

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Trisurya Daya Elektrikal merupakan perusahaan kontraktor untuk mengerjakan proyek-proyek dibidang mekanikal dan elektrikal yang berdiri sejak 11 April tahun 2012.

Saat ini perusahaan berlokasi di Jalan Setra Kencana, No.28, RT 1 / RW 14, Bumi Serpong Damai, Kota Tangerang Selatan, Banten. PT. Trisurya Daya Elektrikal merupakan perusahaan kontraktor yang memiliki spesialisasi pada pengerjaan proyek bidang mekanikal dan elektrikal, seperti proyek – proyek Gardu Induk dan transmisi milik PT. Perusahaan Listrik Negara. PT. Trisurya Daya Elektrikal juga termasuk salah satu rekanan PT. Perusahaan Listrik Negara. Salah satu proyek yang sedang dikerjakan saat ini adalah proyek Bolangi gardu induk 150 KV *extension* dan transmisi PT. Perusahaan Listrik Negara di Makassar.

2.1.2 Kegiatan Usaha PT Trisurya Daya Elektrikal

PT. Trisurya Daya Elektrikal memiliki 2 kegiatan utama dalam mengerjakan proyeknya yang berfokus pada bidang mekanikal dan elektrikal.

a. Proyek Gardu Induk

Mengerjakan konstruksi gardu induk yang sudah meliputi mengurus tenaga kerja dan juga perlengkapan dan peralatan yang dibutuhkan.

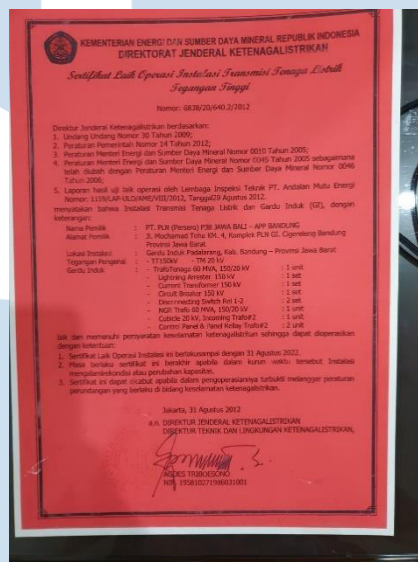
Salah satu proyek gardu induk yang sedang dikerjakan oleh PT. Trisurya Daya Elektrikal adalah Proyek Bolangi, konstruksi gardu induk 150 KV *extension* PT. Perusahaan Listrik Negara di Makassar.

b. Proyek Transmisi

Salah satu proyek transmisi yang sedang dikerjakan oleh PT. Trisurya Daya Elektrikal adalah proyek Bolangi, mengerjakan konstruksi transmisi PT. Perusahaan Listrik Negara di Makassar

2.1.3 Penghargaan PT Trisurya Daya Elektrikal

Salah satu penghargaan yang didapatkan oleh PT Trisurya Daya Elektrikal adalah penghargaan dari Direktur Jendral Ketenagalistrikan dan direktur teknik dan lingkungan ketenagalistrikan berupa Sertifikat Laik Operasi (SLO) yang merupakan sertifikat yang diberikan sebelum mengoperasikan Gardu Induk sebagai tanda bahwa PT. Trisurya Daya Elektrikal sudah memenuhi syarat keselamatan ketenagalistrikan sebelum mengoperasikan Gardu Induk PLN tersebut.



Gambar 2. 1 Sertifikat SLO PT Trisurya Daya Elektrikal

Sumber: Foto diambil melalui handphone penulis secara langsung

2.1.4 Visi Perusahaan

Adapun visi dari PT. Trisurya Daya Elektrikal adalah turut serta dalam pembangunan kesejahteraan masyarakat dengan berperan mengerjakan proyek-proyek mekanikal dan elektrikal PT. Perusahaan Listrik Negara sehingga seluruh masyarakat Indonesia dapat merasakan listrik layaknya di perkotaan.

2.1.5 Misi Perusahaan

1. Membantu mewujudkan kepuasan kebutuhan klien terhadap jasa konstruksi di bidang mekanikal dan elektrikal yang berkualitas dengan harga yang kompetitif dan pelayanan yang maksimal
2. Melakukan rekrutmen sumber daya manusia yang tepat dan memberikan pelatihan dan pengembangan terhadap karyawan dengan baik untuk menghasilkan tenaga kerja yang kompeten, berdedikasi, dan bersemangat.
3. Meningkatkan kesejahteraan para pekerja PT. Trisurya Daya Elektrikal dengan memenuhi hak mereka
4. Memaksimalkan tingkat pengembalian yang optimal dan berkesinambungan bagi penyedia modal, dan pemberi pekerjaan dengan mengerjakan proyek dengan integritas tinggi sebagai *executor* proyek tersebut

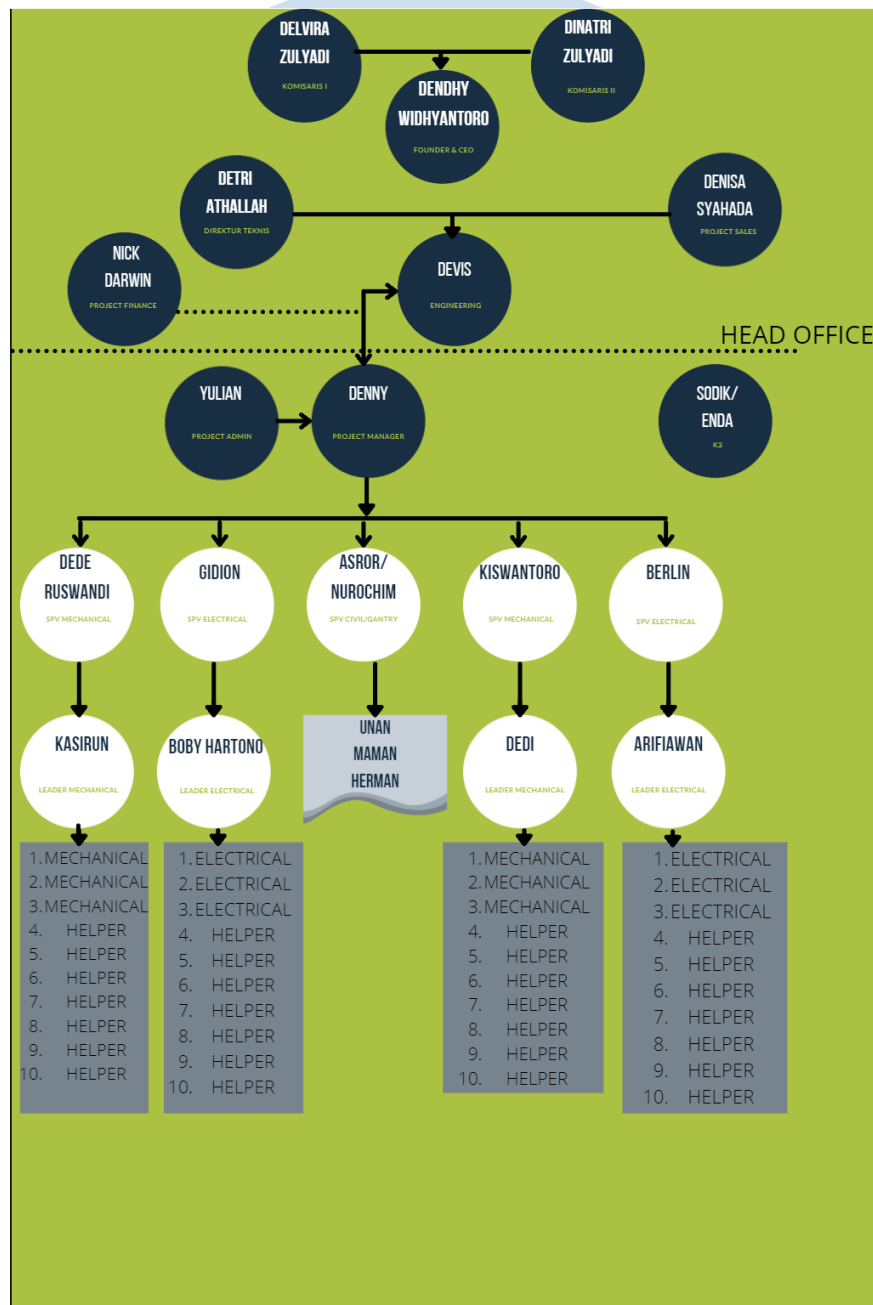
2.1.6 Nilai Perusahaan

PT Trisurya Daya Elektrikal saat ini sedang berusaha untuk menjadi perusahaan kontraktor mekanikal dan elektrikal yang terdepan, berintegritas tinggi, mengembangkan sumber daya manusia, dan memiliki kinerja yang baik untuk kepuasan pelanggan. Oleh karena itu PT. Trisurya Daya Elektrikal memiliki 3 nilai-nilai yang wajib dianut oleh seluruh anggota perusahaan, sebagai berikut:

1. **Jujur**, PT Trisurya Daya Elektrikal menghimbau seluruh anggota perusahaannya mulai dari *top management* hingga bottom agar senantiasa berlaku jujur dalam segala aktivitas bisnis yang dilakukan. Sehingga dapat dikesan berintegritas tinggi oleh pelanggan (PLN dan Swasta) dan *vendor* (General Electric, Siemens, dan lainnya)
2. **Komitmen**, PT Trisurya Daya Elektirkal menghimbau agar seluruh anggota perusahaannya agar berkomitmen untuk bekerja sehingga dapat menghasilkan kinerja yang maksimal
3. **Peduli**, PT. Trisurya Daya Elektrikal menghimbau agar ada rasa saling peduli antara anggota perusahaan, antara anggota perusahaan dengan pelanggan, dan antara anggota perusahaan dengan *vendor*



2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: <https://trisuryadaya.com/>

2.3 Tinjauan Pustaka

2.3.1 Manajemen

Manajemen adalah seperangkat kegiatan (termasuk perencanaan dan pengambilan keputusan, pengorganisasian, memimpin, dan pengendalian) yang diarahkan pada sumber daya organisasi (keuangan manusia, fisik, dan informasi). dengan tujuan untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif (Griffin, 2012). Dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah kegiatan yang aktivitas utamanya meliputi perencanaan, pengorganisasian, memimpin, dan pengendalian terhadap berbagai sumber daya perusahaan. Baik yang berwujud, tidak berwujud, dan sumber daya manusia. Dimana aktivitas – aktivitas tersebut dilakukan oleh manajer agar seluruh sumber daya tersebut dapat bekerja dan dimanfaatkan semaksimal mungkin secara efektif dan efisien agar dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

Efisien yang dimaksud dalam manajemen adalah menggunakan sumber daya dengan bijaksana dan hemat dalam melakukan aktivitas manajemen terhadap berbagai sumber daya perusahaan. Dan efektif yang dimaksud dalam manajemen adalah membuat keputusan yang tepat dan dapat diimplementasikan dengan sukses di perusahaan (Griffin, 2012).

2.3.2 Innovation

Inovasi merupakan suatu proses untuk mewujudkan, mengkombinasikan, atau mematangkan suatu pengetahuan / gagasan ide, yang kemudian disesuaikan guna mendapat nilai baru suatu produk, proses, atau jasa (Luecke, 2003). Inovasi yang terjadi pada sebuah organisasi dapat terjadi dalam berbagai bentuk yang dapat meningkatkan produktivitas kegiatan operasional perusahaan, misalnya seperti dalam bentuk produk baru, suatu kegiatan baru dalam proses produksi yang memberikan nilai tambah, struktur organisasi baru yang memberikan nilai tambah, dan kegiatan-kegiatan lainnya yang memberikan suatu nilai tambah bagi perusahaan. Inovasi tidak dapat terjadi pada perusahaan yang memiliki keterlibatan karyawan yang minim. Hal

tersebut karena terjadinya inovasi dipicu oleh keterlibatan karyawan dalam bentuk perilaku kewirausahaan di perusahaan, sehingga keterlibatan karyawan penting untuk dikembangkan pada suatu organisasi agar terciptanya inovasi yang pada akhirnya menuju kepada terciptanya keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Ireland et al., 2006)

Terdapat kerangka kerja sepuluh jenis inovasi yang menyediakan cara untuk mengidentifikasi peluang baru di luar produk dan mengembangkan inovasi yang layak (Keeley et al., 2013). Diantaranya sebagai berikut:



Gambar 2.3 10 Type of Innovation

Sumber: (Keeley et al., 2013)

Berdasarkan gambar 2.3, ada 10 jenis inovasi pada suatu perusahaan. Berikut dibawah ini adalah penjelasan mengenai 10 jenis inovasi tersebut:

1. *Profit model*

Bagaimana suatu organisasi mendapatkan penghasilan. Perusahaan dapat berinovasi di bidang ini dengan memikirkan darimana pendapatannya yang sekarang, lalu memikirkan apa yang bisa mereka inovasikan agar mendapatkan pendapatan dari hal lainnya.

2. *Network and Alliances*

Inovasi pada *Network and Alliances* ini adalah bagaimana cara suatu organisasi memperkuat keunggulan kompetitif dengan menjalin kerjasama dan membangun suatu *partnership* yang strategis melalui pembagian risiko dan pendapatan. Hal ini dapat dilakukan perusahaan dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pada *supply chain* perusahaan tersebut. Lalu berinovasi apabila ada peluang untuk

mengembangkan kekuatannya atau bisa dengan melakukan *outsourcing* area yang lemah ke *supplier* lain.

3. *Structure*

Inovasi struktur berfokus untuk mengelola asset-aset berwujud, tidak berwujud, sumber daya manusia, dan lain sebagainya dengan cara yang unik untuk dapat membantu mereka menjadi lebih efektif dan efisien dalam lingkungan bisnis mereka sehingga menciptakan suatu nilai tambah.

4. *Process*

Inovasi pada proses melibatkan aktivitas dan operasi yang menghasilkan penawaran utama perusahaan. Inovasi proses sering kali membentuk kompetensi inti suatu perusahaan, dan dapat mencakup pendekatan yang dipatenkan atau kepemilikan yang menghasilkan keuntungan selama bertahun-tahun atau bahkan puluhan tahun.

5. *Product Performance*

Inovasi pada kinerja produk perusahaan membahas nilai, fitur, dan kualitas penawaran perusahaan. Jenis inovasi ini melibatkan produk yang sama sekali baru serta pembaruan dan perluasan lini yang menambah nilai substansial. Suatu perusahaan dapat melakukan evaluasi apakah nilai, fitur, dan kualitas yang ditawarkan oleh mereka sudah yang terbaik atau belum. Apakah mereka dapat membuat produk mereka menjadi lebih menarik, efektif dan lebih mudah digunakan sehingga dapat bersaing dengan pesaing.

6. *Product System*

Inovasi pada sistem produk ini adalah bagaimana produk dan layanan para pelanggan disatukan untuk menciptakan sistem yang kuat dan skalabel. Inovasi Sistem produk akan memberikan manfaat seperti meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga meningkatkan

kemampuan bersaing dengan competitor. Misalnya toko pakaian menawarkan jasa *tailored option*.

7. *Service*

Inovasi pada layanan perusahaan dapat dilakukan dengan meningkatkan utilitas, kinerja, dan nilai nyata dari suatu penawaran. Perusahaan dapat berinovasi pada layanan dengan membuat produk yang lebih *user-friendly*, dan mereka memperbaiki masalah dan menghaluskan tambalan kasar dalam perjalanan pelanggan. Apabila inovasi pada layanan ini dilakukan dengan baik, dapat meningkatkan suatu nilai dari produk dan dapat menciptakan pengalaman pembelian yang berharga bagi pelanggan sehingga akan terjadi *repeat order*.

8. *Channel*

Channel adalah cara pelanggan mengetahui dan dapat mengakses produk kita. Inovasi pada channel perusahaan dapat mempermudah pelanggan untuk bisa mengakses produk kita sehingga dapat meningkatkan penjualan. Seiring perkembangan zaman berbagai perusahaan mulai memanfaatkan teknologi digital untuk channel mereka, hal tersebut merupakan salah satu inovasi terkait *channel*.

9. *Brand*

Inovasi pada merek perusahaan dapat membuat pelanggan mengenali, mengingat, dan lebih menyukai produk perusahaan daripada produk pesaing. Merek yang inovatif dapat mengubah komoditas menjadi produk berharga, dan memberikan makna, maksud, dan nilai pada penawaran dan perusahaan Anda.

10. *Customer Engagement*

Inovasi *Customer Engagement* adalah tentang memahami aspirasi mendalam dari pelanggan dan pengguna, dan menggunakan wawasan tersebut untuk mengembangkan hubungan yang bermakna antara mereka dan perusahaan Anda. Inovasi *customer engagement* yang hebat memberikan jalan yang luas untuk eksplorasi, dan membantu

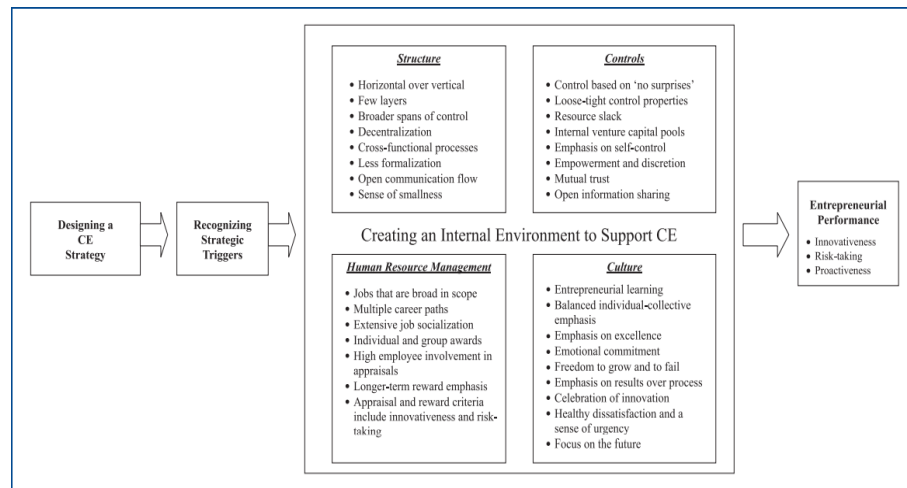
orang menemukan cara untuk membuat bagian dari kehidupan mereka lebih berkesan, memuaskan, menyenangkan — bahkan ajaib.

2.3.3 Corporate Entrepreneurship

Corporate entrepreneurship merupakan proses dimana sebuah individu atau kumpulan dari individu dalam satu organisasi membentuk organisasi baru atau menganjurkan pembaharuan atau inovasi dari dalam organisasi tersebut (Sharma & Chrisman, 2007). Masa pandemi COVID - 19 telah memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap berbagai sector ekonomi di Indonesia. Sehingga perusahaan harus dapat beradaptasi dengan kondisi perekonomian dan dapat mengambil keputusan dan strategi yang tepat agar dapat bertahan.

Sehingga organisasi perlu membangun kerangka kerja untuk mendukung inovasi dan pertumbuhan bisnis baru. *Corporate entrepreneurship* membantu menyediakan suatu sistem yang dapat mendukung dan mendorong perusahaan agar lebih memiliki orientasi kewirausahaan dan menjadi sumber keunggulan kompetitif. Sehingga akan tercapainya tingkat produktivitas, inovasi, pertumbuhan, keterlibatan karyawan, dan tingkat return investasi yang lebih tinggi. *Corporate entrepreneurship* dapat diterapkan melalui strategi *corporate entrepreneurship* yang efektif, melalui keterlibatan karyawan yang tinggi dengan mendorong mereka agar berinovasi dan terlibat dalam perilaku kewirausahaan pada pekerjaan mereka. Penggunaan strategi *corporate entrepreneurship* yang efektif di pasar yang sudah tinggi tingkat saturasinya akan menciptakan kinerja perusahaan yang baik (Ireland et al., 2006)

Untuk dapat menerapkan strategi *corporate entrepreneurship* yang efektif, organisasi harus menetapkan strategi *corporate entrepreneurship* dengan 4 elemen desain. 4 elemen desain tersebut adalah *structure*, *controls*, *human resource management systems*, dan *culture*.



Gambar 2. 4 Elemen desain

Sumber: (Ireland et al., 2006)

Pada gambar 2.3, dijelaskan bahwa agar dapat menetapkan *corporate entrepreneurship* yang baik di suatu organisasi dibutuhkan suatu strategi *corporate entrepreneurship* yang efektif. Strategi *corporate entrepreneurship* yang efektif memiliki 4 desain dalam strateginya, yaitu *structure*, *control*, *human resource management*, dan *culture*. *Corporate entrepreneurship* dapat diterapkan berkembang secara efektif apabila perusahaan memiliki struktur organisasi yang cenderung *flat* atau memiliki lapisan yang lebih sedikit. Hal tersebut karena dengan jumlah lapisan manajerial yang lebih sedikit memberikan keleluasaan kepada para karyawan agar dapat lebih bebas dalam bertindak dan lebih terlibat dalam pengambilan suatu keputusan perusahaan, sehingga lebih mendorong terciptanya berbagai ide dan inovasi dari para karyawan pada level rendah. Sementara untuk kontrol organisasi yang baik untuk strategi *corporate entrepreneurship* yang efektif adalah suatu kontrol yang memastikan koordinasi, konsistensi, akuntabilitas para karyawan tetapi juga memberikan fleksibilitas kepada para karyawan sehingga mendorong mereka untuk bisa berperilaku kewirausahaan dan menciptakan berbagai ide dan inovasi untuk perusahaan. Departemen sumber daya manusia di perusahaan juga harus berorientasi kepada tindakan kewirausahaan, seperti dengan

menyediakan berbagai *job description* yang memiliki cakupan lebih luas dan memberikan hadiah bagi karyawan yang ikut terlibat dalam pengambilan keputusan sehingga karyawan akan lebih memiliki jiwa kewirausahaan. Budaya perusahaan yang menjunjung tinggi tindakan kewirausahaan merupakan suatu budaya yang cocok untuk dapat menjalankan strategi *corporate entrepreneurship* yang efektif. Budaya perusahaan harus berusaha mementingkan keterlibatan karyawan, misalnya seperti memberikan kewenangan dan tanggung jawab kepada para karyawan yang di level rendah karena mereka lebih dekat dengan pekerjaan itu sehingga mendorong mereka bertindak kreatif dan dapat membuat keputusan yang sesuai dengan kepentingan terbaik perusahaan.

2.3.4 Komponen Utama Corporate Entrepreneurship

Terdapat lima *key capabilities* untuk dapat membantu perusahaan menemukan kembali competitive advantage yang dimiliki yaitu *adaptability*, *speed*, *flexibility*, *aggressiveness*, dan *innovativeness* (Garrett & Welcher, 2018).

Five Attributes of an Entrepreneurial Firm	Five Stages of the Bewilderment Process	How the Entrepreneurial Attribute Assists in the Bewilderment Stage
Adaptability	Denial	Firms that are adaptable will be more prepared to realize a need for and implement change rather than denying the environment has changed
Speed	Realization	A firm with the ability to rapidly deploy rational strategic actions can avoid the frantic and unproductive responses to realizing their cognitive schemas no longer fit the environment
Flexibility	Strategizing	A firm that is flexible will be able to avoid attempting to force its old schemas to fit the new environment. Rather, managers will be willing to change the old schemas and scripts to fit the new environment
Aggressiveness	Deterioration	Aggressive firms will continue to pursue other actions to compete in the new environment instead of resigning to the fact that what they've done has failed
Innovativeness	Acceptance	Once an innovative firm has accepted that the environment has changed, they will be able to create new schemas to compete effectively in the new environment

Tabel 2. 1 5 Stage of Bewilderment Process

Sumber: (Garrett & Welcher, 2018)

Tabel 2.1 menjelaskan bahwa ada 5 tahapan proses kebingungan yang dialami oleh perusahaan pada saat awal mengalami kegagalan atau kemerosotan secara finansial, yaitu tahap *denial*, *realization*, *strategizing*, *deterioration*, dan terakhir adalah *tahap acceptance*. Dimana Kelima *key capabilities corporate entrepreneurship* akan diselaraskan dengan 5 tahapan proses kebingungan untuk melihat manfaat lima *key capabilities* ini dalam menghadapi proses kebingungan dalam perusahaan

1. *Adaptability*

Perusahaan yang mulai memasuki tahap pertama kekalahan membutuhkan kemampuan untuk bisa beradaptasi dengan lingkungan dan keadannya sekarang sehingga dapat menghadapi para pesaing dan dapat bertahan hidup. Perusahaan yang kemampuan beradaptasinya rendah akan mengalami kesulitan untuk bertahan di lingkungan bisnis yang dinamis karena mereka cenderung memilih untuk menjalankan suatu strategi yang tetap. Apabila dilihat dari keselarasannya dengan menghadapi tahap *denial* pada tahapan *bewilderment process*, perusahaan yang memiliki kemampuan beradaptasi akan lebih pandai mengidentifikasi tren dan mengimplementasikan perubahan pada lingkungan bisnis yang dinamis.

2. *Speed*

Perusahaan yang sedang dalam tahap kekalahan bersaing harus memiliki kecepatan dalam menyebarkan dan mengimplementasikan strategi baru untuk mempertahankan perusahaan agar dapat menyeimbangi para kompetitor. Apabila dilihat dari keselarasannya dengan menghadapi tahap *realization* pada tahapan *bewilderment process*, perusahaan yang memiliki kecepatan tinggi akan dapat lebih banyak mengeluarkan berbagai strategi dengan cepat untuk menghadapi lingkungan bisnis dan agar cocok dengan lingkungan bisnis tersebut sehingga terhindar dari tindakan yang tidak produktif

yang memperlambat perusahaan untuk bisa mengeluarkan strategi untuk bertahan hidup.

3. *Flexibility*

Fleksibilitas dapat memfasilitasi dua kemungkinan mekanisme sehingga perusahaan dapat menyelaraskan peta dengan lingkungan baru yang kompetitif. Salah satu cara untuk mewujudkannya adalah dengan menemukan dan memindahkan perusahaan ke dalam ruang kompetitif yang sesuai dengan mental *top management*. Jadi, dibandingkan dengan membuat kerangka berpikir dan kebiasaan baru agar sesuai dengan lingkungan kompetitif, *flexibility* dapat memungkinkan perusahaan menerapkan kerangka berpikir dan kebiasaan yang mungkin telah dikembangkan sebagai kompetensi inti. Apabila dilihat dari keselarasannya dengan menghadapi tahap *strategizing* pada tahapan *bewilderment process*, perusahaan yang memiliki fleksibilitas yang tinggi akan lebih dapat terhindar dari memaksakan skema lamanya terhadap lingkungan bisnis yang baru. Sehingga pada perusahaan seperti ini para manajer cenderung tidak enggan mengubah skema dan naskah lama agar dapat sesuai dengan perubahan lingkungan bisnis.

4. *Aggressiveness*

Perusahaan yang berorientasi kewirausahaan berarti telah sukses menetapkan strategi *corporate entrepreneurship* yang efektif. *Aggressiveness* merupakan salah satu karakteristik dari corporate entrepreneurship. Perusahaan yang memiliki karakteristik *aggressiveness* dalam menghadapi tahap kemerosotan finansial dan rasional akan dapat menemukan solusi baru dan berhasil mengsekusi solusinya tersebut untuk menyelesaikan permasalahan agar perusahaan dapat bersaing dan bertahan. Apabila dilihat dari keselarasannya dengan menghadapi tahap *deterioration* pada tahapan *bewilderment process*, perusahaan yang memiliki sifat

agresivitas akan terus mencari tindakan-tindakan lain agar dapat bersaing di lingkungan bisnis yang baru.

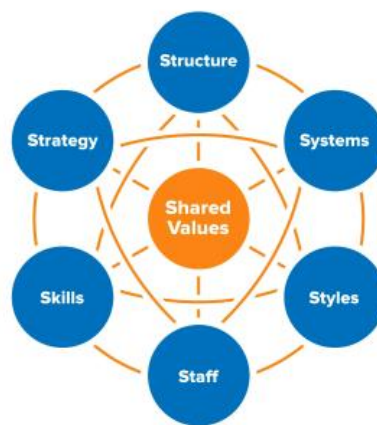
5. *Inovativeness.*

Organisasi yang lebih lincah dan responsif memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk dapat menawarkan kebaruan dan orisinalitas melalui eksperimen dan penelitian dalam bidang produk baru, jasa dan pengembangan proses baru atau menjadi lebih inovatif (Darroch, 2005). Dalam sudut pandang perusahaan, inovasi mencerminkan kecenderungan dan komitmen perusahaan dalam terlibat mendukung ide-ide baru, penelitian, eksperimen, semua hal kreatif yang dapat menciptakan produk inovasi baru, jasa baru dan teknologi baru. Pada masa lampau inovasi selalu dikaitkan dengan teknologi yang terdepan di masanya, namun pada jaman ini inovasi menjadi sangat luas maknanya, dari kemasan produk, distribusi, pemasaran, strategi, dsb. Ada banyak metode yang digunakan untuk mengklasifikasikan *innovativeness* namun pada umumnya *innovativeness* berkisar pada penekanan pada desain produk, riset pasar, dan iklan dan promosi (Miller & Friesen, 1986). Apabila dilihat dari keselarasannya dengan menghadapi tahap *acceptance* pada tahapan *bewilderment process*, pada tahapan dimana perusahaan telah sadar bahwa mereka telah kalah bersaing dan lingkungan bisnisnya telah berubah. Akan muncul kesadaran akan diperlukannya skema strategis yang baru. Sehingga dengan berinovasi dapat memfasilitasi penciptaan skema baru agar dapat bertahan di lingkungan bisnis yang baru.

2.3.5 McKinsey 7-S Framework

Model ini dikembangkan pada akhir tahun 1970-an oleh anggota perusahaan McKinsey & Company, yaitu Tom Peters dan Robert Waterman. Model McKinsey 7-S ini dapat membantu organisasi untuk meningkatkan

kinerja organisasi dan menentukan cara terbaik untuk mengimplementasikan strategi yang sudah dibuat. Model tersebut merupakan upaya untuk memberikan tanggapan atas frustrasi yang meluas yang dialami oleh eksekutif pada saat menangani secara efektif masalah manajemen umum yang terkait dengan faktor strategis dan organisasi (Channon & Caldart, 2015). Pada model ini terdapat 7 elemen internal organisasi yang saling bergantung dan harus diselarkan satu sama lain untuk dapat sukses. Berikut adalah gambar model tersebut:



Gambar 2. 5 McKinsey 7-S Model

Sumber: https://www.mindtools.com/pages/article/newSTR_91.htm

Gambar 2.5 menjelaskan bahwa kerangka kerja McKinsey 7-S ini meliputi 7 elemen skill yang mencakup *hard skill* dan *soft skill* pada suatu organisasi. Dimana ketujuh elemen tersebut saling memperkuat untuk bergerak mencapai suatu tujuan, sehingga setiap elemen harus selaras satu sama lain. Apabila tidak selaras kinerja organisasi dapat dikatakan kurang optimal. Berikut adalah penjelasan dari setiap elemen pada model kerangka kerja McKinsey 7-S ini:

1. *Strategy*

Ini merupakan serangkaian rencana organisasi dalam menanggapi perubahan lingkungan eksternal untuk dapat mempertahankan keunggulan kompetitif atas para pesaing.

2. *Structure*

Bagaimana struktur organisasi mengatur suatu perusahaan. Salah satu dimensi ini adalah kriteria yang diikuti mengenai pengelompokan unit. Parameter desain lainnya mengacu pada tingkat formalisasi perilaku dalam unit tertentu, tingkat desentralisasi pengambilan keputusan, atau sejauh mana kita membutuhkan mekanisme koordinasi horizontal antar unit.

3. *Systems*

Sistem yang dimaksud oleh model McKinsey 7-S ini adalah aktivitas dan prosedur harian yang dilakukan staff baik formal maupun informal untuk menyelesaikan pekerjaan.

4. *Styles*

Gaya yang dimaksud pada model ini lebih kepada gaya kepemimpinan yang diadopsi oleh organisasi. Gaya kepemimpinan dan manajemen pemimpin, terutama *Chief Executive Officer* memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan hal yang strategis untuk perusahaan.

5. *Staff*

Model *Framework* ini menganggap bahwa para karyawan dan kemampuan umum mereka sebagai suatu sumber daya yang sangat berharga bagi organisasi. Oleh karena itu perlu untuk dikembangkan dengan menyediakan jalur karir untuk mereka. Para *top management* perlu memastikan bahwa perusahaan dapat menarik berbagai talenta muda yang berbakat sebagai calon karyawan perusahaan.

6. *Skills*

Perusahaan dapat melakukan evaluasi keterampilan dan kompetensi yang sebenarnya dari karyawan organisasi agar tahu apakah perusahaan memiliki keahlian yang cukup untuk mampu menjalankan strategi yang dipilih.

7. *Shared Values*

Shared values merupakan inti dari model *framework* McKinsey 7-S. Dimana ini menggambarkan bahwa *shared values* merupakan nilai inti dari organisasi. Perusahaan yang berusaha melakukan perubahan yang radikal perlu mengubah nilai mereka dan melibatkan evaluasi mendasar dari semua aspek kegiatan. Hal tersebut dilakukan agar terhindar dari kegagalan dalam menjalankan strategi dan proyek-proyek. Perusahaan harus dapat menanamkan nilai-nilai baru yang merangkul perubahan radikal tersebut untuk mencapai target perusahaan.

