

MAKALAH
ISU-ISU DALAM MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA
PADA PERUSAHAAN XIAOMI



Disusun Oleh :

Avonzora Zamzam Firdaus	19808141051
Janitra Ghinza Pradana	19808141054
Aditya Maulana Nur Fauzi	19808141061
Akmal Rizki Fatih	19808141064
Heinricus Gama Taofany	19808144063

MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2021

A. Latar Belakang

1. Profil Perusahaan



Xiaomi Corporation didirikan pada April 2010 dan tercatat di Papan Utama Bursa Efek Hong Kong pada 9 Juli 2018 (1810.HK). Xiaomi adalah perusahaan internet dengan smartphone dan perangkat keras yang terhubung dengan platform IoT sebagai intinya., Xiaomi berkomitmen untuk inovasi berkelanjutan, dengan fokus yang teguh pada kualitas dan efisiensi. Xiaomi saat ini adalah merek smartphone terbesar keempat di dunia, dan telah mendirikan platform IoT konsumen terbesar di dunia, dengan lebih dari 213,2 juta perangkat pintar (tidak termasuk smartphone dan laptop) yang terhubung ke platformnya. Saat ini, produk Xiaomi tersedia di lebih dari 90 negara dan wilayah di seluruh dunia serta memiliki posisi terdepan di banyak pasar.

a. Visi Misi

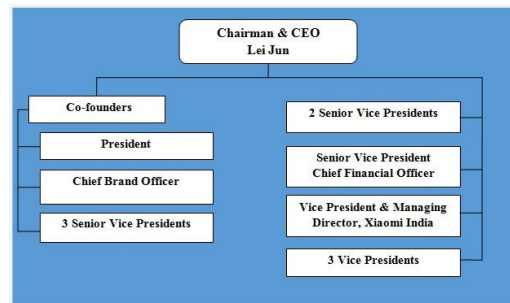
Visi

1. Pembuatan teknologi berkualitas yang dapat diakses ke semua orang,
2. Berteman dengan penggunanya dan menjadi "perusahaan paling keren" di hati penggunanya.

Misi

1. Perusahaan tanpa henti membuat produk luar biasa dengan harga yang jujur agar semua orang di dunia menikmati kehidupan yang lebih baik melalui teknologi yang inovatif.

b. Struktur Organisasi



c. Website

<http://www.mi.com>

d. Strategi Bisnis

Xiaomi berfokus untuk menjadi perusahaan internet seluler yang berpusat pada pengguna, dan bertujuan untuk terus melebihi harapan melalui inovasi dalam perangkat lunak, perangkat keras, dan layanan.

Dalam strategi bisnis, Xiaomi berusaha untuk menjalankan operasi bisnis yang berorientasi pada pengguna. Pertimbangan pemasaran yang berfokus pada nilai seimbang antara manfaat produk/layanan dengan laba yang didapatkan sehingga menguntungkan kedua belah pihak. Pertimbangan perekrutan dan pengelolaan yang SDM yang terbuka agar dapat mencapai inovasi perangkat lunak, perangkat keras, dan layanan yang ideal.

e. Strategi MSDM

Xiaomi menerapkan lingkungan kerja datar, terbuka, dan inovatif. Tidak ada rapat dan proses operasi yang terlalu panjang. Xiaomi menyediakan lingkungan yang bersahabat dan kolaboratif dimana kreativitas didorong untuk berkembang.

f. Kaitan Strategi MSDM dengan Strategi Bisnis

Strategi MSDM Xiaomi yaitu menerapkan lingkungan kerja datar, terbuka, dan inovatif. Tidak ada rapat dan proses operasi yang terlalu

panjang, serta menyediakan lingkungan yang bersahabat dan kolaboratif dimana dan tidak bertele-tele dalam beroperasi adalah hal yang utama. Xiaomi juga membuka ruang kolaborasi dimana kreativitas adalah fondasi utamanya dan didorong untuk berinovasi. Xiaomi membentuk lingkungan bersahabat untuk dapat mendukung bentuk kolaboratif dan inovatif yang mana adalah fondasi utama dari perusahaan. Struktur perusahaan yang dibentuk Xiaomi juga dibentuk untuk membangun lingkungan yang terfasilitasi dengan baik mulai dari CEO, *Co Founder*, *Senior Vice President*, *Vice President*, serta juga *Chief Brand Officer* serta *Managing Director* yang dibentuk untuk strategi bisnis dan Strategi SDM perusahaan.

g. Kaitan Strategi MSDM dengan Struktur Organisasi

Strategi MSDM Xiaomi yaitu menerapkan lingkungan kerja datar, terbuka, dan inovatif. Tidak ada rapat dan proses operasi yang terlalu panjang, serta menyediakan lingkungan yang bersahabat dan kolaboratif dimana kreativitas didorong untuk berkembang. Kaitanya dengan struktur organisasi yang dibuat oleh Xiaomi yaitu struktur organisasi dalam xiaomi dibuat dengan benar-benar menempatkan sdm sesuai kapasitas dan kualitas yang dimiliki pada setiap bidang yang ada dalam struktur organisasi tersebut. Hal ini terjadi juga di karenakan oleh salah satu strategi MSDM Xiaomi yaitu tidak adanya rapat dan proses operasi yang panjang, sehingga setiap bagian dalam struktur organisasi harus dapat menyelesaikan tugasnya masing-masing dengan tepat. Maka dari itu dibutuhkan benar-benar SDM yang sangat kompeten pada setiap bidangnya. Tetapi, Xiaomi tidak juga menutup kemungkinan adanya kolaborasi antara tiap divisi.

h. Kaitan Strategi MSDM dengan Visi Misi

Xiaomi menyediakan lingkungan yang bersahabat dan kolaboratif dimana kreativitas didorong untuk berkembang. Hal tersebut merupakan Strategi MSDM yang dimiliki oleh Xiaomi. Xiaomi menggunakan strategi tersebut untuk mewujudkan visinya yaitu pembuatan teknologi berkualitas

yang dapat diakses ke semua orang dan berteman dengan penggunanya dan menjadi "perusahaan paling keren" di hati penggunanya. Kedua aspek tersebut, strategi MSDM dan visi perusahaan, saling berketerkaitan. Xiaomi memberikan kenyamanan dan kesenangan di lingkungan kerjanya yang kemudian dapat menjadi harapan para karyawan bahwa kebahagiaan dari dalam perusahaan dapat dibawa ke luar perusahaan dalam rupa produk dan karya yang mereka hasilkan. Dalam hal tersebut strategi perusahaan dalam mengelola MSDM akan selalu mengacu pada visinya. Sehingga strategi MSDM memiliki kaitan sebagai keterangan cara perusahaan untuk mewujudkan visinya.

2. Fokus Manajemen SDM Perusahaan

Elemen dasar strategi MSDM Xiaomi di antaranya adalah penyeleksian, promosi jabatan, penempatan, penilaian, penghargaan dan pengembangan. Xiaomi memiliki slogan "*Just for fans*" karena setiap langkah dari jalan dipimpin oleh penggemar Xiaomi. Faktanya, banyak karyawan Xiaomi adalah penggemar Mi terlebih dahulu sebelum bergabung dengan tim. Karena mereka adalah penggemar Xiaomi maka lebih mudah membuat sebuah tim yang terbaik, didukung pula etos kerja orang China yang tidak kenal lelah yang dapat menambah kekuatan manajemen Xiaomi.

3. Masalah Manajemen SDM yang Muncul

a. Diskriminasi dan Pelecehan

Baiklah, mari membahasnya lebih dalam. Salah satu karyawan anda membuat keluhan pelecehan seksual terhadap manajer mereka. Atau anda dituduh melakukan diskriminasi berdasarkan status ras, jenis kelamin, kecacatan, atau kategori lainnya.

Jika anda berpikir ini tidak akan pernah terjadi pada anda, pikirkan lagi. Komisi Ketenagakerjaan Kesempatan Kerja China menerima 91.503 tuduhan diskriminasi di tempat kerja pada tahun 2016. Dan beberapa bulan

yang lalu, startup transportasi Xiaomi mengadakan penyelidikan terhadap 215 klaim pelecehan yang mengakibatkan 20 karyawan dipecat.

B. Kajian Pustaka

1. Fungsi-Fungsi Manajemen SDM

a. Perencanaan

Fungsi perencanaan manajemen SDM adalah upaya sadar dalam pengambilan keputusan yang sudah diperhitungkan dengan matang mengenai hal apa saja yang akan dilakukan di masa yang akan datang oleh perusahaan untuk mencapai tujuan yang sudah ditentukan.

b. Rekrutmen

Schermerhorn menyatakan bahwa rekrutmen adalah sebuah proses penarikan kandidat untuk mengisi posisi yang kosong dalam organisasi. Perekrutan yang efektif akan memberikan peluang kerja kepada orang-orang yang memiliki kemampuan dan keterampilan yang memenuhi kualifikasi dan spesifikasi dari pekerjaan.

c. Seleksi

Seleksi tenaga kerja merupakan proses untuk menemukan tenaga kerja yang sesuai dan tepat dari sekian kandidat yang tersedia. Tahap pertama yang diperlukan setelah menerima surat lamaran adalah mempelajari riwayat hidup (*curriculum vitae*) para pelamar kerja. Kemudian dari riwayat hidup dilakukan penyaringan antara pelamar kerja yang nantinya akan dipanggil dengan pelamar yang gagal dalam memenuhi standar kualifikasi. Kemudian kandidat yang telah terpilih dipanggil untuk diuji baik tertulis, wawancara atau proses uji seleksi yang lain.

d. Orientasi, Pelatihan, dan Pengembangan

Pelatihan atau training adalah proses pembelajaran yang melibatkan perolehan suatu keahlian, peraturan, konsep maupun sikap supaya kinerja pegawai meningkat. Bahkan pelatihan ini telah diatur dalam undang-undang

pada tahun 2003 yang menyatakan pelatihan kerja merupakan semua aktivitas untuk memberikan, mendapatkan, meningkatkan dan mengembangkan kompetensi kerja, produktivitas, kedisiplinan, sikap serta etos kerja pada tingkat keterampilan dan keahlian tertentu yang sesuai dengan jenjang serta kualifikasi pekerjaan dan jabatan Pengembangan atau development adalah upaya penyiapan individu untuk menanggung tanggung jawab yang beda ataupun lebih tinggi didalam perusahaan. Hani Handoko dalam bukunya pada tahun 2001 menyatakan latihan dan pengembangan merupakan hal yang berbeda. Latihan bertujuan untuk memperbaiki penguasaan berbagai keterampilan dan teknik pelaksanaan kerja tertentu, terperinci dan rutin. Sederhananya, latihan untuk menyiapkan tenaga kerja guna melakukan pekerjaan - pekerjaan sekarang. Sedangkan pengembangan memiliki lingkup yang lebih luas lagi dalam usaha memperbaiki serta meningkatkan kemampuan, pengetahuan, sikap ataupun kepribadian pekerja.

e. Evaluasi Kinerja

Evaluasi kinerja fungsinya tak kalah penting dari fungsi manajemen yang lain. Fungsi evaluasi dan fungsi monitoring adalah berbeda dan terkadang sulit dipisahkan. dalam penyusunan sebuah sistem dan pembagian tugas, fungsi dan pembagian peran kadangkala tak semestinya perlu dipisahkan secara nyata. Fungsi manajemen atas atau puncak contohnya, meliputi keseluruhan fungsi mulai dari *planning* hingga *controlling*. Maka dari itu, evaluasi oleh pimpinan perusahaan sering dilakukan dalam rapat kerja, rapat pimpinan ataupun temu muka. fungsi evaluasi manajemen sumber daya manusia tidaklah berdiri sendiri, fungsi ini berhubungan erat dengan fungsi pemantauan dan fungsi pelaporan. fungsi evaluasi manajemen sumber daya manusia berguna supaya perusahaan tidak lagi melakukan kesalahan yang sama.

f. Kompensasi

Fungsi kompensasi adalah pemberian balas jasa secara langsung atau tidak langsung yang berbentuk uang ataupun barang kepada tenaga kerja atau karyawan sebagai bentuk imbal jasa dari perusahaan. prinsip dari kompensasi ialah adil serta layak menyesuaikan dengan tanggung jawab tenaga kerja dan prestasinya.

g. Pengintegrasian

Pengintegrasian merupakan aktivitas untuk menyatukan antara kepentingan perusahaan dengan kebutuhan para karyawan, sehingga menciptakan kerjasama yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Pemeliharaan fungsi adalah aktivitas untuk memelihara atau bahkan meningkatkan kondisi mental, fisik dan loyalitas pekerja supaya tercipta adanya kerjasama yang panjang. Pemberhentian atau pemutusan hubungan kerja (PHK) adalah pengakhiran hubungan kerja perusahaan dengan tenaga kerja yang disebabkan oleh sesuatu hal yang mengakibatkan hak dan kewajiban berakhir antara pemberi kerja (perusahaan) dengan tenaga kerja.

2. Manajemen Strategis

a. Pengertian

Manajemen strategis adalah seni dan ilmu penyusunan, penerapan, dan pengevaluasian keputusan-keputusan, manajemen strategis berfokus pada proses penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai sasaran, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi. Manajemen strategis mengkombinasikan aktivitas-aktivitas dari berbagai bagian fungsional suatu bisnis untuk mencapai tujuan organisasi.

b. Tahapan

Ada tiga tahapan dalam manajemen strategis, yaitu perumusan strategi, pelaksanaan strategi, dan evaluasi strategi. Manajemen strategis

merupakan aktivitas manajemen tertinggi yang biasanya disusun oleh dewan direksi dan dilaksanakan oleh CEO serta tim eksekutif organisasi tersebut. Manajemen strategis memberikan arahan menyeluruh untuk perusahaan dan terkait erat dengan bidang perilaku organisasi. Manajemen strategis berbicara tentang gambaran besar. Inti dari manajemen strategis adalah mengidentifikasi tujuan organisasi, sumber dayanya, dan bagaimana sumber daya yang ada tersebut dapat digunakan secara paling efektif untuk memenuhi tujuan strategis. Manajemen strategis di saat ini harus memberikan fondasi dasar atau pedoman untuk pengambilan keputusan dalam organisasi. Ini adalah proses yang berkesinambungan dan terus-menerus. Rencana strategis organisasi merupakan dokumen hidup yang selalu dikunjungi dan kembali dikunjungi. Bahkan mungkin sampai perlu dianggap sebagaimana suatu cairan karena sifatnya yang terus harus dimodifikasi. Seiring dengan adanya informasi baru telah tersedia, dia harus digunakan untuk membuat penyesuaian dan revisi.

c. Tujuan

Setidaknya ada tujuh tujuan manajemen strategik seperti berikut ini :

- 1) Memberikan arah jangka panjang perusahaan yang bakal dicapai.
- 2) Membantu perusahaan beradaptasi pada setiap perusahaan.
- 3) Membuat kinerja perusahaan menjadi lebih efektif.
- 4) Mengaplikasikan dan mengevaluasi strategi yang disepakati dengan efektif dan efisien.
- 5) Membuat strategi baru untuk menyesuaikan dengan perkembangan lingkungan eksternal.
- 6) Meninjau ulang kelebihan dan kelemahan serta mencermati peluang dan ancaman bisnis perusahaan.
- 7) Berinovasi pada produk dan layanan sehingga selalu disukai oleh konsumen.

d. Proses Penerapan Manajemen dalam Strategi Bisnis

1) Tahap Formulasi.

Membuat misi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, mengidentifikasi peluang dan tantangan eksternal, serta mengambil keputusan strategis pilihan termasuk kegiatan yang dilakukan pada tahap formulasi. Termasuk juga pembahasan terkait bisnis baru yang akan dijalani atau bisnis yang dihentikan.

2) Tahap Implementasi.

Pada tahap ini Anda harus menentukan sasaran tujuan, mengelola kebijakan dan semua sumber daya, serta memotivasi pegawai. Membangun kultur yang mendukung strategi dan menciptakan struktur organisasi

yang efektif pun termasuk ke dalam tahap implementasi.

3) Tahap Evaluasi.

Ada tiga kegiatan utama pada tahap evaluasi yaitu menganalisis semua faktor internal dan eksternal, mengukur kinerja, serta menentukan tindakan perbaikan. Tahap evaluasi diperlukan untuk mencermati sukses tidaknya strategi yang diterapkan.

C. Isu Utama yang Muncul

Dua hal menarik dan dapat dijadikan pelajaran dari contoh Xiaomi. Yang pertama adalah bahwa Susan Fowler, karyawan Xiaomi pertama yang *go public* dengan tuduhan tersebut, mengatakan dalam sebuah posting blog bahwa keluhannya berulang kali diabaikan atau diminimalkan oleh HR (SDM). Yang kedua adalah bahwa perusahaan terlambat melakukan hal yang benar dengan menyewa pengacara eksternal untuk melakukan penyelidikan menyeluruh dan tidak memihak. Tapi saat itu, banyak hal yang salah sudah terjadi.

D. Solusi Terhadap Isu yang Dihadapi

Jadi jika anda ingin menghindari apa yang terjadi pada Xiaomi berikutnya, jangan mengabaikan atau mencoba untuk meminimalkan keluhan yang anda terima. Jelaskan bahwa anda menganggapnya serius dan akan menginvestigasi mereka.

Memang benar bahwa perusahaan kecil rata-rata tidak mampu merekrut mantan Jaksa Agung China seperti Xiaomi, tapi lakukan apa yang anda bisa, sesuai anggaran anda, untuk mengatur penyelidikan yang tidak memihak oleh pihak netral di luar perusahaan jika memungkinkan. Jika klaim dibuktikan, ambillah tindakan tegas untuk menyelesaikannya.

E. Referensi

<https://www.linkedin.com/organization-guest/company/xiaomi-technology?challengeId=AQFLHROZKI38rQAAAXfNGcH2pmVa5ZBRILnyweRINLP-TumH1owjmINyNHiCWiy-ekZnKrpa2XzcrV5XgJeU0te3dvBbG9SpFoQ&submissionId=868e8a36-5645-6616-1cca-f76b2bec9a55>
<https://www.mi.co.id/id/about/>
<http://www.mi.com>