

4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Berdiri



Gambar 4.1 Logo PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk

Sumber: www.garuda-indonesia.com

Garuda Indonesia (PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk; IDX: GIAA) adalah maskapai penerbangan nasional Indonesia. Garuda adalah nama burung tunggangan Dewa Wisnu dalam legenda pewayangan. Pada tahun 2007, maskapai ini bersama dengan maskapai Indonesia lainnya (termasuk anak perusahaan Garuda Indonesia, Citilink), dilarang terbang menuju Eropa karena kejadian yang menimpa pesawat Garuda Indonesia nomor penerbangan 200. Setahun kemudian, maskapai ini menerima sertifikasi IATA *Operational Safety Audit* (IOSA) dari IATA yang menunjukkan Garuda Indonesia telah memenuhi standar keselamatan penerbangan Internasional. Perbaikan layanan dan meningkatnya kualitas layanan maskapai membuat Garuda menjadi pemenang kategori "*World's Most Improved Airline*" dari *Skytrax*. 1 Juni 2010 menjadi hari bersejarah bagi Garuda Indonesia, dimana pembukaan kembali rute Amsterdam dilaksanakan menggunakan Pesawat *Airbus A330-200* dengan perhentian di Dubai. Pada bulan Juni 2012, Garuda Indonesia dengan klub sepak bola *Liverpool FC*, Inggris mengadakan perjanjian kerjasama dan kini merupakan sponsor global untuk *Liverpool FC*. Tahun 2013, Garuda Indonesia mendapat dua penghargaan dari *Skytrax* yaitu "*World Best Economy Class*" dan "*World Best Economy Class Seat*". Pada pertengahan tahun 2014, Garuda Indonesia mendapat penghargaan "*World's Best*

Cabin Crew". Pada tanggal 5 Maret 2014, Garuda Indonesia resmi bergabung dengan aliansi *SkyTeam* sebagai anggota ke-20 yang peresmianya berlangsung di Denpasar, Bali. Pada tanggal 30 Mei 2014, Garuda Indonesia melayani rute ke Amsterdam dengan nonstop menggunakan pesawat Boeing 777-300ER yang memiliki kabin terbaru dari semua armada. Pada tanggal 8 September 2014, Garuda Indonesia memperpanjang rute penerbangannya menuju London. Pada tanggal 11 Desember 2014, bertepatan dengan mundurnya Dirut Garuda Indonesia saat itu, Emirsyah Satar. Garuda Indonesia mendapat anugerah penghargaan sebagai maskapai berbintang 5 sedunia dan menjadi anggota dari 7 maskapai dunia yang mendapat penghargaan tersebut.

Dekade 1940-1950-an: Awal pendirian, perjuangan, dan menjadi maskapai nasional

Setelah penerbangan KNILM bubar pada tahun 1940, Belanda kembali mendirikan maskapai lagi yang bernama KLM Interinsulair Bedrijf pada tanggal 1 Agustus 1947 yang bertujuan untuk kembali melayani daerah jajahannya dengan mengambil kembali pesawat sebanyak 20 armada yang merupakan bekas pakai dari KNILM. Namun, tak lama kemudian pada tanggal 26 Januari 1949 KLM IIB diganti namanya menjadi Garuda Indonesia (Sehingga hari tersebut dijadikan sebagai hari jadi Garuda Indonesia), dimana maskapai bernama *Indonesian Airways* terbang dari Jogjakarta menuju Jakarta dengan pesawat yang bernama *Seulawah* atau *Gunung Emas*, yang diambil dari nama gunung terkenal di Aceh. Dana untuk membeli pesawat seharga 120.000 Dollar Malaya ini didapatkan dari sumbangan rakyat Aceh. Maskapai ini tetap mendukung Indonesia sampai revolusi terhadap Belanda berakhir. Garuda Indonesia mendapatkan konsesi monopoli penerbangan dari pemerintah Republik Indonesia pada tahun 1950 dari KLM. Selain itu, Pemerintah Birma juga membantu mendirikan maskapai ini. Garuda Indonesia pada awalnya adalah hasil *joint venture* antara pemerintah Indonesia dengan KLM dengan kalkulasi pemerintah Indonesia memiliki 51% saham. Selama 10 tahun pertama, perusahaan ini dikelola oleh KLM. Tetapi karena paksaan nasionalis, KLM menjual sebagian dari sahamnya pada tahun 1953 ke Pemerintah Indonesia dan pada waktu yang bersamaan, maskapai ini memiliki 46

pesawat. Tahun 1956, Garuda Indonesia meresmikan pelayanan penerbangan haji menuju Mekkah dengan pesawat Convair CV-340.

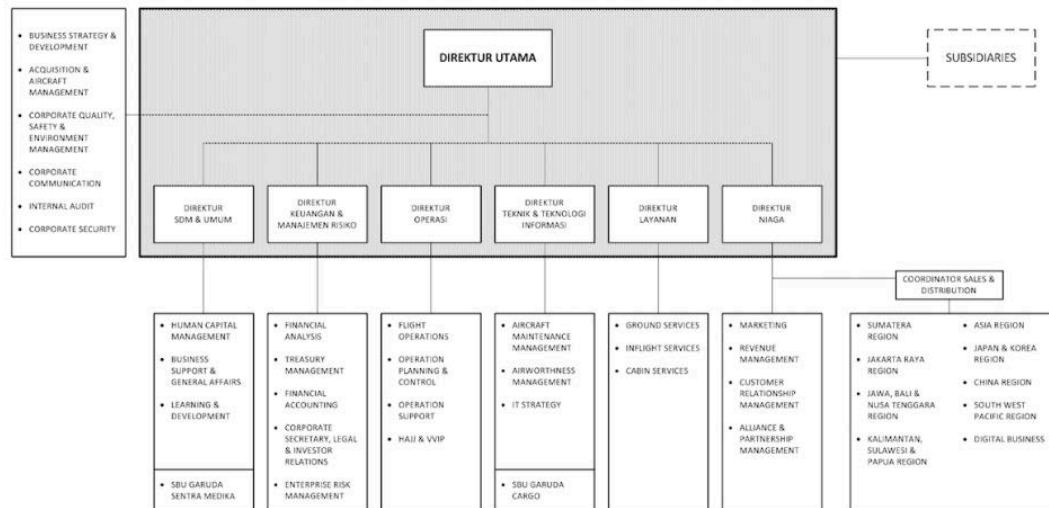
Garuda Indonesia menyumbangkan sebuah pesawat DC-3 kepada pemerintah negara Birma untuk membalas budi bantuan mereka. Saat itu, Garuda Indonesia telah memiliki 27 pesawat terbang, staf terdidik, bandara, dan jadwal penerbangan. Kesiapan Garuda Indonesia ini membuat mereka berbeda dengan maskapai pionir lainnya di Asia.

4.1.2 Visi dan Misi PT Garuda Indonesia

Visi: Menjadi perusahaan penerbangan yang handal dengan menawarkan layanan yang berkualitas kepada masyarakat dunia menggunakan keramahan Indonesia.

Misi: Sebagai perusahaan penerbangan pembawa bendera bangsa Indonesia yang mempromosikan Indonesia kepada dunia guna menunjang pembangunan ekonomi nasional dengan memberikan pelayanan yang profesional.

4.1.3 Struktur Organisasi PT Garuda Indonesia



Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Garuda Indonesia

Sumber: www.garuda-indonesia.com

4.1.4 Uraian Tugas dan Tanggung Jawab

Jabatan	Tugas dan Tanggung Jawab
Direktur Utama	Mengendalikan dan menjamin keberlangsungan bisnis Perseroan yang efektif dan efisien berdasarkan aturan perundangan yang berlaku dan prinsip-prinsip GCG
Direktur Operasi	Melaksanakan kepengurusan di bidang/direktorat operasi termasuk menyetujui dan memutuskan segala hal yang terkait dengan tanggung jawab dan kewenangan di bidang/direktorat operasi
Direktur Teknik dan Teknologi Informasi	Melaksanakan kepengurusan di bidang/direktorat teknik dan pengelolaan armada, termasuk menyetujui dan memutuskan segala hal yang terkait dengan tanggung jawab dan kewenangan di bidang/direktorat teknik dan teknologi informasi
Direktur Keuangan dan Manajemen Resiko	Melaksanakan kepengurusan di bidang/direktorat keuangan dan resiko termasuk menyetujui dan memutuskan segala hal yang terkait dengan tanggung jawab dan kewenangan di bidang/direktorat keuangan dan resiko
Direktur SDM dan Umum	Melaksanakan kepengurusan di bidang/direktorat sumber daya manusia dan umum serta kepengurusan SBU Garuda Sentra Medika termasuk menyetujui dan memutuskan segala hal yang terkait dengan tanggung jawab dan kewenangan di bidang/direktorat sumber daya manusia dan umum
Direktur Niaga	Melaksanakan kepengurusan di bidang/direktorat komersial serta kepengurusan SBU Garuda Cargo termasuk menyetujui dan memutuskan segala hal yang terkait dengan tanggung jawab dan kewenangan di bidang/direktorat komersial

Tabel 4.1 Uraian Tugas dan Tanggung Jawab Direksi PT Garuda Indonesia

Sumber: Laporan Tahunan 2014 PT Garuda Indonesia

4.1.5 Budaya Perusahaan PT Garuda Indonesia

Budaya perusahaan di PT Garuda Indonesia diberi istilah “*Fly-Hi*” yang adalah

:

1. *Efficient and effective*: Bekerja dengan akurat, hemat, dan tepat waktu guna memberikan hasil yang berkualitas
2. *Loyalty*: Menjalankan tugas dengan penuh dedikasi dan tanggungjawab
3. *Customer centricity*: Melayani dengan tulus dan mengutamakan kepuasan pelanggan
4. *Honesty and Openess*: Menjaga harkat dan martabat serta menghindarkan diri dari perbuatan tercela yang dapat merusak citra profesi dan perusahaan
5. *Integrity*: Menjunjung tinggi kejujuran, ketulusan, dengan tetap memperhatikan prinsip kehati-hatian.

4.2 Profil Informan

Peneliti melakukan observasi terhadap beberapa rekaman video berupa hasil wawancara media televisi nasional dengan Direktur Utama PT Garuda Indonesia yang menjabat pada tahun 2005-2014. Untuk mengetahui lebih jelas mengenai profil informan, telah dijabarkan dalam Tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4.2 Profil Informan

Nama	Emirsyah Satar 
Tempat, Tanggal Lahir	Jakarta, 28 Juni 1959
Kebangsaan	Indonesia
Agama	Islam
Pendidikan	Lulusan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia (tahun 1985)

Tabel 4.2 Profil Informan (sambungan)

<p>Pengalaman</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Tahun 1983 sebagai auditor di kantor akuntan <i>Pricewaterhouse Coopers</i> 2) Tahun 1985 sebagai <i>Assistant VP of Corporate Banking Group Citibank</i> 3) Tahun 1998-2003 sebagai Direktur Keuangan PT Garuda Indonesia 4) Tahun 2003-2005 sebagai Wakil Direktur Utama PT Bank Danamon 5) 21 Maret 2005 - 8 Desember 2014 menjadi Direktur Utama PT Garuda Indonesia.
<p>Penghargaan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) <i>The 2013 Travel Business Leader of The Year (by Television Network CNBC & Singapore Tourism Board)</i> 2) <i>Senayan City Infinite Merite Award 2013 (by Senayan City, untuk kontribusinya dalam perkembangan dunia pariwisata Indonesia)</i> 3) <i>The 1st rank of Best CEO 2013 (by Majalah SWA, IPSOS and Dunamis Organization Services)</i> 4) CEO Inovatif untuk Negeri (by Majalah Gatra) 5) <i>Indonesia Most Admired CEO 2013 (by Majalah Warta Ekonomi)</i>

Sumber: Emirsyah (Agustus 28, 2015)

4.3 Deskripsi Data

4.3.1 Data Observasi

Pada hari Senin tanggal 28 September 2015 pukul 19.31 WIB peneliti melakukan observasi terhadap 2 (dua) rekaman video yang dilakukan antara media televisi nasional dengan subjek penelitian yaitu Emirsyah Satar.

Video pertama, diambil dari situs www.youtube.com yang diunduh pada 18 November 2013 berdurasi 49 menit 42 detik. Rekaman video ini merupakan acara televisi yang berjudul “Satu Indonesia (bersama Emirsyah Satar)” yang merupakan program stasiun Net TV (PT Net Mediatama Indonesia) dengan pewawancara bernama Marissa Anita.

Video kedua, diambil dari situs www.youtube.com yang diunduh pada 9 Februari 2015 berdurasi 49 menit 4 detik. Rekaman video ini merupakan acara televisi yang berjudul “Satu Jam (bersama Emirsyah Satar)” yang merupakan program stasiun RTV (Rajawali Televisi) dengan pewawancara bernama Cheryl Tanzil.

4.3.2 Data Studi Dokumen

Untuk studi dokumen, peneliti menggunakan sebuah buku yang berjudul “*From One Dollar to Billion Dollars Company: Kisah Transformasi di Garuda Indonesia*”. Buku dengan total halaman 294 halaman ini ditulis oleh Rhenald Kasali dan Emirsyah Satar, diterbitkan tahun 2014 oleh Kompas Media Nusantara.

Buku tersebut menceritakan kondisi perusahaan di tahun 1990an ketika perusahaan dikatakan nyaris bangkrut hingga kondisi di tahun 2014 dimana dalam perjalanannya perusahaan sudah melakukan perbaikan dan perubahan di level transformasional dengan kendala yang dihadapi, formulasi strategi, perbaikan layanan, manajemen, dan sumber daya manusia serta tokoh-tokoh yang berperan didalamnya. Salah satu dari tokoh tersebut adalah Emirsyah Satar yang menjabat sebagai direktur utama pada tahun 2005-2014.

Berikut ini merupakan literatur yang dipakai dalam studi dokumen :

1. Tjitra, H., Panggabean, H., & Murniati, J. (2012). *Pemimpin dan Perubahan: Langgam Terobosan Profesional Bisnis Indonesia*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
2. Kasali, R., Satar, E. (2014). *From One Dollar to Billion Dollars Company: Kisah Transformasi di Garuda Indonesia*. Jakarta: Kompas Media Nusantara.

3. Netmediatama. (2013, November 18). Satu Indonesia – CEO Garuda Indonesia – Emirsyah Satar [Video file]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=mMRFbPFvTHk>

4.4 Pembahasan

Tjitra, Panggabean, dan Murniati (2012) dalam bukunya tentang “Pemimpin dan Perubahan” menulis bahwa Emirsyah Satar melakukan perubahan drastis berupa perbaikan sistem, membentuk aliansi strategis, dan mengubah *mindset* pimpinan dan karyawannya. Selain itu, Emirsyah Satar adalah agen perubahan yang membawa Garuda Indonesia terbang lebih tinggi.

Hermawan Kertajaya: Emirsyah Satar adalah *role model* kelas dunia yang terbukti dari menangnya perusahaan yang berada dibawah kepemimpinannya yaitu Garuda Indonesia di SkyTrax Internasional sebagai maskapai dengan kelas ekonomi terbaik di dunia dan nomor delapan secara keseluruhan (Netmediatama, November 18, 2013).

Majalah SWA memberikan penghargaan kepada Emirsyah Satar sebagai *1st rank of best CEO 2013*. Pemimpin redaksi majalah SWA, Kemal E. Gani mengatakan pemimpin puncak mempunyai peran yang sangat besar terhadap keberhasilan perusahaan, keberhasilan transformasi, dan sebagainya. Jadi perlu untuk memilih CEO terbaik di Indonesia agar menjadi teladan dan inspirasi bagi para calon pemimpin di Indonesia. (Netmediatama, November 18, 2013).

4.4.1 Transformational Leadership

Indikator pertama dari tipe kepemimpinan *transformational leadership* adalah menciptakan perubahan yang signifikan bagi pengikutnya dan organisasi secara keseluruhan. Dari hasil uji triangulasi terdapat temuan bahwa Garuda Indonesia merupakan contoh salah satu perusahaan yang mengalami perubahan secara transformasional. Hal ini semakin diperkuat dengan adanya fenomena perusahaan

tersebut yang sebelumnya berada dalam kondisi nyaris bangkrut dan sekarang menjadi salah satu maskapai terbaik di dunia, juga masuk dalam peringkat 10 besar *The World's Top Airlines*. Semua pencapaian ini membutuhkan seorang pemimpin (*leader*) yang mampu menciptakan perubahan signifikan bagi organisasi yang dipimpin.

Indikator kedua dari tipe kepemimpinan *transformational leadership* adalah kemampuan untuk memimpin perubahan dalam visi organisasi. Sejalan dengan visi perusahaan yaitu “Menjadi perusahaan penerbangan yang handal dengan menawarkan layanan yang berkualitas kepada masyarakat dunia menggunakan keramahan Indonesia”, Emirsyah Satar berusaha untuk setiap karyawannya memberikan pelayanan yang mencerminkan budaya Indonesia. Hal ini dilakukannya dengan mengembangkan konsep layanan Garuda Indonesia *Experience* yang mengusung *Indonesian Hospitality* melalui tampilan fisik, seragam, menu makanan, dan sebagainya maupun dari sistem rekrutmen karyawan yang memiliki jiwa “*service*”.

Indikator ketiga dari tipe kepemimpinan *transformational leadership* adalah kemampuan untuk memimpin perubahan dalam strategi. Dari hasil pengamatan terhadap beberapa sumber data diperoleh bahwa Emirsyah Satar memiliki kecenderungan untuk membuat segala sesuatu yang rumit menjadi lebih sederhana atau mudah dipahami. Cara seperti itu juga dilakukannya dalam menyusun sebuah strategi. Emirsyah Satar berprinsip bahwa strategi dibuat dalam tiga prioritas utama, ia juga mengharapkan hal tersebut dilakukan oleh karyawannya. Selama memimpin perusahaan Garuda Indonesia dalam program transformasi, Emirsyah Satar membagi strateginya kedalam tiga strategi yaitu *survival*, *turnaround*, dan *growth*.

Indikator keempat dari tipe kepemimpinan *transformational leadership* adalah kemampuan untuk memimpin perubahan dalam budaya. Dalam memimpin perusahaan Garuda Indonesia di tahun 2005-2014, komitmen awal yang diperkenalkan oleh Emirsyah Satar adalah keyakinan bahwa jangan pernah menyalahkan kegagalan Garuda pada orang lain. Emirsyah Satar percaya bahwa jika selalu menyalahkan orang lain, maka tidak akan pernah ada solusi untuk suatu masalah. Komitmen inilah yang diperkenalkannya kepada seluruh karyawan di Garuda Indonesia sehingga menjadi budaya mereka.

Indikator kelima dari tipe kepemimpinan *transformational leadership* adalah dapat bertindak secara optimis mengekspresikan masa depan. Saat diminta untuk menjadi direktur utama Garuda Indonesia, Emirsyah Satar memiliki keyakinan untuk mencoba memimpin dan membebani Garuda Indonesia sebagai langkahnya dalam berkontribusi bagi negara apalagi bahwa Garuda Indonesia adalah salah satu *icon* dari negara Indonesia.

Indikator keenam dari tipe kepemimpinan *transformational leadership* adalah membantu pengikut mengembangkan potensi mereka. Emirsyah Satar memulai langkah ini dengan sebuah semangat kerja “*one team, one spirit, one goal*”. Ia percaya bahwa jika bekerja secara bersama-sama dan saling percaya, maka akan tercipta suasana kerja yang jauh lebih baik. Yang berikut, Emirsyah Satar percaya bahwa dalam mengembangkan potensi karyawannya perlu menyeimbangkan antara *brain (logical approach)* dengan *heart (emotional approach)*. Ini dikarenakan bila *brain* terlampau dominan maka karyawan akan terkorbankan, namun jika *heart* terlampau dominan, maka perusahaan yang akan menderita.

4.4.2 Charismatic Leadership

Indikator pertama dari tipe kepemimpinan *charismatic leadership* adalah kemampuan untuk menginspirasi dan memotivasi pengikutnya untuk melakukan sesuatu melebihi ekspektasi. Indikator ini tidak ditemukan di sumber pengamatan.

Indikator kedua dari tipe kepemimpinan *charismatic leadership* adalah menanamkan kekaguman di pengikutnya. Indikator ini tidak ditemukan di sumber pengamatan.

4.4.3 Coalitional Leadership

Indikator pertama dari tipe kepemimpinan *coalitional leadership* adalah melibatkan pengembangan koalisi beberapa orang untuk mendukung tujuan. Dari hasil pengamatan yang dilakukan, Emirsyah Satar mengatakan bahwa kesuksesan Garuda Indonesia adalah karena kerja tim (*everyone have to contribute*). Dalam Kasali & Satar

(2014), hasil pengamatan yang dilakukan Emirsyah Satar saat menjadi direktur utama Garuda Indonesia menunjukkan bahwa karyawan masih kerja secara individualis bahkan tiap departemen atau unit terjadi kompetisi dan tidak saling percaya, Selain itu, antara pilot, awak kabin, staf bagian niaga, keuangan, dan *maintanance* ternyata tidak mau disatumejakan. Emirsyah Satar membangun kerjasama tim di Garuda Indonesia saat itu agar karyawan bekerja sebagai satu tim untuk satu tujuan yang sama yaitu membawa perusahaan ke arah yang lebih baik. Dalam hal ini, Emirsyah Satar membangun koalisi tim untuk mendukung tujuannya.

Indikator kedua dari tipe kepemimpinan *coalitional leadership* adalah bisa memengaruhi orang lain untuk mengimplementasi keputusan pemimpin dan mencapai tujuannya. Indikator ini tidak ditemukan di sumber pengamatan.

Indikator ketiga dari tipe kepemimpinan *coalitional leadership* adalah membina relasi dengan pelanggan. Hal ini dilakukan agar pelanggan mengetahui dan percaya terhadap perusahaan dan pelanggan dapat menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia. Bagi Emirsyah Satar, reputasi adalah segalanya dan paling penting. Ia berusaha memberikan reputasi yang baik dimana ia berada. Selain itu, dalam masa kepemimpinannya Garuda Indonesia memperkenalkan konsep “Garuda Indonesia *Experience*” yaitu konsep layanan kepada pelanggan yang diangkat dari budaya Indonesia.

Indikator keempat dari tipe kepemimpinan *coalitional leadership* adalah membina relasi dengan pemangku kepentingan yang secara potensial dapat mendukung keputusan. Indikator ini tidak ditemukan di sumber pengamatan.

Berdasarkan data observasi 2 (dua) rekaman video dengan narasumber Emirsyah Satar dan data hasil studi dokumen terhadap 1 (satu) buah karya tulis berupa buku kisah transformasi di Garuda Indonesia, diketahui bahwa tipe kepemimpinan Emirsyah Satar saat menjabat sebagai direktur utama PT. Garuda Indonesia tahun 2005-2014 adalah gabungan antara tipe pemimpin transformasional dan tipe pemimpin koalisional.

Tipe kepemimpinan transformasional dapat dilihat dari terpenuhinya semua indikator tipe pemimpin transformasional yang merupakan teori dari Anderson &

Anderson (2010) dari observasi dua rekaman video tersebut. Tipe pemimpin transformasional dilihat ketika informan sebagai CEO pada waktu itu berusaha untuk membentuk budaya kerja yang dimulai dengan jargon: “*one team, one spirit, one goal*” diikuti oleh budaya organisasi “*Fly-Hi*” (*eFficient and Effective, Loyalty, Customer Centricity, Honesty and Openess, Integrity*), membuat formulasi strategi yang bertahap yang terbagi 3 (tiga) tahap dari “*Survival*” (tahun 2005-2006), “*Growth*” (2007-2008) dan “*Turnaround*”, berusaha menciptakan perubahan yang signifikan bagi karyawan dan organisasi secara keseluruhan, berusaha mengubah *mindset* di benak para karyawan bahwa Garuda bukan perusahaan transportasi melainkan perusahaan jasa penerbangan.

Tipe kepemimpinan koalisional dapat dilihat dari terpenuhinya sebagian besar indikator tipe pemimpin koalisional yang merupakan teori dari Anderson & Anderson (2010). Hal ini dilihat dari jargon yang diperkenalkan oleh Emirsyah Satar yaitu “*one team, one goal, one spirit*” artinya bahwa karyawan di Garuda Indonesia bekerja sebagai satu tim. Dari hasil observasi terhadap rekaman video wawancara juga terlihat Emirsyah Satar menginginkan semua tim bekerja dan mendukung semua keputusan serta kebijakan yang terbaik untuk perusahaan (*team building*).

4.5 Implikasi Manajerial

Kemampuan menciptakan perubahan yang signifikan bagi pengikut dan organisasi berdampak pada perusahaan dalam memperoleh kepercayaan pelanggan dan para pemangku kepentingan. Investor menjadi percaya untuk menanamkan modal di perusahaan yang “sehat”.

Kemampuan untuk menciptakan perubahan dalam visi organisasi berdampak pada implementasi strategis dari visi perusahaan yaitu “Menjadi perusahaan penerbangan yang handal dengan menawarkan layanan yang berkualitas kepada masyarakat dunia menggunakan keramahan Indonesia”. Hal ini terlihat dari konsep layanan Garuda Indonesia *Experience* yang mengutamakan *Indonesian hospitality* baik untuk pasar domestik maupun internasional.

Kemampuan dalam memimpin perubahan dalam strategi berdampak pada adanya langkah manajerial yang efektif untuk memperbaiki masalah yang ada dalam perusahaan. Tidak semua strategi harus dipakai, untuk itu perlu adanya identifikasi terhadap prioritas masalah dan kemudian menyusun strategi untuk menyelesaikan masalah.

Kemampuan untuk memimpin perubahan dalam budaya berdampak pada adanya perubahan lingkungan dan suasana kerja. Jika budaya kerja sebelumnya tidak berfokus untuk kepentingan perusahaan, maka diperlukan suatu perubahan agar tiap individu bekerja untuk kepentingan perusahaan, tidak saling berkompetisi antar unit kerja.

Optimis dalam mengekspresikan masa depan memiliki dampak pada semangat kerja untuk mengelola perusahaan. Dalam hal ini, pemimpin bisa memberikan arah dan tujuan kedepan yang jelas kepada pengikutnya.

Pemberdayaan potensi individu berdampak pada kontribusi kinerja karyawan bagi perusahaan. Pemimpin harus melakukan pendekatan dengan karyawan guna menciptakan komunikasi dengan karyawan dan pemimpin mengetahui langkah strategis dalam pemberdayaan individu.

Melalui pengembangan koalisi beberapa orang, maka kelemahan-kelemahan individu dapat diatasi. Koalisi beberapa orang tersebut berdampak pada adanya kesatuan kerja para pekerja, fokus utama adalah untuk kepentingan perusahaan.

Membina relasi dengan pelanggan berdampak pada perusahaan dalam memperoleh kepercayaan dari pelanggan. Pelanggan yang percaya kepada perusahaan memiliki implikasi positif kepada perusahaan misalnya dalam hal investasi ke perusahaan.