun <i>Mindset</i> Bisnis bagi Generasi Z Elmie, Dosen Pascasarjana Universitas Jayabaya	207
27. Strategi Membangun SDM Unggul Antoni Ludfi Arifin, Dosen Institut STIAMl dan Praktisi SDM	217

3. Situs layanan *freelance* dan *peer-to-peer*: Generasi Z lebih memilih jaringan *peer-to-peer*, *platform online*, dan seluler untuk menemukan pekerjaan *freelance* dan terhubung dengan klien potensial.
4. Media sosial di mana-mana; Generasi Z banyak juga yang menjadi *Youtuber* dan berkarier di bidang media sosial. Ini adalah berkah bagi generasi ini.
5. Akses berlimpah: Gen Z beruntung memiliki situs *web* di mana mereka dapat mengajari diri sendiri keterampilan baru yang memungkinkan mereka menjadi pengusaha yang lebih baik dan mengikuti banyak kursus *online* untuk memperdalam keahlian.
6. Mentor: Gen Z memiliki akses ke berbagai mentor di bidangnya, termasuk mentor wirausaha yang saat ini dengan mudah dapat dihubungi, tidak seperti pada era sebelumnya. Selain enam faktor di atas, generasi Z mendapat keuntungan dari kebijakan pemerintahan Jokowi-Ma'ruf yang pro-bisnis dan pro-UKM, seperti diperkenalkan dalam Undang-Undang *Omnibus Law*.

Meskipun demikian, semua peluang tersebut akan sia-sia dan tidak bisa optimal didayagunakan oleh pengusaha dari kalangan generasi Z tersebut jika limpahan peluang tersebut tidak diikuti dengan perubahan *mindset* dan sikap mental generasi Z sebagai pengusaha. Zaman boleh berubah, tetapi mental dan karakter serta nilai unggul sebagai pengusaha

tetap sama sepanjang masa. Tulisan ini akan fokus menyoroti *mindset* dan sikap mental seperti apa yang perlu dimiliki pengusaha dari kalangan generasi Z, agar limpahan fasilitas di atas menjadi pengungkit kesuksesannya di era pandemi Covid-19 dan era revolusi industri 4.0.

1. *Mindset* Pebisnis Tangguh

Pengalaman kami sebagai pebisnis menunjukkan bahwa yang terpenting bagi seorang pebisnis adalah sikap mental (*intangible asset*) daripada modal aset lainnya. Pebisnis sejati meyakini bahwa dirinya ditakdirkan sebagai pebisnis dan karena itu sekalipun akan banyak menghadapi tantangan jatuh bangun saat berbisnis nantinya, tetap membuatnya tangguh. Penulis banyak bertemu dengan para pengusaha dan sebagian besar menceritakan bahwa mereka pernah gagal dan jatuh bangun menjadi pebisnis, tetapi tetap menjadi pengusaha hingga saat ini karena melihat bahwa menjadi pengusaha atau *passion* dan panggilan jiwanya. Mereka juga memiliki idealisme dan alasan mulia di balik tujuan bisnis yang standar, yaitu memperoleh kemakmuran finansial.

2. Kompetensi

Memiliki sikap dan mental yang baik adalah modal sukses untuk menjadi pebisnis. Meskipun demikian, mental yang baik tersebut juga perlu diikuti oleh kompetensi yang baik pula. Artinya, kita memiliki pengetahuan yang mendalam tentang bis-

nis yang digeluti dan *skill* juga sangat membantu kesuksesan seorang pebisnis. Misalnya, seorang yang kurang menguasai bidang teknologi komunikasi akan kesulitan saat memasuki bisnis berbasis teknologi Internet yang sangat cepat berubah. Demikian juga seorang yang kurang suka membaca dan tidak punya pengetahuan tentang dunia penerbitan akan jauh tertinggal dengan pesaingnya yang andal (*agile*) di bisnis tersebut.

3. Lingkungan dan *Networking* yang Luas

Bagi pebisnis, memiliki lingkungan pergaulan yang luas adalah sangat penting. Melalui bantuan seorang sahabat, sering kali peluang bisnis diperoleh. Melalui bantuan sahabat juga kendala pelaksanaan bisnis seperti kekurangan modal dan sarana-prasarana kerja dapat diatasi. Untuk itu, sebaiknya para pengusaha muda bergabung dengan organisasi bisnis seperti Hipmi agar terbuka peluang yang lebih luas. Lingkungan bisnis juga penting, terutama bagi pebisnis pemula yang umumnya banyak mengalami ujian mental di masa-masa sulit merintis usaha. Melalui dukungan moral dan bantuan pengalaman (*coaching* dan *mentoring*), pebisnis pemula dapat naik kelas karena bantuan pebisnis senior.

Dari paparan di atas terlihat bahwa modal terpenting bagi pebisnis pemula dan generasi Z lebih banyak yang bersifat *intangible asset*, bukan *tangible asset*. Jadi, modal kesuksesan itu bukan hanya soal luas kantornya, berapa modal fi-

nansial, dan jumlah sarana-prasarana seperti mesin. Namun, yang terutama adalah modal berupa sikap mental dan nilai-nilai kewirausahaan pemiliknya, kepemimpinan, dan kreativitas manusia dalam perusahaan tersebut. Studi Dingot Hamonangan Sitanggang (2020) menunjukkan bahwa UKM yang mampu bertahan dan naik kelas selama pandemi Covid-19 adalah UKM yang cepat beradaptasi dengan perubahan sikap konsumen dan menyesuaikan tuntutan zaman. Adaptasi ini misalnya diwujudkan UKM dalam penerapan protokol kesehatan, penerapan teknologi digital, termasuk kemauan UKM untuk melaksanakan pembayaran nontunai dan dibayar di tempat.

Jadi, pebisnis pemula, khususnya dari generasi Z, harus sadar bahwa bisnis Anda dimulai dari diri sendiri. Jika diri Anda menarik bagi konsumen, mereka menjadi tidak peduli lagi apakah Anda memiliki kantor sendiri atau menyewa dan memiliki alat transportasi mewah atau tidak. Konsumen tidak peduli itu. Mereka lebih peduli tentang paradigma Anda tentang pelayanan prima, tanggung jawab dalam memberikan barang berkualitas, serta cara Anda memperlakukan konsumen.

Bisnis adalah alat tukar nilai tambah. Apa pun bisa menjadi nilai tambah. Bahkan, sampah sekalipun di tangan seorang pemuda bermental wirausaha bisa diubah menjadi nilai tambah. Dengan demikian, langkah pertama menjadi pengu-

saha adalah mengenali diri sendiri dengan baik. Temukan nilai tambah dalam dirimu: dari sisi keilmuan, keahlian, karakter, atau kesempatan waktu. Kemudian lihat dan amati apa gerakan problem kehidupan yang muncul di sekitar Anda. Tugas utama Anda adalah mengatasi masalah tersebut. Inilah modal utama seorang pengusaha generasi Z.

4. Memasuki Bisnis yang Menjadi Kekuatan Anda di Era Revolusi Industri 4.0

Saya sering bertanya kepada mahasiswa saya, jika Anda akan membuka bisnis, jenis bisnis apa yang akan Anda masuki? Jawaban pada umumnya adalah kuliner. Kenapa? Mereka menjawab, “Karena bisnis kuliner itu mudah dan banyak peminatnya.” Betulkah bisnis kuliner itu mudah dan banyak peminatnya? Jawabannya tentu bisa diperdebatkan. Mudah memang memasak, tetapi jelas tidak mudah menemukan resep masakan yang sesuai dengan lidah para konsumen. Penyuka kuliner memang banyak, tetapi jumlah pesaingnya juga banyak. Namun, hal yang ingin digarisbawahi di sini adalah bahwa pengusaha pemula sebaiknya tidak mendirikan bisnis karena ikut-ikutan saja. Mereka harus berfokus pada apa yang menjadi kekuatan pribadinya dan peluang yang tersedia di sekitarnya. Pebisnis pemula dari kalangan generasi Z kami sarankan untuk bermain di sektor bisnis yang menjadi kekuatannya, ya-

itu teknologi informasi berbasis Internet, seperti media sosial, bisnis *online*, *marketing online*, dan aplikasi-aplikasi yang menjadi kekuatan generasi ini. Sementara itu, dalam bisnis kuliner sudah sangat banyak pemain dari generasi X yang sangat telaten membuat menu berkualitas. Akan tetapi, kekurangan mereka adalah memberikan pelayanan *online* terhadap konsumen. Ini juga bisa menjadi peluang kolaborasi bagi pebisnis pemula generasi Z. Hal ini adalah memberikan layanan bagi konsumen dari generasi *alpha Z* dan milenial yang menginginkan layanan *online*. Hadirnya generasi ini akan memperkaya kreativitas dan persaingan bisnis di era revolusi Indonesia. Kehadiran mereka di era pekerja pengetahuan dan kreativitas hari ini akan memperkuat daya saing pengusaha Indonesia di level internasional, juga memperkuat daya tahan perekonomian secara nasional.

Jean Baptiste Say (1767-1832), yang merupakan pengikut Adam Smith, mengatakan bahwa *entrepreneur* merupakan penentu kesejahteraan suatu negara. "*Entrepreneurs are they who directs resources from less productive into more productive investment and who thereby creates wealth.*" Pandangan senada disampaikan oleh Ciputra. Pengusaha sukses ini mengatakan bahwa kewirausahaan adalah kunci bagi kesejahteraan individu dan suatu bangsa. "Kita akan hidup dalam damai manakala dapat

membagikan jiwa kesuksesan dan daya cipta kepada sebanyak-banyaknya orang di seluruh dunia. Inilah sesungguhnya tantangan kewirausahaan saya” (Ciputra, 2009). Sering kali disampaikan para pemimpin bangsa bahwa jumlah pengusaha nasional kita dari segi kuantitas masih jauh tertinggal dari negara tetangga. Untuk itu, kehadiran generasi muda di pentas bisnis akan menjadi kekuatan strategis bagi kemajuan ekonomi bangsa. Syaratnya, generasi muda tidak berhenti belajar dan menerapkan sikap *par excellence* dari seorang pebisnis andal.

Referensi

- Purnomo, A., Asitah, N., Rosyidah, E., Septianto, A., Daryanti, M. D., & Firdaus, M. 2019. “Generasi Z sebagai Generasi Wirausaha”. <https://doi.org/10.31227/osf.io/4m7kz>
- Business Insider*. (2019). “Generation Z: Latest Characteristics, Research, and Facts”. Diambil pada 22 Desember 2019, dari <https://www.businessinsider.com/generation-z?IR=T>.
- Ciputra. 2009. *Quantum Leap Entrepreneurship*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Dingot Hamonangan Ismail Sitanggang. 2020. “Analisis Determinan Faktor Penyebab UMKM Naik Kelas di Era Pandemi Covid-19”. *Jurnal Saburai*, 43-50. Penerbit: Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai.
- Ubaid Al Faruq dan Edi Mulyanto. 2017. *Sejarah Teori-teori Ekonomi*. UNPAM PRESS.

Strategi Membangun SDM Unggul

—Antoni Ludfi Arifin

Dosen Institut STIAM, Dosen Institut STIAM
dan Praktisi SDM

Judul artikel di atas merupakan upaya SDM Cendekia untuk menawarkan alternatif pengembangan SDM melalui *framework* SDM Cendekia. Ide *framework* ini sudah pernah kami gaungkan pada komunitas SDM Cendekia lewat artikel ilmiah yang diterbitkan oleh *Jurnal Bina Ilmiah*, salah satu jurnal ilmiah terakreditasi Dikti pada Sinta 4, yang saya tulis bersama *founder* lain, Antaiwan Bowo P.

Kami mengawali dengan enam tawaran oleh SDM Indonesia agar unggul berdaya saing (lihat gambar 1).

Gambar 1. Strategi Pengembangan SDM Cendekia Menuju Organisasi Unggul

Pertama, SDM cendekia harus memiliki kecerdasan literasi: baca, tulis, dan kemampuan berorasi yang baik. Hal ini penting. Kemampuan berbicara memang lebih tua dari kemampuan menulis, tetapi keduanya sejajar agar mampu menyampaikan ide (*tacit knowledge*) kita kepada orang lain lewat orasi dan tulisan.

Kedua, kompetensi diri. Kompetensi adalah pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang harus terus diasah dan diperbaiki oleh SDM cendekia. Di bidang sumber daya manusia, kompetensi teknis mulai dari perencanaan SDM, rekrutmen, seleksi, *training*, *development*, jenjang karier, *talent management*, *performance management*, *compensation* dan *benefit*, hingga hubungan industrial harus dikuasai oleh praktisi SDM. Di samping itu, *soft skills* seperti komunika-

si, kepemimpinan, dan kerja sama tim harus dikuasai dengan baik. Yang tidak kalah pentingnya adalah sikap (*attitude*), yaitu bagaimana nilai-nilai kebaikan, seperti kejujuran, integritas, kerendahhatian, dan kedisiplinan, harus menjadi perilaku baik yang merupakan ciri SDM cendekia.

Ketiga, SDM cendekia harus mampu menciptakan lingkungan kerja yang baik. Lingkungan kerja merupakan “rumah” kedua para karyawan. Lingkungan kerja yang *cozy and homy* adalah dambaan mereka. Oleh karena itu, SDM cendekia harus mampu membangun suasana lingkungan kerja yang nyaman bagi para karyawan.

Keempat, kolaborasi. Eranya saat ini adalah era kolaborasi, bukan lagi era kompetisi. Saatnya para praktisi SDM cendekia saling mengisi, berbagi, dan berkolaborasi dengan keunggulan masing-masing sehingga menjadi potensi optimal bagi bangsa ini.

Kelima, berpandangan ke depan. Sebagai pemimpin yang *visioner*, SDM cendekia mampu memberikan alternatif solusi bagi korporasi dan Indonesia dengan gagasan-gagasan besar dan ide-ide cemerlang.

Keenam, adil, peduli, dan menjadi teladan. Kompetensi ini tidak hanya pengetahuan dan keahlian, tetapi juga mengedepankan sikap baik yang menjadi contoh bagi sesama.

Dengan *framework* SDM Cendekia Menuju SDM Unggul tersebut, diharapkan komunitas SDM Cendekia, praktisi, dan akademikus SDM memiliki peta jalan dalam mengembangkan SDM yang kompetitif menuju organisasi unggul.