

FORMULATE THE HRM STRATEGIES

(Memformulasikan Strategi MSDM)



Disusun Oleh :

- | | |
|---------------------------|---------------|
| 1. Anisa Nurchasanah | (19808141010) |
| 2. Lia Febriyanti | (19808141028) |
| 3. Anindia Ariska Mentari | (19808141034) |
| 4. Ari kartika Dwijayanti | (19808141122) |
| 5. Charis Umam Riyanto | (19808141135) |

MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

2021

A. Latar Belakang Strategi Sumber Daya Manusia pada Perusahaan Samsung

Tahun 2013, Samsung memiliki sekitar 427.000 orang karyawan di seluruh dunia. Samsung memperkenalkan sistem manajemen yang disebut "Manajemen Carilah". Maksudnya adalah Samsung harus mencari orang-orang genius untuk bekerja bersama Samsung. Hal ini berangkat dari kesadaran bahwa penurunan kinerja perusahaan Jepang sebagian diakibatkan ketidakmampuan memburu orang-orang yang memiliki talenta. Kategori orang genius yang dicari Samsung adalah, pertama, tidak memandang kewarnegaraan orang tersebut. Kedua, mereka memiliki kemampuan intelektual kuat secara global. Ketiga, mengutamakan mahasiswa Teknik atau eksakta.

Samsung Electronics membuat pusat penelitian pengembangan kemampuan orang genius. Kriteria orang genius adalah, *pertama*, mampu menciptakan produk yang belum ada di perusahaan dan melalui produk tersebut mampu permintaan dan dapat memimpin pasar dalam jangka waktu menengah. *Kedua*, memiliki kemampuan inovasi, yaitu mendorong terciptanya ide-ide kreatif di luar stereotip. *Ketiga*, bersifat profesional serta mampu berorganisasi. *Keempat*, memiliki rasa kemanusiaan.

Samsung membuat beberapa level tingkatan orang genius., yaitu level S, H dan A. Orang genius *level S (Super)*, memiliki kemampuan super yang tersembunyi dan mampu menyelesaikan pekerjaan dengan hasil mengagumkan dan merupakan calon orang yang akan memimpin Samsung di masa depan. *Level H (High Potensial)*, yaitu yang tidak cukup dinilai berdasarkan hasil kerja, tapi memiliki bakat tersembunyi yang memperlihatkan kemungkinan (probabilitas) super. Level A tdaik sebgus level S, tapi harus memperlihatkan kemungkinan level kemampuan super tersembunyi.

Samsung memiliki lebih dari seribu orang dewan peneliti berlevel S yang bergaji tahunan tiga kali lipat dibanding para eksekutif. Diantara mereka ada yang menjalankan Yayasan Samsung Fellow, yang merupakan kantor kehormatan terbaik bagi orang-orang genius yang memiliki standar teknis terbaik di dunia. Mereka membuat program untuk meningkatkan jumlah orang genius yang bergelar master atau doktor sebanyak seribu orang per tahun. Selain itu, mereka juga mengirim orang - orang genius yang memiliki ilmu pengetahuan dasar dari China, India ,Rusia ,dan lain-lain

untuk melanjutkan kuliah di universitas di Korea serta merancang tempat penelitian berbasis di Amerika, Uni Eropa, Jepang, China.

Pada saat Samsung mulai berkembang, mereka meminjam teknologi dan cara mengelola perusahaan dari perusahaan lain, seperti melakukan *benchmarking* dengan sistem pengelolaan SDM perusahaan *Sony* dan *General Electric*. Namun sejak Samsung menjadi perusahaan nomor satu dunia, Presiden Direktur Lee Kun Hee menyadari tidak ada lagi perusahaan yang akan mau meminjamkan atau mengajarkan teknologinya kepada Samsung. Oleh sebab itu, Presiden Lee mengatakan mereka harus percaya diri untuk mengembangkan teknologi dan sistem manajemen yang dibuat sendiri. Mereka harus menjalankan manajemen kreatif. Kunci untuk mendukung manajemen kreatif adalah manajemen SDM.

Salah satu sistem pendidikan yang dijalankan Samsung adalah sistem “Spesialis Lokal”. Sistem ini merupakan kursus untuk perkembangan SDM global dengan cara mengirim pegawai ke luar negeri, yang bekerja selama lebih dari 3 tahun melalui penelitian tentang bahasa dan lingkungan social serta budaya setempat. Pegawai tersebut bekerja dan berjalan-jalan semauanya di daerah tempatnya bekerja dan mengabadikan pengalamannya ke dalam notebook dan kamera yang sudah disediakan kantor. Catatan pengalamannya nantinya akan keluar di intranet sehingga bisa dibaca oleh yang lain.

Untuk pegawai baru, Samsung juga membuat pendidikan melalui camp training selama empat minggu. Materi pembelajaran bermacam-macam, antara lain pendidikan SVP (Samsung Shared Value Program), SLP (program pengembangan manajer tingkat tinggi) dan SGP (program pengembangan SDM global).

Samsung mencari SDM yang berkualitas tipe T, yaitu pekerja yang menguasai pekerjaan di bidangnya dan memiliki kemampuan dan pengetahuan yang luas. Kualitas tipe T memiliki tiga arti, *pertama*, berpikir solid, memiliki pengertian dalam menguasai seluruh pekerjaan. Tugas apapun yang diberikan kepada SDM tipe T, hasilnya berkualitas lebih bagus. *Kedua*, bila diperlukan ide kreatif dalam bisnis baru serta berkombinasi dengan teknologi yang berbeda, maka SDM berkualitas tipe T akan lebih dibutuhkan. *Ketiga*, SDM berkualitas tipe T memiliki sistem manajemen untuk menghadapi lingkungan global. Istilah lain untuk SDM tipe T adalah SDM yang

menguasai bidang spesialis, tapi juga mengetahui berbagai bidang yang luas (*spesialis-generalis*).

SDM berkualitas tipe “T” adalah SDM yang memiliki 4C, yaitu *Compassion, Conception, Controversy dan Commitment*. Memiliki *Compassion* maksudnya bahwa orang tersebut memiliki kemampuan untuk mengerti keinginan dan memikirkan kenyamanan konsumen. *Conception*, adalah kemampuan untuk mengkombinasikan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki secara kreatif serta selalu berupaya menyelesaikan setiap masalah dengan cara apapun. *Controversy* adalah dimana personil tersebut menikmati munculnya kontroversi kreatif dengan saling berbagi ide sehingga muncul ide baru yang berguna bagi keberlangsungan bisnis. *Commitment*, adalah, setelah menyampaikan idenya, SDM tersebut berusaha dengan sekuat tenaga untuk mewujudkannya. Dia akan berusaha sendiri bila tidak ada yang mendukungnya dan terus berkarya.

B. Masalah yang ada di perusahaan Samsung

Masalah yang ada di perusahaan Samsung ialah tentang bagaimana mencari kader penerus sebagai pemimpin dimasa depan dengan kandidat yang berjumlah 1000 orang berkemampuan Special atau dapat di bilang suprior, dengan tingkat kecerdasan mereka yang sangat sangat super tentu saja mereka punya cara pandang yg berbeda dan tak pula mereka mempunyai beda tanggapan. Oleh sebab itu selain bagaimana mencari kader penerus Samsung ,bagaimana pula menyatukan pemikiran SDM dalam perusahaan Samsung tersebut dengan begitu banyaknya orang jenius. Perbedaan pendapat antara manusia super satu dengan yang lainnya tentu akan terjadi melihat orang yg berjumlah banyak dengan kemampuan super dan beda pendapatnya.

C. Masalah yang ada di perusahaan Samsung

Masalah yang ada di perusahaan Samsung ialah tentang bagaimana mencari kader penerus sebagai pemimpin dimasa depan dengan kandidat yang berjumlah 1000 orang berkemampuan Spesial atau dapat di bilang suprior, dengan tingkat kecerdasan mereka yang sangat sangat super tentu saja mereka punya cara pandang yg berbeda dan tak pula mereka mempunyai beda tanggapan. Oleh sebab itu selain bagaimana mencari kader penerus Samsung ,bagaimana pula menyatukan pemikiran SDM dalam perusahaan Samsung tersebut dengan begitu banyaknya orang jenius. Perbedaan

pendapat antara manusia super satu dengan yang lainnya tentu akan terjadi melihat orang yg berjumlah banyak dengan kemampuan super dan beda pendapatnya.

D. Batasan Masalah

1. Apa dampak yang akan terjadi jika terlalu banyak kandidat pemimpin yang berkemampuan spesial
2. Apa dampak yang akan terjadi apa bila tidak ada kandidat yang sesuai sebagai kader penerus samsung
3. Bagaimana jika pemikiran SDM dalam perusahaan samsung tidak sesuai dengan pemikiran para kandidat yang terpilih

E. Pemetaan Tujuan

Visi dan Misi Perusahaan Samsung (Tahun 2020)

- Visi :

“Menginspirasi Dunia, Menciptakan Masa Depan”.

Visi 2020 merupakan inti komitmen kami untuk menciptakan dunia yang lebih baik yang penuh dengan pengalaman digital yang lebih kaya, melalui teknologi dan produk inovatif.

Tujuan visi ini adalah untuk menjadi merek yang dicintai, perusahaan yang inovatif, dan perusahaan yang dikagumi. Oleh karena itu, kami mendedikasikan usaha kami untuk kreativitas dan inovasi, berbagi nilai dengan mitra kami, dan karyawan kami yang hebat. Kami telah memberi produk dan layanan terbaik dunia melalui semangat akan inovasi dan operasi yang optimal.

Kami berharap dapat menjelajahi area bisnis baru seperti alat kesehatan dan otomotif, dan melanjutkan perjalanan dalam sejarah inovasi. Samsung Electronics akan menyambut tantangan dan kesempatan baru dengan sukacita.

- Misi :

Menginspirasi dunia dengan teknologi inovatif, produk dan desain yang memperkaya kehidupan masyarakat dan berkontribusi pada kemakmuran sosial dengan menciptakan masa depan baru.

- a. Merek yang dicintai

- b. Perusahaan yang inovatif
- c. Perusahaan yang dikagumi

F. Menyusun Prioritas

Prioritas Utama Perusahaan Samsung

1. Penciptaan Nilai Ekonomi

Upaya Samsung untuk membawa teknologi dan produk yang inovatif dalam perjalanannya untuk membuahkan keuntungan dan menjaga pemimpin pertumbuhan baru. Mereka berusaha keras untuk menanamkan inovasi ke dalam serat budaya perusahaannya serta menciptakan sinergi melalui penggunaan sumber daya eksternal untuk meraih inovasi terbuka. Dalam pelaksanaannya, perusahaan samsung mengambil langkah lebih dekat untuk membangun ekosistem guna mengembangkan produk-produk inovatif yang sesuai kebutuhan pasar yang cepat berganti.

2. Penciptaan Nilai Sosial

- a. Mengentaskan segala bentuk kemiskinan dimana saja
- b. Menghentikan kelaparan, meningkatkan keamanan pangan, dan mendorong pertanian yang berkesinambungan
- c. Menjamin hidup sehat dan meningkatkan kesejahteraan bagi segala usia
- d. Menjamin kualitas pendidikan dan meningkatkan kesempatan belajar jangka untuk semua orang
- e. Mencapai kesetaraan gender dan pemberdayaan kaum perempuan
- f. Menghentikan kelaparan, meningkatkan keamanan pangan, dan mendorong pertanian yang berkesinambunga
- g. Menghentikan kelaparan, meningkatkan keamanan pangan, dan mendorong pertanian yang berkesinambungan

G. Analisis SWOT

Matriks kekuatan kelemahan peluang ancaman (SWOT)

Mengidentifikasi kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threat).

1) Strength

- Samsung memiliki brand image yang melekat dikalangan masyarakat
- Samsung telah memprakarsai Era Digital
- Teknologi yang diciptakan mengikuti perkembangan jaman
- Samsung senantiasa melakukan inovasi-inovasi pada perkembangan produknya
- Samsung menawarkan produk-produk yang berkualitas
- Desain produk-produk Samsung sangat baik dan di unggulkan
- Adanya diversifikasi produk
- Harga produk-produk Samsung bervariasi dan rata-rata terjangkau
- Samsung merupakan supplier high end mobile headset
- Samsung merupakan pemegang pangsa pasar global terbesar untuk tiga belas item diantara produk Samsung, termasuk semikonduktor, TFT-LCD, monitor dan ponsel CDMA
- Samsung telah membuat kemajuan bersejarah di bidang R&D lini semikonduktor, termasuk flash memori dan non memori, semikonduktor pesanan, DRAM dan SRAM, dan juga memproduksi LCD terbaik di kelasnya, telepon seluler, peralatan digital dll
- Samsung mengadakan partnership dengan Amerika dan perusahaan ternama.

2) Weakness

- Samsung harus terus menerus memaintain semua biaya untuk tetap sukses
- Investasi tinggi pada kativitas R&D (menginvestasikan paling sedikit 9% dari pendapatan penjualan pada aktivitas R&D)
- Budaya korporasi yang tidak fleksibel
- Pengalaman dalam mengelola perusahaan global masih terbatas
- Adanya tekanan yang ketat pada karyawan untuk mencapai sasaran
- Samsung tidak memiliki strategi marketing, masalah penyebaran produk akan meningkat
- Samsung belum memiliki banyak pengalaman pada televisi berteknologi tinggi pada segmen tersebut.
- Samsung belum memiliki jaringan penjualan dan pelayanan yang sebanding dengan pesaingnya

3) Opportunity

- Produk-produk yang ditawarkan Samsung merupakan produk keperluan rumah tangga yang dicari
- Era digital yang terus berkembang di jaman yang semakin modern
- Adanya peningkatan permintaan masyarakat akan barang-barang elektronik yang sudah merupakan suatu kebutuhan
- Tingkat gengsi pada masyarakat yang selalu ingin memiliki produk elektronik terbaru dan tercanggih
- Pengaruh globalisasi yang mendorong pemasaran barang elektronik yang tiada batas
- Permintaan masyarakat pada produk-produk yang gaya, best practice, simple dan respon yang cepat pada perubahan pasar
- Samsung memiliki program yang memperkuat pikiran dan mendorong kreativitas generasi muda

4) Threat

- Adanya ketergantungan produk-produk lokal pada negara tertentu sehingga pasar sulit ditembus
- Kekuatan merk lain yang lebih dahulu menguasai pasar
- Munculnya produk-produk baru dari perusahaan lain yang lebih inovatif
- Adanya produk-produk dari perusahaan lain yang menawarkan harga yang lebih mudah dengan kualitas yang tidak kalah bagus
- Ketidakstabilan perekonomian tiap-tiap negara
- Era globalisasi yang mendorong perusahaan Eropa masuk dan melakukan penetrasi pasar Asia
- Konsumen memiliki banyak pilihan terhadap merk lain
- Lingkungan bisnis yang sangat tidak pasti dan pasar yang semakin kompetitif
- Terjadinya krisis financial yang menyebabkan turunya daya beli masyarakat
- Kompetisi intens pada produk televisi berwarna
- Budaya Korea yang lebih menekankan hirarki yang dapat menghambat ide-ide kreatif atau pendapat yang berbeda

H. Menetapkan Strategi

Penetapan Strategi yang ada di Samsung, Setidaknya ada 4 poin yang terus dilakukan oleh Samsung.

- **Pertama**, Samsung mempertahankan basis riset yang didasarkan pada kebutuhan konsumen. Samsung akan mencari hal apa saja yang dibutuhkan konsumen, kemudian mengembangkan produk tersebut
- **Kedua**, Samsung menjaga dan mengembangkan ekosistem bisnis lain yang terkait, seperti penyedia layanan operator dan juga pengembang konten dan aplikasi.
- **Ketiga**, Samsung terus menjalin kerja sama dengan retail partner untuk mendistribusikan produk ke penjuru Indonesia, termasuk bekerja sama dengan PT Erafone Artha Retailindo yang telah mengoperasikan 29 outlet Samsung Experiential Store.
- **Keempat**, Samsung tidak pernah menutup mata terhadap perkembangan teknologi, meskipun saat ini Android tengah merajai OS smartphone.

DAFTAR PUSTAKA

<https://www.samsung.com/id/>

https://job-like.com/company_review/4928/23509/

<https://www.google.co.id/amp/m.bisnis.com/amp/read/20131003/105/166841/ini-4-strategi-samsung-pertahankanposisi-no1>