

BAB I

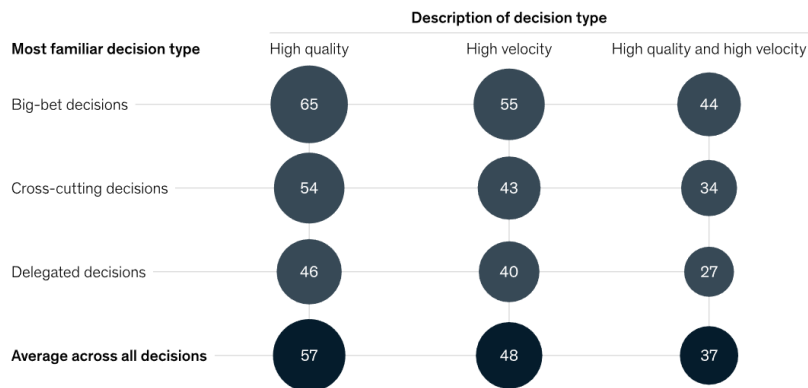
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kurangnya ketepatan dan kecepatan dalam pengambilan keputusan menjadi salah satu faktor penyebab yang tidak efektifnya produktivitas suatu perusahaan sehingga melahirkan suatu implikasi yang signifikan dalam suatu perusahaan. Data survei McKinsey & Company membuktikan bahwa terdapat potensi kerugian akibat dari pengambilan keputusan yang tidak efektif. Rata-rata, responden menghabiskan 37 persen waktunya untuk mengambil keputusan, dan lebih dari separuh waktu tersebut digunakan secara tidak efektif (McKinsey & Company, 2019).

While speed is a bigger decision-making challenge than quality, the results on both measures vary by decision type.

Respondents who agree that their organizations' decisions are high quality and high velocity,¹ %



Gambar 1. 1 Data Pengambilan Keputusan McKinsey & Company

Sumber: McKinsey & Company (2021)

Menurut McKinsey & Company, responden yang menggunakan waktunya untuk mengambil keputusan dinilai tidak lebih baik dibandingkan rekan kerjanya. Dalam pengambilan keputusan yang harus serba cepat di dalam dunia pekerjaan, terdapat juga hasil kualitas yang ditunjukkan melalui secepat apa keputusan tersebut diambil. Dalam pengambilan keputusan secara *big bets*, dibuktikan bahwa hasil kualitas yang diberikan sebesar 65 persen dengan kecepatan pengambilan

sebesar 55 persen. Lalu pengambilan keputusan secara *cross-cutting* membuktikan bahwa hasil kualitas yang diberikan sebesar 54 persen dengan kecepatan pengambilan keputusan sebesar 43 persen. Lalu pengambilan keputusan secara *delegated decisions* membuktikan bahwa hasil kualitas yang diberikan sebesar 46 persen dengan kecepatan pengambilan keputusan sebesar 40 persen. Sehingga jika dirata-ratakan, maka setiap keputusan yang memiliki fase kesulitan berbeda-beda memiliki rata-rata kualitas sebesar 57 persen, dengan kecepatan pengambilan sebesar 48 persen. Data tersebut membuktikan bahwa dalam pengambilan keputusan, karyawan dalam perusahaan masih terbilang sangat lemah dengan tuntutan kompetisi pekerjaan di era sekarang (McKinsey & Company, 2019).

Riset temuan Badan Kesehatan Dunia (*World Health Organization (WHO)*) menyatakan bahwa remaja hingga usia dua puluh tahunan menderita gangguan kesehatan jiwa akibat perkembangan biologis, psikologis, dan emosional. Penyebab dari gangguan ini dikarenakan aktifnya hormon dan perkembangan otak yang seringkali menghasilkan suatu pengambilan keputusan yang sering kali impulsif sehingga dapat mempengaruhi produktivitas kinerja dari karyawan dalam usia dua puluh tahunan. Hasil riset dari tim Divisi Psikiatri Anak dan Remaja, Fakultas Kesehatan di Universitas Indonesia memetakan bahwa sebanyak 95,4 persen remaja mengalami gejala kecemasan, dan 88 persen pernah mengalami depresi akibat tuntutan budaya, pendidikan, bahkan karier dari berbagai masalah dan konflik (Riyanto, 2021).

Dalam mengambil keputusan didalam kondisi lingkungan yang tidak pasti karena kompleksitas dalam berbagai informasi sehingga melahirkan kecemasan untuk mengambil keputusan, maka dibutuhkan peran intuisi. Intuisi merupakan proses melihat sesuatu ke dalam (*inner looking*), tanpa memerlukan bukti-bukti pendahuluan sehingga dapat memutuskan yang baik atau buruk untuk kebaikan yang menguntungkan (Adiandari, 2020). Dilihat dari pengertian intuisi, maka akan timbul pertanyaan mengenai bagaimanakah pentingnya intuisi dalam dunia pekerjaan/perusahaan? Intuisi merupakan salah satu *soft skill* yang diperlukan tenaga kerja untuk bersaing dalam era revolusi industri 4.0. World Economic Forum

menyatakan bahwa 80 persen keahlian yang dibutuhkan oleh tenaga kerja untuk bersaing dalam dunia pekerjaan adalah penguasaan *soft-skill* (Dinkominfo, 2018).

Berkaca dengan bagaimana masalah pengambilan keputusan, kegelisahan, dan kecemasan kerap terjadi pada sumber daya manusia, maka dibutuhkan suatu upaya dari perusahaan agar karyawan dapat dengan cepat beradaptasi dengan perubahan tersebut supaya bisnis perusahaan akan terus menonjol dan kompetitif. Format pembelajaran Learning & Development (L&D) seperti pelatihan perusahaan melalui konsultan SDM (Sumber Daya Manusia) dapat membantu karyawan untuk mendapatkan pengetahuan, keahlian, dan organisasi memperoleh anggota tim yang lebih produktif (Biro Humas Kemnaker, 2020).

Salah satu penelitian dari *LCT International* menyatakan bahwa 74 persen karyawan bersedia untuk mempelajari keterampilan baru agar dapat terus bekerja, dimana 74 persen karyawan juga merasa bahwa mereka belum mencapai potensi terbaiknya dalam pekerjaan karena kurangnya kesempatan untuk berkembang (Matthews, 2022).

Upaya nyata yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam meningkatkan keterampilan kinerja perusahaan untuk melaksanakan pekerjaan dengan maksimal yakni melalui konsultan SDM (Sumber Daya Manusia). Konsultan sumber daya manusia adalah seseorang atau kelompok yang ditugaskan oleh suatu lembaga untuk membantu kinerja perusahaan dalam mengembangkan strategi bisnis, memberikan saran, mencari solusi, dan menjadi *problem-solver* terhadap masalah yang sedang terjadi di dalam suatu perusahaan atau biasa disebut sebagai manajemen konflik.

Berdasarkan data survei yang dilaporkan oleh *The International Journal of Business and Management Research*, menunjukkan bahwa 90% karyawan setuju dan sangat setuju bahwa program pelatihan dan pengembangan yang dilakukan oleh konsultan sumber daya manusia berhasil meningkatkan performa dalam pekerjaan. Selain itu, berdasarkan data studi yang didapatkan melalui *Ottawa University* dalam artikel *Why is Training and Development Important?* menunjukkan bahwa

organisasi atau perusahaan yang terlibat dalam pengembangan karyawan melalui konsultan sumber daya manusia mengalami peningkatan penjualan dan keuntungan dua kali lipat dibandingkan dengan organisasi yang tidak berkomitmen terhadap pengembangan karyawannya (Ottawa University, 2021).



Gambar 1. 2 Laporan LinkedIn's Workplace Learning

Sumber: LinkedIn (2023)

Laporan yang didapatkan melalui **LinkedIn's Workplace Learning Report**, menunjukkan bahwa banyak karyawan yang telah sadar untuk mulai meningkatkan nilai dari *soft-skill* karena berperan krusial dalam melampaui keahlian teknis dan penting untuk kolaborasi, komunikasi, dan memecahkan masalah yang efektif. *Soft-skill* juga berperan tumbuh dalam pengembangan penjualan, kesuksesan pelanggan, dan pekerjaan pengalaman pelanggan. Berdasarkan laporan yang didapatkan, *soft skill* erat kaitannya dengan karakter seseorang karena terdapat keahlian komunikasi, kerja sama, dan berpikir kritis sehingga dibutuhkan komitmen untuk mengembangkan diri (NonStop Consulting, 2023).

Direktur Asosiasi NonStop, Jonathan McNab menyatakan bahwa terdapat sepuluh *soft-skills* yang dapat membantu karyawan/calon karyawan agar menonjol

dalam kompetisi menurut *LinkedIn's Workplace Learning Report* yang pertama adalah keterampilan komunikasi secara konsisten digolongkan sebagai *soft-skill* yang penting menurut *Human Resources Development (HRD)*. Komunikasi yang efektif baik lisan ataupun tulisan, memungkinkan para pekerja untuk menciptakan ide, berkolaborasi, dan terlibat dengan klien. Perusahaan akan menghargai kandidat yang dapat menyampaikan pemikiran dan idenya melalui komunikasi yang baik, karena komunikasi merupakan *soft-skill* yang berperan dapat membuat proses penjualan lebih efisien.

Kedua, *Teamwork and Collaboration* dalam lingkungan kerja kini menekankan kerja sama tim dan kolaborasi. Kemampuan bekerja sama dengan baik dalam tim, memberikan ide, dan membangun hubungan menjadi hal yang dicari oleh perusahaan. Perusahaan mencari kandidat yang dapat berkolaborasi secara efektif, menghormati perbedaan pandangan, dan menumbuhkan dinamika tim yang positif guna membawa manfaat bisnis dalam peningkatan produktivitas karyawan karena semua orang merasa saling berkontribusi.

Ketiga, *Adaptability and Flexibility* menjadi tantangan dalam pekerjaan untuk berkembang secara pesat sehingga kemampuan beradaptasi adalah aset utama untuk karyawan. Perusahaan mencari kandidat yang dapat berkembang dalam lingkungan dinamis, menerima perubahan, dan cepat beradaptasi dengan teknologi. Hal ini menjadi penting seiring dengan transformasi digital yang dilakukan oleh perusahaan.

Keempat, *Problem-solving* untuk berpikir kritis dan keterampilan dalam memecahkan masalah untuk menghadapi tantangan terjadi setiap hari di tempat kerja. Perusahaan akan menghargai setiap individu karyawannya yang dapat secara komprehensif memecahkan masalahnya sendiri, daripada menunggu karyawan lain yang ahli dalam bidangnya untuk menyelesaikan masalahnya sendiri. Ketika menghadapi masalah dalam pekerjaan yang berperan pada transformasi bisnis, kemampuan untuk menganalisa situasi, mengevaluasi pilihan, dan mengembangkan solusi inovatif dibutuhkan oleh perusahaan.

Kelima, *Leadership* menjadi keterampilan dalam kepemimpinan tidak hanya bergantung pada posisi sebagai Founder; CEO; atau Manager. Kemampuan kepemimpinan wajib dimiliki oleh semua tingkat karyawan dalam perusahaan karena efektif melibatkan motivasi anggota tim, membuat keputusan yang sulit, dan membimbing orang lain menuju tujuan bersama. Perusahaan akan mencari kandidat yang dapat memiliki inisiatif tinggi karena keterampilan kepemimpinan dapat membantu perusahaan untuk menemukan kandidat berkualitas di masa depan.

Keenam, *emotional intelligence* dibutuhkan sebagai kecerdasan emosional yang mendapat pengakuan sebagai *soft-skill* yang berharga. Kecerdasan emosional menjadi kemampuan untuk memahami dan mengelola emosi, baik dalam diri sendiri maupun orang lain. Kecerdasan emosional dapat mengarahkan hubungan antarpribadi, menunjukkan empati, dan menyelesaikan konflik secara konstruktif sehingga membuat bisnis menjadi lebih efisien.

Ketujuh, *time management* menjadi tuntutan pekerjaan yang sekarang serba cepat membuat perusahaan akan menghargai kandidat yang dapat mengatur waktu mereka secara efektif guna memenuhi tenggat waktu, menyelesaikan proyek, dan menyeimbangkan tanggung jawab sekaligus menjaga produktivitas pekerjaan. Keuntungan bagi perusahaan ketika karyawannya mampu mengatur waktu dapat menghasilkan lebih banyak pekerjaan yang perlu diselesaikan dalam waktu singkat sehingga memungkinkan perusahaan menciptakan inovasi baru untuk bersaing di pasarnya. *Time management* juga dapat membantu karyawan untuk mengurangi stres dan kelelahan dalam pekerjaan karena manajemen waktu yang buruk sering menyebabkan peningkatan stres dan kewalahan.

Kedelapan, *creativity* merupakan kreativitas sebagai *soft-skill* semakin dianggap sebagai keterampilan penting di tempat kerja karena perusahaan membutuhkan ide baru, pemecahan masalah, dan keunggulan yang berguna untuk memikirkan suatu masalah dari sudut pandang kaca mata yang berbeda. Kemampuan berpikir secara *out-of-the-box* dapat menumbuhkan lingkungan pekerjaan yang berkelanjutan, karena kemampuan ini dapat membedakan dirinya dengan pesaingnya.

Kesembilan, *networking* dibutuhkan untuk membangun jaringan profesional yang kuat adalah hal penting untuk pertumbuhan karir. Perusahaan akan menghargai kandidat dengan kemampuan yang terbukti dalam membangun jaringan dan membangun koneksi di dalam/ di luar perusahaan. Jaringan tersebut nantinya dapat membantu karyawan untuk mengembangkan karir melalui pengetahuan yang lebih luas.

Terakhir, *cultural competence* dibutuhkan di tengah era globalisasi membuat kompetensi dalam budaya dapat memungkinkan karyawan untuk berkolaborasi secara efektif dalam tim multikultural yang melayani klien beragam juga. Perusahaan pada zaman sekarang lebih beroperasi dalam lingkungan yang beragam, sehingga kandidat harus bisa merangkul keberagaman dan menunjukkan inklusivitas dalam tim. *Cultural competence* dibutuhkan dalam hubungan *Business to Consumer* (B2C) agar karyawan menunjukkan empati, menyesuaikan produk dengan budaya setiap konsumen, mengembangkan pemasaran yang mendorong pembelian jangka panjang (NonStop Consulting, 2023).

Nurchahyo Intuition Power merupakan konsultan sumber daya manusia pendidikan, pelatihan, dibawah naungan PT Mahadibya Nurchahyo Chakrasana yang memfokuskan diri pada pemberdayaan potensi Sumber Daya Manusia serta ekspresi mental-spiritual melalui pendekatan keseimbangan dan keharmonisan hati, akal, dan perilaku. Nurchahyo Intuition Power hadir sebagai konsultan sumber daya manusia yang berbagi ilmu pengetahuan, membuka wawasan baru, menyamakan persepsi dan mengembalikan setiap individu ataupun perusahaan kepada paradigma dasar kehidupannya.

Filosofi yang dipegang oleh Nurchahyo Intuition Power melalui Nurchahyo Intuition Power adalah “CREATIVE PARTNER for PROBLEM SOLVING”, artinya memposisikan dirinya sebagai konsultan sejajar/setara dengan rekan kerjanya guna mendapatkan kenyamanan dalam menggali solusi dan motivasi secara praktis serta aplikatif.

Program-program pelatihan yang dimiliki oleh Nurcahyo Intuition Power dalam pengembangan SDM antara lain adalah *personal branding, personal branding career, personal branding business, corporate coaching, employer branding, business coaching, leadership coaching, wealth coaching, health coaching, family coaching, dan teens coaching* (Nurcahyo Intuition Power, 2019).



Gambar 1. 3 Klien Nurcahyo Intuition Power

Sumber: Nurcahyo Intuition Power

Nurcahyo Intuition Power telah dipercaya sebagai salah satu konsultan SDM terbaik di Indonesia. Pencapaian-pencapaian baik yang didapatkan oleh Nurcahyo Intuition Power terbukti dengan kerjasamanya terhadap 100 lebih klien BUMN, Swasta, Bank, bahkan manajemen artis.

Nurcahyo Intuition Power pertama kali didirikan pada tahun 1993 melalui PT Mahadibya Nurcahyo Chakrasana oleh Nurcahyo Adi Kusumo yang didasari dengan kebutuhan untuk menyusun kembali visi, misi dari perseorangan, organisasi, atau bahkan perusahaan melalui pelatihan kepemimpinan intelektual, mental, dan

spiritual. Nurcahyo Intuition Power merupakan konsultan sumber daya manusia yang lahir dari *personal branding* Nurcahyo Adi Kusumo, selaku praktisi yang memiliki kekuatan untuk melatih intuisi.

Nurcahyo Adi Kusumo atau yang kerap disapa sebagai Mas Nur adalah seorang *Life Coach* yang telah menjadi praktisi di Indonesia secara profesional selama 2 dekade. Nurcahyo kerap menggunakan kemampuan intuisinya untuk melatih manajemen diri, menganalisa penawaran saham, menjadi *problem-solver*, atau bahkan menjadi pengembang strategi bisnis secara cepat dan akurat (Nurcahyo Intuition Power, 2019).

Tahap yang dilakukan oleh Nurcahyo Adi Kusumo selaku praktisi konsultan sumber daya manusia di dalam Nurcahyo Intuition Power yakni sebagai berikut:

- a) Kejelasan atas tujuan yang ingin dicapai, agar lebih fokus dan terukut (WHAT).
- b) Kesiapan mental untuk mencapai tujuan tersebut, yang melibatkan keyakinan, kerangka berpikir dan tata nilai dari orang yang bersangkutan. Ini merupakan faktor pendorong mencapai tujuan tersebut (WHY).
- c) Cara mencapai tujuan, yang diikuti dengan rencana pelaksanaan (HOW).
- d) Pendampingan sepanjang periode pelaksanaan.



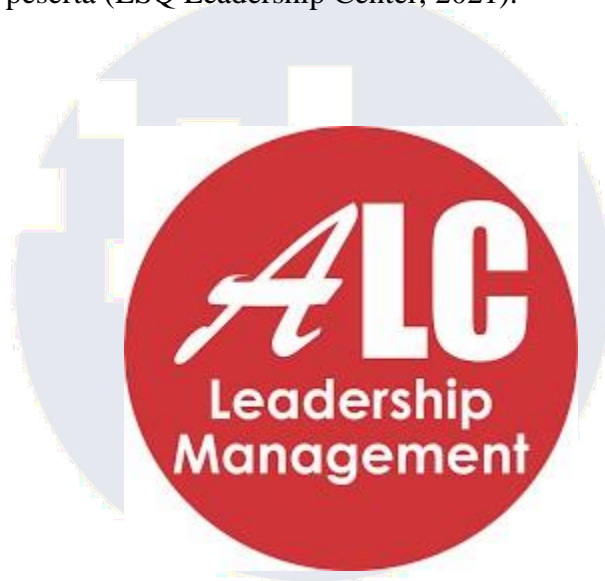
Gambar 1. 4 Kompetitor Konsultan SDM, ESQ Leadership Center

Sumber: ESQ Leadership Center (2021)

Sebagai konsultan sumber daya manusia, Nurcahyo Intuition Power pastinya memiliki kompetitor terhadap konsultan-konsultan lainnya di bidang layanan yang sama. Beberapa konsultan sumber daya manusia yang juga memiliki prestasi cemerlang yakni salah satunya adalah ESQ Leadership Center. ESQ Leadership Center merupakan konsultan sumber daya manusia dibawah naungan PT ARGA BANGUN BANGSA yang berfokus pada pelatihan motivasi menggunakan konsep Asmaul Husna (nama-nama baik Allah SWT) guna membangun kecedarasan emosional dan spiritual dari pesertanya. Pendekatan ini ditemukan dan diaplikasikan oleh founder dari ESQ, yakni Ary Ginanjar Agustian yang memberi sinyalir bahwa pendekatan Asmaul Husna dimulai dari Al-Awwal (dorongan hati yang harus muncul), dan Al-Akhir (suara hati) sehingga menghasilkan pelatihan yang efektif dalam mengembangkan emosional dan spiritual (ESQ Leadership Center, 2021).

Sejak berdiri pada 16 Mei 2000, ESQ Leadership Center telah menjadi salah satu lembaga pelatihan sumber daya manusia terbesar di Indonesia. Data per November 2010 membuktikan bahwa ESQ Leadership Center telah menyelenggarakan rata-rata 100 *training event* di dalam maupun luar negeri, dan menghasilkan alumni per bulan dengan rata-rata 10.000-15.000 orang. ESQ Leadership Center juga telah membuka cabang di Malaysia sehingga tidak perlu dipertanyakan kesuksesan ESQ Leadership Center sebagai konsultan sumber daya manusia di Indonesia (ESQ Leadership Center, 2021).

Kesuksesan dari ESQ Leadership Center pastinya mencerminkan bagaimana manfaat yang diberikan oleh layanan mereka terhadap klien. Manfaat yang diberikan oleh ESQ Leadership Center yakni menumbuhkan kesadaran kliennya sebagai khalifah (pemimpin) di muka bumi, menggugah hati Nurani klien ESQ untuk mengagungkan kebesaran dari Allah SWT, serta mengasah spiritualitas dari peserta (ESQ Leadership Center, 2021).



Gambar 1. 5 Kompetitor Konsultan SDM, ALC

Sumber: ALC Leadership Management (2021)

Sebagai konsultan SDM, Nurcahyo Intuition Power pastinya sedang berkompetisi dengan konsultan-konsultan lainnya di bidang layanan yang sama. Beberapa konsultan sumber daya manusia yang juga memiliki prestasi cemerlang yakni salah satunya adalah ALC Leadership Management. ALC Leadership Management merupakan konsultan SDM yang menggunakan *tagline* sebagai pencetak pemimpin berkualitas nomor satu di Indonesia. Sebagai *training provider*, ALC Leadership Management menyatakan bahwa mereka telah berpengalaman 10 tahun lebih dan dipercaya oleh lebih dari 500 perusahaan multinasional di Indonesia.

Faktor kesuksesan yang didapatkan oleh ALC Leadership Management yakni adalah program-programnya yang lengkap mulai dari Training Leadership Fundamental, Leadership Development Program, Management Development

Program (MDP), Manager Development Program, dan Supervisory Development Program. Program-program yang dibuat oleh ALC Leadership Management juga mengacu pada tagline milik perusahaan yakni “Pencetak Pemimpin Berkualitas Nomor 1 di Indonesia” sehingga program pelatihannya terfokus kepada pelatihan kepemimpinan (ALC Leadership Management, 2021).



Gambar 1. 6 Kompetitor Konsultan SDM, John Robert Powers

Sumber: Nurcahyo Intuition Power

Selain ALC Leadership Management, salah satu perusahaan konsultan sumber daya manusia yang terbilang sukses dalam mengembangkan sumber daya manusia adalah John Robert Powers. John Robert Powers adalah konsultan sumber daya manusia yang menyediakan pelatihan untuk pribadi yang menghasilkan manfaat seumur hidup dari pengembangan kepercayaan diri pribadi yang diciptakan melalui sinergi keterampilan komunikasi, presentasi, hingga meningkatkan citra (PT Jasa Ragam Pengembangan Pribadi, 2022).

Sebagai konsultan sumber daya manusia, John Robert Powers memiliki visi untuk menjadi sumber utama bagi individu yang ingin mencapai potensi maksimalnya melalui pengembangan kepribadian. Selain itu, John Robert Powers memiliki misi yakni membantu pendaftar dalam memaksimalkan potensi penuh mereka melalui peningkatan citra penemuan diri (PT Jasa Ragam Pengembangan Pribadi, 2022).

Dalam kesuksesannya sebagai *brand* konsultan sumber daya manusia yang berfokus pada pengembangan pribadi. John Robert Powers memiliki beberapa *program development*, yakni *Personal Development Programs* yang berfokus untuk membuka potensi tersembunyi dalam diri individu dan membantu individu untuk mengembangkan kepribadian yang karismatik dan menarik. Melalui

kombinasi pelatihan penemuan diri, kepercayaan diri, dan peningkatan citra, peserta akan mendapatkan pemahaman lebih tentang diri mereka sendiri dan belajar bagaimana membuat kesan yang diingat oleh lingkungan profesional.

Selanjutnya adalah *Professional Program* yang berfokus untuk mengembangkan keterampilan dan kompetensi pendaftar dalam komunikasi dasar dan fungsional. Komunikasi yang dilatih antara lain adalah komunikasi sebagai proses, manajemen bahasa verbal, manajemen bahasa non-verbal yang efektif, ketegasan, kepemimpinan dan dinamika kelompok, manajemen konflik, serta keterampilan negosiasi dan presentasi.

Selanjutnya adalah *Leadership Program* yang berfokus untuk memberdayakan individu dengan keterampilan penting untuk kepemimpinan yang efektif. Melalui lokakarya interaktif, sesi pelatihan, dan simulasi dunia nyata, peserta akan meningkatkan kemampuan komunikasi, pengambilan keputusan, dan pemecahan masalah mereka. Program ini bertujuan untuk membekali individu dengan kepercayaan diri dan pengetahuan untuk memimpin tim, mendorong inovasi, dan menginspirasi orang lain menuju kesuksesan.

Selanjutnya adalah *Kids & Teens* yang berfokus untuk menyediakan lingkungan belajar yang mendukung dan interaktif guna membuat invidiu muda dapat mengembangkan keterampilan hidup yang penting. Melalui kegiatan lokakarya, dan sesi interaktif yang sesuai dengan usia, peserta muda akan meningkatkan kemampuan komunikasi, kepemimpinan, kerja tim, serta pemecahan masalah. Program ini meletakkan dasar yang kuat untuk pertumbuhan pribadi dan mempersiapkan anak-anak dan remaja untuk kesuksesan masa depan.

Selanjutnya adalah *Private & Family Program* yang berfokus untuk merancang kursus yang memenuhi kebutuhan dan aspirasi spesifik pendaftar. Baik untuk meningkatkan komunikasi, menyelesaikan konflik, atau meningkatkan pengembangan pribadi. John Robert Powers berpengalaman akan bekerja sama dengan pendaftar untuk membuat kurikulum yang disesuaikan. Program pelatihan ini nantinya dipersonalisasi hingga lokakarya dan aktivitas yang disesuaikan, John

Robert Powers memberikan fleksibilitas untuk mengatasi tantangan spesifik dari pendaftar serta melahirkan lingkungan yang membina.

Selanjutnya adalah *Corporate Program* yang berfokus sebagai solusi pelatihan yang disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan spesifik organisasi/perusahaan. John Robert Powers berkolaborasi dengan perusahaan untuk mengembangkan moul yang dapat menjawab tantangan dan tujuan dari perusahaan. Program ini bertujuan untuk mengembangkan kepemimpinan dan pembentukan tim hingga komunikasi efektif. Pengembangan keterampilan kepemimpinan tersebut nantinya dapat menjadi resolusi konflik, meningkatkan kolaborasi, produktivitas, dan kinerja secara keseluruhan. John Robert Powers telah bekerja sama dengan perusahaan dan organisasi terkemuka di Indonesia serta Kawasan Asia-Pasifik.

Kesuksesan Nurcahyo Intuition Power sebagai konsultan sumber daya manusia melalui banyaknya kuantitas klien yang didapatkan memiliki aktivitas komunikasi yang baik untuk mempertahankan reputasinya sebagai konsultan SDM tersertifikasi ditengah kompetisi dengan konsultan SDM lainnya. Tom Duncan dan Sandra Moriarty menyatakan bahwa melalui strategi komunikasi pemasaran ini, pendekatan tersebut digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk lebih memfokuskan upaya mereka dalam memperoleh, mempertahankan, dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya (Belch & Belch, 2017).

Strategi komunikasi tersebut disebut juga sebagai komunikasi merek, yakni adalah dokumen cetak biru (*blueprint*) yang digunakan untuk mendorong semua inisiatif komunikasi di setiap titik yang dimiliki suatu brand dengan target audiensnya. Pada dasarnya, strategi ini bertujuan untuk menentukan bagaimana *brand vision*, *brand personality*, dan *brand positioning* dikomunikasikan secara efektif dan mudah diingat agar dapat mengidentifikasi pendekatan terbaik dalam mengkomunikasikan pesan-pesan utama kepada khalayak (Temporal, 2014).

Persaingan yang terjadi antar jasa konsultan SDM yang sedang terjadi serta pencapaian-pencapaian Nurcahyo Intuition Power dalam mendapatkan klien-klien

yang loyal akan diketahui melalui bagaimana peningkatan/pemberlakuan komunikasi merek yang dilakukan oleh Nurcahyo Intuition Poweer sebagai konsultan sumber daya manusia. Berdasarkan uraian diatas, hal tersebut menjadi latar belakang dalam penulisan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Merek Nurcahyo Intuition Power sebagai Konsultan Sumber Daya Manusia.

1.2 Rumusan Masalah

Nurcahyo Intuition Power adalah konsultan SDM pendidikan, pelatihan, yang memfokuskan diri pada pemberdayaan potensi Sumber Daya Manusia. Jasa layanannya sebagai konsultan sumber daya manusia telah membantu banyak klien untuk mengikuti program pelatihan milik Nurcahyo Intuition Power. Ditengah persaingan kompetisi antar konsultan sumber daya manusia, Nurcahyo Intuition Power merupakan konsultan sumber daya manusia yang memiliki prestasi baik dengan kerjasamanya terhadap 100 lebih klien BUMN, Swasta, Bank, bahkan manajemen artis. Melalui eksistensinya sebagai *brand* konsultan sumber daya manusia ditengah persaingan bisnis, terdapat kesinambungan untuk mencari tahu strategi komunikasi merek yang diterapkan oleh Nurcahyo Intuition Power sebagai konsultan sumber daya manusia.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Melalui rumusan masalah yang sudah dijelaskan, maka pertanyaan yang akan dirumuskan sebagai penelitian adalah sebagai berikut:

- a) Bagaimana strategi komunikasi merek yang digunakan oleh Nurcahyo Intuition Power sebagai konsultan sumber daya manusia?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan yakni untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi merek yang diterapkan oleh Nurcahyo Intuition Power sebagai konsultan Sumber Daya Manusia.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini dapat membantu penelitian yang menggunakan teori/konsep komunikasi merek yang akan datang. Karena banyaknya teori pengembangan suatu *brand*, maka penelitian ini dapat memberi informasi yang membedakan antara teori *branding* lainnya bahwa komunikasi merek akan selalu menyampaikan pesan kepada target audiens yang dituju secara menyeluruh, dan juga pesan sub-posisi yang ditargetkan relevan untuk target audiens yang berbeda-beda.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai acuan strategi komunikasi merek bagi suatu lembaga perusahaan atau organisasi yang ingin mengidentifikasi, serta menentukan bagaimana *brand* perusahaan ingin dinilai/dikenal oleh khalayak.

1.5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang terdapat di dalam penelitian yang sedang dilakukan adalah mencari tahu penerapan strategi komunikasi merek penerapan dari milik Nurcahyo Intuition Power sehingga penyampaian komunikasi merek yang diterapkan yang diterapkan oleh Nurcahyo Intuition Power belum tentu sama dengan lembaga perusahaan/organisasi lainnya yang pernah atau sedang membangun komunikasi merek juga.