



PORTFOLIO MERZA GAMAL

- **Corporate Culture Specialist**
- **Business Researcher & Coach**
- **Pengkaji Sosial Ekonomi Islami**

Profile Merza Gamal



Merza Gamal di lahirkan di Dabosingkep, Kepulauan Riau pada tanggal 28 Januari 1965, dan menyelesaikan Magister Profesional di Sekolah Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor, dan memiliki beberapa sertifikasi perbankan. Malang melintang di dunia perbankan sejak tahun 1990, dan 15 tahun diantaranya bergabung dengan sebuah Bank Syariah terbesar di Indonesia yang merupakan grup perbankan papan atas, membuat Merza siap *sharing knowledge & experience*-nya.

Merza berpengalaman di berbagai unit kerja perbankan, mulai dari dunia Marketing, baik di bidang Funding maupun Lending hingga menjadi Branch Manager. Selain itu, berpengalaman pula mensupervisi beberapa Department di Head Office pada bidang yang berkaitan dengan *Business Research, Network Development, Service Quality Management, Marketing Strategy, Fraud Prevention, Corporate Culture Building, SWOT Analysis*, dan *Human Resource Development*, serta menyusun Business Plan dan *Feasibility Study* pembukaan cabang Bank Syariah.

Merza juga berpengalaman dalam perencanaan bisnis Rumah Sakit, Perhotelan, Pendidikan dan telah menerbitkan beberapa buku terkait Ekonomi Syariah dan *Corporate Culture*.

Saat ini, Merza juga mengelola beberapa perusahaan keluarga, serta menjadi Konsultan dan *Advisor Change & Transformation Management* di beberapa Lembaga Perbankan & Group Perusahaan.



Daftar Isi

Pelatihan & Workshop

- Workshop Merancang Change Management & Cultural Transformation Berbasis OCAI (The Organizational Culture Assessment Instrument)
- Workshop Mempersiapkan Transformasi Budaya Perusahaan (Corporate Culture)
- Pelatihan Kepemimpinan Transformasional
- Pelatihan Spiritual Good Leader
- Pelatihan Service Quality Leadership
- Pelatihan Kepribadian Pemimpin (Leader Personality)
- Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Manajer Non Keuangan

Konsultasi & Pendampingan

- Konsultasi & Pendampingan Penyusunan Rancang Bangun Corporate Culture
- Konsultasi dan Pendampingan Evaluasi dan Assessment Implementasi Corporate Culture
- Konsultasi dan Pendampingan Evaluasi dan Assessment Implementasi Corporate Culture
- Konsultasi dan Pendampingan Penyusunan Penilaian Kinerja Berbasis Implementasi
- Konsultasi dan Pendampingan Perumusan Visi dan Misi Perusahaan
- Konsultasi Penyusunan & Analisa SWOT
- Konsultasi Penyusunan Business Performance Management dengan pendekatan Balance Scorecard (BSC)

Survei & Kajian

- Employee Satisfaction & Relationship Survey (Survei Hubungan dan Kepuasan Karyawan)
- Kajian Knowledge Readiness Assessment (Penilaian Kesiapan Pengetahuan Insan Perusahaan)
- Corporate Culture Assessment (Penilaian Budaya Perusahaan)

Portfolio Change Management & Cultural Transformation

Pelatihan & Workshop

Workshop Merancang Change Management & Cultural Transformation Berbasis OCAI (The Organizational Culture Assessment Instrument)

Latar Belakang Workshop:

Perubahan adalah sebuah keniscayaan dalam dunia usaha, apalagi dengan kemajuan teknologi dan dunia on line yang sangat pesat pada dasawarsa terakhir. Dalam layanan dunia usaha, tuntutan customer telah berubah dari *Service Excellence* menjadi *Customer Centric*. Kemudian batas negara dalam perusahaan semakin tak ada sekat. Dengan kondisi demikian, perusahaan harus siap mengubah system manajemen dan mentransformasi budaya dengan *corporate values* yang kuat dan terimplementasi menjadi *corporate culture*.

Workshop ini akan memberikan pengetahuan tentang apa itu Change Management dan Cultural Transformation serta kapan perlu dilakukannya. Untuk melakukan perubahan perlu diketahui langkah-langkah yang harus dilakukan, kemudian dilakukan diagnosa dan perubahan cultural. Hasil diagnosa menjadi dasar untuk menyusun perubahan visi & misi, dan shared values perusahaan. Untuk mengeksekusi visi, misi, dan values yang telah ditetapkan maka perlu dirancang bangunan transformasi cultural yang dimulai dengan menyusun strategi perusahaan.

Waktu Pelaksanaan Training: **2 hari** (full day)

Rancangan Materi Workshop:

I. Pendahuluan

1. Masa Depan Dunia
2. Apa yang Mengubah Manajemen & Transformasi Budaya
3. Ketika Perlu Mengubah Manajemen & Transformasi Budaya

II Metode Langkah untuk Perubahan oleh Prof. John Kotter

1. Rasa Mendesak
2. Membangun Tim Pemandu
3. Bentuk Visi Strategis dan Inisiatif
4. Daftarkan Pasukan Sukarelawan
5. Aktifkan Tindakan dengan Menghapus Hambatan
6. Hasilkan Kemenangan Jangka Pendek
7. Mempertahankan Akselerasi
8. Perubahan Institusi

III. Mendiagnosis & Mengubah Budaya Organisasi

1. Kutipan dari Pakar
2. Dimensi
3. Kerangka Nilai Yang Bersaing
4. Profil Budaya Organisasi
5. Analisis Sarana dan Cara
6. Isi Manajerial yang Kritis
7. Profil Keterampilan Manajemen
8. Kategori Kompetensi Clustering

IV. Menyusun Perubahan Visi & Misi Perusahaan

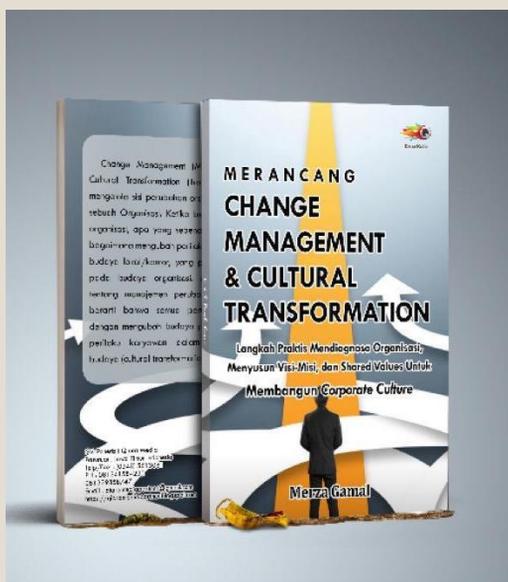
1. Flow Perumusan Visi & Misi
2. Contoh Corporate Vision
3. Kerangka Perumusan Visi
4. Menurunkan Visi Perusahaan Menjadi Misi Perusahaan

V. Menyusun Corporate Shared Values

1. Kaidah Penyusunan Shared Values
2. Contoh Corporate Shared Values
3. Brainstorming Perumusan Values
4. Hasil Rumusan Shared Values

VI. Merancang Cultural Transformation

1. Corporate Strategy
2. Media Implementasi Values Menjadi Culture
3. Mekanisme Implementasi Values
4. Dampak Leadership Actions terhadap Implementasi Cultural
5. Proses Penyusunan Corporate Culture
6. Rancang Bangun Transformasi Cultural



Workshop Mempersiapkan Transformasi Budaya Perusahaan (Corporate Culture)

Latar Belakang Workshop:

Untuk menghadapi perubahan yang cepat seperti globalisasi, revolusi industri 4.0, dan krisis pandemi Covid-19, serta mampu bertahan secara berkelanjutan dan berusia panjang, organisasi bisnis harus memiliki budaya yang ditanamkan sejak dini dan merupakan proses yang panjang. Akan tetapi, perubahan yang cepat membutuhkan penanganan non organik untuk menanamkan nilai-nilai budaya perusahaan pada masing-masing individu di dalam organisasi bisnis.

Untuk menanamkan komponen-komponen budaya ke dalam proses dan sistem perusahaan, sehingga lebih mendorong individu untuk berperilaku sesuai dengan budaya perusahaan, perlu disusun program transformasi yang secara mekanik mampu men-drive upaya pembudayaan nilai-nilai perusahaan.

Workshop ini memberikan pelatihan menyusun program-program implementasi hingga tersusun menjadi Master Program Implementasi dan dilengkapi dengan penilaian keberhasilan program sebagai bagian Performance Apraisal terhadap kinerja setiap insan perusahaan. Oleh karena itu, tepat untuk diikuti oleh pemimpin perusahaan dan unit kerja perencanaan strategi perusahaan, serta human capital.

Waktu Pelaksanaan Workshop: **2 hari (full day)**

Rancangan Materi Workshop:

I. Pengenalan Corporate Culture

1. Apa itu Corporate Culture;
2. Pengaruh Corporate Culture terhadap Kinerja Perusahaan;
3. Tahapan Internalisasi Corporate Values Menjadi Corporate Culture;
4. Corporate Culture Menunjang Keberhasilan Strategi Bisnis;
5. Proses Penyusunan Corporate Culture.

II. Dasar-dasar Kajian Penyusunan Corporate Culture

1. Behaviors, Symbol, dan System;
2. Mekanisme Implementasi Values;
3. Dampak Leadership Action terhadap Implementasi Budaya;
4. Kognitif, Afektif, dan Psikomotorik;
5. Nonton Bareng & Diskusi Implementasi Corporate Culture.

III. Corporate Culture Master Program

1. Peranan Corporate Values;
2. Roadmap Pembudayaan Corporate Culture;
3. Tujuan Pembudayaan;
4. Metodologi Program Implementasi Corporate Culture;
5. Mekanisme Implementasi Corporate Culture;
6. Monitoring Implementasi Program;
7. Integrasi Program Budaya untuk Mencapai Kinerja Perusahaan.

IV. Benchmark Culture Transformasi

1. Perjalanan Transformasi Budaya Perusahaan Induk;
2. Penjabaran, Behaviors, Symbol, dan System Dalam Pilar-pilar Budaya;
3. Area Konsolidasi Non Financial Perusahaan Induk dan Perusahaan Anak;
4. Tracking Master Program Transformasi Corporate Culture
5. Struktur Transformasi Corporate Culture

V. Contoh Penyusunan Program Transformasi Corporate Culture

1. Template Penyusunan Program;
2. Panduan Pengisian Template;
3. Contoh Program Transformasi Corporate Culture;
4. Latihan Menyusun Program Transformasi.

VI. Contoh Penyusunan Master Program Transformasi Corporate Culture

1. Template Penyusunan Master Program;
2. Panduan Pengisian Template Master Program;
3. Contoh Master Program Transformasi Corporate Culture;
4. Latihan Menyusun Master Program Transformasi.

VII. Contoh Penyusunan Performance Contract & KPI Berbasis Corporate Culture

1. Contoh Performance Contract;
2. Contoh Penilaian dan Evaluasi Kerja Berbasis Corporate Culture.



Pelatihan Kepemimpinan Transformasional

Latar Belakang Pelatihan:

Pemimpin bukanlah hanya seorang manajer. Pada masa globalisasi dan era baru pasca pandemic Covid-19, seorang pemimpin tidak cukup bekerja semata-mata secara kontraktual, tetapi harus menjadi pemimpin transformasional.

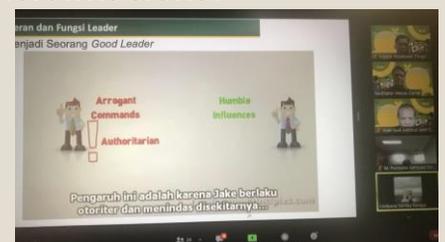
Pelatihan ini akan memberikan pembelajaran dan pemahaman kepada pemimpin untuk:

1. Meningkatkan kompetensi dirinya serta mampu menjadi role model dalam mempengaruhi anggota tim;
2. Mampu berfikir strategis dan melihat secara keseluruhan dengan cara pandang organisasi, agar tetap bertumbuh;
3. Mampu melakukan eksekusi terhadap strategi yang telah dibuat, sehingga dapat mendorong kinerja organisasi secara optimal;
4. Mempengaruhi anggota tim untuk dapat melaksanakan implementasi strategi yang telah direncanakan.

Waktu Pelaksanaan Pelatihan: **1 hari** (full day)

Rancangan Materi Pelatihan:

- I. **Tantangan Globalisasi dan Era New Normal**
 - A. Menghadapi Tantangan Perubahan
 - B. Hubungan antara Perubahan dan Kompleksitas
- II. **Karakter Seorang Leader**
 - A. Arti Kepemimpinan (Leadership)
 - B. Perbedaan Leadership dan Manajerial
 - C. Filosofi Kepemimpinan
- III. **Peran dan Fungsi Leader**
 - A. Dua Aspek Peran Kepemimpinan
 - B. Lima Level Kepemimpinan
 - C. Menjadi Seorang Good Leader
 - D. Spiritual Good Leader
- IV. **Transformational Leadership**
 - A. Perbedaan Pemimpin Transaksional dan Transformasional
 - B. Tujuh Prinsip Kepemimpinan Transformasional
 - C. Kesalahan-kesalahan Kepemimpinan Transformasional
- V. **Membangun Visi yang Inspiratif**
 - A. Menciptakan Komitmen
 - B. Kompetensi Kepemimpinan
 - C. Pemimpin Membantu Anggota Tim



Pelatihan Spiritual Good Leader

Latar Belakang Pelatihan:

Dalam menghadapi persaingan di era globalisasi menjadi seorang good Leader saja tidak cukup. Seorang Leader yang kuat adalah seorang Leader yang menanamkan nilai-nilai spiritual dalam dirinya dan dalam kepemimpinannya.

Pelatihan ini membuka wawasan para Leader di unit kerjanya masing-masing untuk memahami bagaimana menjadi Leader yang baik yang mampu membangun sebuah teamwork yang kuat dengan nilai spiritual sehingga mampu mewujudkan nilai-nilai pada anggota team dalam mencapai kinerja yang optimal.

Waktu Pelaksanaan Pelatihan: **1 hari (full day)**

Materi yang disampaikan:

- I. **Tantangan Globalisasi dan New Normal**
 - A. Menatap Masa Depan Pasca Pandemi
 - B. Mengapa Leadership Penting?
- II. **Karakter Leadership**
 - A. Apa Itu Leadership?
 - B. Menjadi Seorang Good Leader
 - C. Good Leader Saja Tidak Cukup
- III. **Spiritual Good Leader**
 - A. Mengapa Spiritualitas Dibutuhkan?
 - B. Catwalk Kehidupan
 - C. Meaning of Work
- IV. **Spiritual Entrepreneurial Leadership**
 - A. Model Spiritual Entrepreneurial Leadership
 - B. Spiritual Entrepreneurial Leadership Characteristics
 - C. Spiritualitas dan Kinerja Perusahaan
- V. **Mengembangkan Employee Value Proposition (EVP)**
 - A. What is EVP?
 - B. Contoh EVP di Beberapa Perusahaan
 - C. Menilai dan Membangun Kapabilitas Team
- VI. **Membangun Mental Model Employee**
 - A. Out of Control vs In Control
 - B. Reaksi Victim vs Player
 - C. Mengubah Mindset dari Knower Menjadi Leaner
- VII. **Bagaimana Gaya Leadership Anda?**
 - A. Management by Walking Around
 - B. Management by Sitting Down
 - C. Beberapa Kiat



Pelatihan Service Quality Leadership

Latar Belakang Pelatihan:

Layanan adalah pembeda dalam dunia usaha saat ini, Layanan tidak bisa hanya diserahkan kepada pelaksana, tapi harus dibangun dalam sebuah sistem dalam nilai-nilai budaya perusahaan. Layanan merupakan tanggung jawab utama dari para Leader.

Pelatihan ini memberikan bekal kepada para Leader untuk memahami pelaksanaan pelayanan di lapangan dan menjadi role model untuk menjadi agen perubahan dalam memberikan layanan kepada customer oleh para pelaksana yang melayani para customer.

Waktu Pelaksanaan Pelatihan: **2 hari (full day)**

Materi yang akan disampaikan:

I. Tantangan Globalisasi

- A. Menghadapi Tantangan Globalisasi
- B. Mengapa Leadership Penting?

II. Karakter Leadership

- A. Apa Itu Leadership?
- B. Menjadi Seorang Good Leader
- C. Good Leader Saja Tidak Cukup

III. Fungsi Leader Sebagai Pelayan

- A. Karakteristik Layanan
- B. Leader = Customer Service
- C. Service Leadersip
- D. Budaya Layanan

IV. Apa Itu Layanan Prima (Service Excellence)?

- A. Definisi Layanan
- B. Siapa Customer Kita
- C. Definisi Layanan Prima

V. Unsur Layanan Prima

- A. Semboyan Kerja Layanan
- B. Magic Words vs Killer Words
- C. Panggung Layanan

VI. Spiritualitas Layanan

- A. Memuliakan Tamu & Keimanan
- B. Peranan Anda
- C. Kebutuhan Customer
- D. Rumus Pelayanan
- E. Managing Expectation



- VII. **Standar Penampilan Layanan**
 - A. Standar Penampilan Umum
 - B. Standar Kualitas Penampilan
- VIII. **Komunikasi Layanan**
 - A. Model Komunikasi
 - B. Unsur Komunikasi
 - C. Bahasa Tubuh Positif & Profesional
 - D. Mendengar Secara Aktif
- IX. **Penangan Komplain**
 - A. Mengapa Customer Tidak Datang Lagi?
 - B. Mengapa Masalah Customer Harus Ditangani?
 - C. Langkah Menangani Masalah Customer
- X. **Gaya Leadership Mempengaruhi Kualitas Layanan**
 - A. Management by Walking Around
 - B. Management by Sitting Down
 - C. Effective Leader



Pelatihan Kepribadian Pemimpin (Leader Personality)

Latar Belakang Pelatihan:

Seringkali gaya kepemimpinan dikaitkan dengan sebuah kepribadian. Begitu juga untuk bisa mengetahui bagaimana mengimbangnya. Salah satu alat ukur kepribadian yang cukup dikenal ialah DISC.

DISC merupakan singkatan dari Dominance, Influence, Steadiness, dan Compliance. Keempatnya merupakan tipe karakter atau kepribadian. Penemu dari teori ini yaitu Dr. William Moulton Marston pada tahun 1920, seorang psikolog Universitas Harvard. Hingga saat ini, banyak orang yang menggunakan teori ini sebagai salah satu alat ukur kepribadian. Salah satu penerapan DISC bisa kita lihat dalam perannya terhadap gaya kepemimpinan seseorang.

Di samping itu, untuk menggapai kesuksesan, seorang pemimpin harus memiliki GRIT

Angela Duckworth dalam bukunya yang berjudul GRIT: *The Power of Passion and Perseverance* menjelaskan memiliki bakat atau talenta tidaklah cukup, kita memerlukan kemampuan untuk menghadapi kesulitan dalam hidup.

Dalam workshop ini, peserta sebagai pemimpin akan mendapatkan pencerahan tentang tipe kepribadian dan daya juang seorang pemimpin. Di samping itu peserta dapat mengetahui tipe kepribadian apa yang dimiliki, serta seberapa kuat daya juang peserta melalui assessment DISC dan Test GRIT yang dilakukan saat workshop.

Waktu Pelaksanaan Pelatihan: **1 hari (full day)**

Materi yang disampaikan:

I. Tipe Kepribadian DISC (Dominance, Influence, Steadiness, dan Compliance)

- A. Pengantar DISC
- B. Assesment DISC
- C. Penjabaran DISC

II. GRIT (Kekuatan Passion dan Ketekunan)

- A. Pengantar GRIT
- B. Test GRIT
- C. Penjabaran GRIT

No.	Item	4	3	2	1	0
1	Apakah Anda memiliki tujuan yang jelas?					
2	Apakah Anda memiliki rencana yang jelas?					
3	Apakah Anda memiliki komitmen yang kuat?					
4	Apakah Anda memiliki ketekunan yang tinggi?					
5	Apakah Anda memiliki kemampuan untuk menghadapi tantangan?					
6	Apakah Anda memiliki kemampuan untuk berkolaborasi?					
7	Apakah Anda memiliki kemampuan untuk beradaptasi?					
8	Apakah Anda memiliki kemampuan untuk berinovasi?					
9	Apakah Anda memiliki kemampuan untuk berorganisasi?					
10	Apakah Anda memiliki kemampuan untuk berkomunikasi?					
11	Apakah Anda memiliki kemampuan untuk berkolaborasi?					
12	Apakah Anda memiliki kemampuan untuk beradaptasi?					
13	Apakah Anda memiliki kemampuan untuk berinovasi?					
14	Apakah Anda memiliki kemampuan untuk berorganisasi?					
15	Apakah Anda memiliki kemampuan untuk berkomunikasi?					

No.	Item	4	3	2	1	0
1	Apakah Anda cenderung mengambil keputusan dengan cepat?					
2	Apakah Anda cenderung berbicara dengan banyak orang?					
3	Apakah Anda cenderung mengikuti aturan yang ketat?					
4	Apakah Anda cenderung bekerja dengan tenang dan stabil?					
5	Apakah Anda cenderung mengambil keputusan dengan lambat?					
6	Apakah Anda cenderung berbicara dengan sedikit orang?					
7	Apakah Anda cenderung mengabaikan aturan yang ketat?					
8	Apakah Anda cenderung bekerja dengan cepat dan efisien?					
9	Apakah Anda cenderung mengambil keputusan dengan cepat?					
10	Apakah Anda cenderung berbicara dengan banyak orang?					
11	Apakah Anda cenderung mengikuti aturan yang ketat?					
12	Apakah Anda cenderung bekerja dengan tenang dan stabil?					
13	Apakah Anda cenderung mengambil keputusan dengan lambat?					
14	Apakah Anda cenderung berbicara dengan sedikit orang?					
15	Apakah Anda cenderung mengabaikan aturan yang ketat?					
16	Apakah Anda cenderung bekerja dengan cepat dan efisien?					
17	Apakah Anda cenderung mengambil keputusan dengan cepat?					
18	Apakah Anda cenderung berbicara dengan banyak orang?					
19	Apakah Anda cenderung mengikuti aturan yang ketat?					
20	Apakah Anda cenderung bekerja dengan tenang dan stabil?					
21	Apakah Anda cenderung mengambil keputusan dengan lambat?					
22	Apakah Anda cenderung berbicara dengan sedikit orang?					
23	Apakah Anda cenderung mengabaikan aturan yang ketat?					
24	Apakah Anda cenderung bekerja dengan cepat dan efisien?					
25	Apakah Anda cenderung mengambil keputusan dengan cepat?					

Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Manajer Non Keuangan

Latar Belakang Pelatihan:

Manajemen harus dipandang sebagai satu kesatuan fungsi yang tidak dapat dipisahkan. Sebuah organisasi tidak hanya bisa berfokus pada satu fungsi manajemen, dan akan mengakibatkan pengelolaan perusahaan akan timpang.

Manajemen keuangan merupakan salah satu bagian dari manajemen perusahaan yang merupakan dasar bagi setiap keputusan di masing-masing fungsi organisasi perusahaan. Manajemen keuangan harus pula dipahami oleh manajer non keuangan karena hampir setiap keputusan dalam fungsional apa pun harus memberikan kontribusi perolehan laba/profit bagi perusahaan.

Untuk itu, manajer non keuangan perlu diberikan pelatihan agar dapat memahami manajemen keuangan sehingga dalam setiap pengambilan keputusan senantiasa memperhatikan kondisi keuangan dan menghasilkan profit bagi perusahaan.

Waktu Pelaksanaan

- Pelatihan: **1 hari (full day)**
- Workshop: **2 hari (full day)**

Materi yang disampaikan:

I. Peran Manajemen Keuangan Dalam Perusahaan

- A. Fungsi Manajemen Keuangan
- B. Hubungan Manajemen Keuangan dengan Manajemen Non Keuangan
- C. Konektivitas Internal dan Eksternal Manajemen Keuangan
- D. Tantangan Manajemen Keuangan di Era Next Normal

II. Mengenal Lingkungan Keuangan & Sumber Dana

- A. Pengertian Lingkungan Keuangan
- B. Jenis-jenis Lembaga Keuangan
- C. Keperluan Pendanaan Perusahaan
- D. Sumber Pendanaan Perusahaan

III. Memahami Laporan Keuangan

- A. Neraca (Balance Sheet)
- B. Laporan Laba Rugi (Income Statement)
- C. Laporan Arus Kas (Cashflow Statement)
- D. Laporan Perubahan Saldo Laba (Statement of Retained Earnings)

IV. Menyusun Rencana Kerja dan Anggaran Berbasis Balance Scorecard

- A. Memahami Perspektif Manajemen Strategi dan Eksekusi
- B. Dasar-dasar Balanced Scorecard (BSC)
- C. Kerangka Sistem Manajemen Kinerja Terintegrasi BSC



Konsultasi & Pendampingan

Konsultasi & Pendampingan Penyusunan Rancang Bangun Corporate Culture

Perubahan adalah sebuah keniscayaan dalam dunia usaha, apalagi dengan kemajuan teknologi dan dunia on line belakangan pada dasawarsa terakhir. Dalam layanan dunia usaha, tuntutan customer telah berubah dari *Service Excellence* menjadi *Branded Service (Product Centric)*, dan tidak lama setelah itu berubah lagi menjadi *Care with Character (Customer Centric)*. Perubahan *Product Centric* menjadi *Customer Centric*, membutuhkan *corporate values* yang kuat dan terimplementasi menjadi *corporate culture*.

Untuk menghadapi perubahan yang cepat, organisasi bisnis agar bisa berkelanjutan dan berusia panjang, harus memiliki budaya yang ditanamkan sejak dini dan merupakan proses yang panjang. Namun, perubahan yang cepat membutuhkan penanganan non organik untuk menanamkan nilai-nilai budaya perusahaan pada masing-masing individu di dalam organisasi bisnis.

Untuk menanamkan komponen-komponen budaya ke dalam proses dan sistem perusahaan, sehingga lebih mendorong individu untuk berperilaku sesuai dengan budaya perusahaan, perlu disusun program yang secara mekanik mampu *men-drive* upaya pembudayaan *Shared Values* perusahaan.

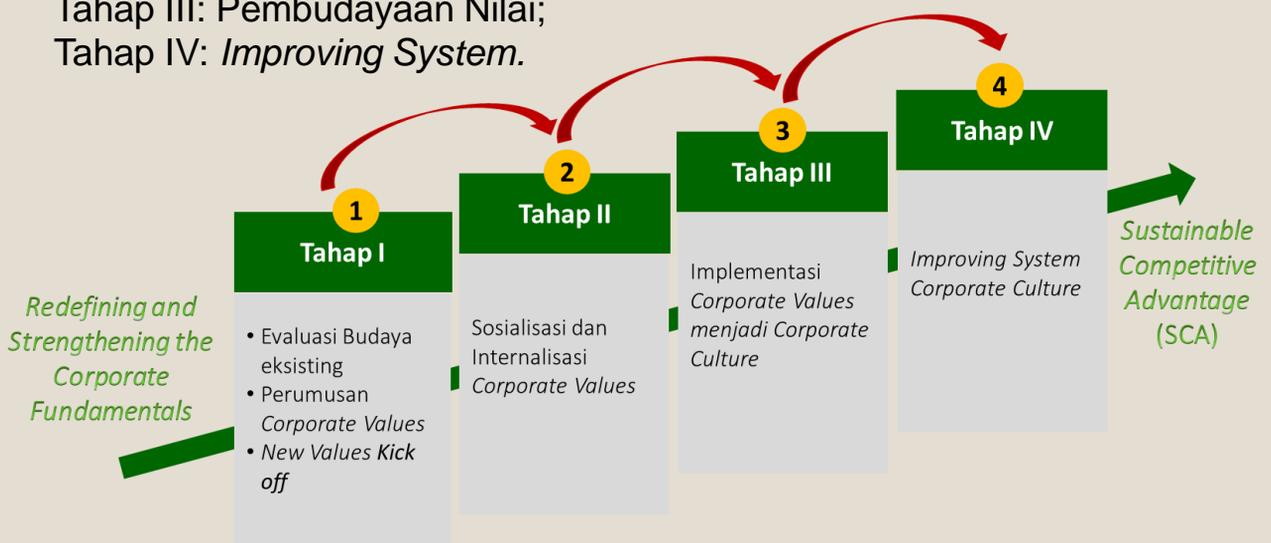
Proses pembudayaan *Corporate Shared Values* menjadi *Corporate Culture* membutuhkan beberapa tahapan, yaitu:

Tahap I: Perumusan *Shared Value* dan *Core Behavior*;

Tahap II: Sosialisasi dan Internalisasi *Shared Values*;

Tahap III: Pembudayaan Nilai;

Tahap IV: *Improving System*.



Kami dapat melakukan konsultasi dan pendampingan penyusunan rancang bangun *Corporate Culture* dan membuat program-program terpadu yang tidak lepas sendiri-sendiri. Namun, kami juga siap melakukan konsultasi dan pendampingan bertahap, serta bisa pula per jenis kegiatan.

Tahapan konsultasi dan/ atau pendampingan untuk program penguatan Implementasi *Corporate Shared Values/ Nilai-nilai Perusahaan* menjadi budaya perusahaan/ *Corporate Culture* adalah sebagai berikut:

No.	Jenis Kegiatan	Uraian Kegiatan
A	Evaluasi Internalisasi Corporate Shared Values/ Nilai-nilai Perusahaan	Mengidentifikasi gap antara nilai-nilai perusahaan dengan praktek atau pemahaman yang diterima karyawan perusahaan untuk membentuk kesamaan paradigma dalam pengembangan nilai perusahaan menjadi budaya perusahaan.
B	Pengkajian Efektifitas Organisasi	Melaksanakan kajian kebutuhan penyesuaian sistem manajemen SDM yang dapat mendorong perubahan perilaku pegawai.
C	Penyusunan Program	Menyusun blue print (action plan) berdasarkan mapping work session beserta alat-alat ukur implementasi dan hasilnya bagi pertumbuhan bisnis dan involvement pegawai sebelum program, pada saat program berjalan, serta sesudah program berakhir.
D	Pembentukan Tim Implementasi Budaya	Membuat tim kerja dengan fungsi human capital yang dapat mendorong perubahan perilaku dan memungkinkan reposisi organisasi untuk mencapai visi dan strategi perusahaan.
E	Pembuatan Modul Pelatihan	Menyusun modul pelatihan yang terkait dengan Corporate Shared Values dan menyesuaikan dengan sasaran yang ingin dicapai (sesuai dengan tujuan program).
F	Pengelompokan Pegawai	Mengelompokkan pegawai berdasarkan training yang telah mereka ikuti berkaitan dengan budaya perusahaan atau pengendalian diri.
G	Pelatihan	Memberikan pemahaman lebih mendalam tentang nilai-nilai perusahaan tidak hanya sekedar tacit knowledge tetapi menjadi hal yang tertanam di hati seluruh karyawan perusahaan serta menjadi explicit knowledge serta perilaku sehari-hari.
H	Monitoring	Melaksanakan review feedback training serta evaluasi dampak program terhadap pertumbuhan bisnis, keterikatan pegawai sebelum program, pada saat program berjalan dan sesudah program berakhir.
I	Key Value Indicator (KVI)	Merumuskan nilai-nilai perusahaan/ Corporate Shared Values sebagai alat ukur (penilaian) seorang pegawai dalam menerapkan nilai-nilai perusahaan di kesehariannya.
J	Sosialisasi KVI	Mensosialisasikan KVI ke seluruh unit kerja.
K	Implementasi KVI	Pelaksanaan KVI sebagai bagian dari penilaian triwulanan dan tahunan.

Konsultasi dan Pendampingan Evaluasi dan Assessment Implementasi Corporate Culture

Assessment dan Evaluasi dilakukan untuk mengetahui Implementasi Corporate Culture saat ini berupa:

A. *Culture Assessment Survey* kepada seluruh insan perusahaan;

Materi Survey Pengukuran Kesehatan Budaya Perusahaan:

1. Pemahaman karyawan mengenai Visi dan Misi Perusahaan;
2. Pemahaman karyawan mengenai Kepemimpinan di Perusahaan;
3. Pemahaman karyawan mengenai Inovasi Budaya di Perusahaan;
4. Pemahaman karyawan mengenai Komunikasi di Perusahaan;
5. Pemahaman karyawan mengenai Efisiensi Proses Kerja;
6. Pemahaman karyawan mengenai Budaya Pelayanan Pelanggan;
7. Pemahaman karyawan mengenai Efektifitas Pelatihan;
8. Pemahaman karyawan mengenai Performa Kinerja.

B. *Focus Group Discussion* Evaluasi Internalisasi Nilai Budaya dan Implementasi Budaya Perusahaan; Apabila hasil *assessment* dan evaluasi mensyaratkan perubahan, maka disusun Visi, Misi, dan Values baru (*additional*),

1. FGD diikuti oleh Direksi, Head Group, Perwakilan insan perusahaan setiap Group, dan perwakilan cabang;
2. Memaparkan hasil Pengukuran Assessment Budaya Perusahaan;
3. Diskusi permasalahan-permasalahan terkini terkait budaya kerja dan gejala-gejala (isu-isu) yang berpengaruh langsung terhadap kinerja perusahaan;
4. Evaluasi Budaya Perusahaan saat ini dan masa depan dengan tools OCAI (The Organizational Culture Assessment Instrument)
5. Penyampaian materi langkah-langkah penyusunan Master Program Corporate Culture
6. Pembuatan draft master rancangan program dengan skala berdasarkan gejala (isu) yang paling urgent.



Laporan Awal
Kajian Nilai Budaya BPJSTK
November 2018



**Evaluasi Visi-Misi dan Values
PT Bank Riau Kepri**
Dalam Rangka Konversi Menjadi Bank Umum
Syariah (BUS)

DISIAPKAN OLEH
Lembaga Pengembangan
Perbankan Indonesia
Berkonsep Syariah

DISIAPKAN UNTUK
bankriaukepri

Konsultasi dan Pendampingan Penyusunan Program Transformasi Corporate Culture

Penyusunan Program Transformasi Corporate Culture berupa:

- A. Workshop Penyusunan Rancang Bangun dan Master Program Budaya
- Workshop akan dilaksanakan selama 2 hari, dan akan dihadiri oleh peserta Team Kerja Penyusunan Master Program Pembudayaan dengan pokok acara:
1. Pematangan draft rancangan Master Program Pembudayaan berikut rujukan kurikulum pelatihan;
 2. Penyusunan klasifikasi penguatan internalisasi dan implementasi Core Values sebagai Budaya Perusahaan;
 3. Penyusunan *mapping work session* untuk berbagai inisiatif dan aktifitas dalam hal internalisasi dan *embedding mechanism* budaya perusahaan;
 4. Penyusunan tim kerja dengan fungsi human capital yang dapat mendorong perubahan perilaku dan memungkinkan reposisi organisasi untuk mencapai visi dan strategi perusahaan.
- B. Workshop Penyusunan dan Penyelarasan Modul Pelatihan yang terkait dengan Budaya Perusahaan
- Workshop akan dilaksanakan selama 2 hari, dan akan dihadiri oleh peserta Team Kerja Penyusunan Master Program Transformasi Budaya dengan pokok acara:
1. Penyusunan modul pelatihan yang terkait dengan Budaya Perusahaan;
 2. Penyelarasan (sinkronisasi) modul-modul pelatihan dengan sasaran yang ingin dicapai (sesuai dengan tujuan program).
- C. Pendampingan Penyusunan Rancang Bangun Master Program Budaya & Modul Pelatihan
- Pembuatan Kerangka Rancang Bangun Transformasi Budaya Perusahaan dengan melakukan:
1. Pendampingan dan Konsultasi Penyusunan Program Budaya Per Unit Kerja; serta
 2. Pembahasan Finalisasi Rancang Bangun Transformasi Budaya Perusahaan.



Konsultasi dan Pendampingan Perumusan Visi dan Misi Perusahaan

Dalam hal pencapaian suatu tujuan diperlukan perencanaan dan tindakan nyata untuk dapat mewujudkannya. Secara umum bisa dikatakan bahwa Visi dan Misi adalah suatu konsep perencanaan yang disertai dengan tindakan sesuai dengan apa yang direncanakan untuk mencapai suatu tujuan.

Organisasi perlu untuk menyusun visi, misi, grand strategi, sasaran dan indikator capaiannya. Dalam hal ini, organisasi akan memaksimalkan semua sumber daya yang ada untuk mencapai visi dan misinya. Oleh karena itu proses merumuskan visi, misi, grand strategi serta indikator haruslah tepat.

Perumusan Visi dan Misi bertujuan untuk:

- Memberikan arah kebijakan pelaksanaan pengembangan program secara bertahap dan berkelanjutan.
- Memberikan pedoman dalam penyusunan dokumen perencanaan lainnya seperti dokumen *roadmap* dan dokumen Rencana Strategis (renstra) lembaga.
- Memberikan pedoman dalam merencanakan pengembangan organisasi ke depan secara terukur, konsisten, terintegrasi, melembaga dan berkelanjutan.

Perumusan Visi dan Misi bermanfaat untuk:

- Memberikan gambaran dan pandangan masa depan yang ingin diwujudkan.
- Memudahkan semua divisi untuk melaksanakan pekerjaan dalam rangka pencapaian visi dan misi organisasi.
- Memberikan target yang jelas dan terukur mengenai capaian untuk 20 tahun kedepan dengan tahapan per-5 (lima) tahunan.
- Menimbulkan komitmen tinggi dari seluruh jajaran dan lingkungan perusahaan.
- Menjamin kesinambungan kepemimpinan organisasi perusahaan.

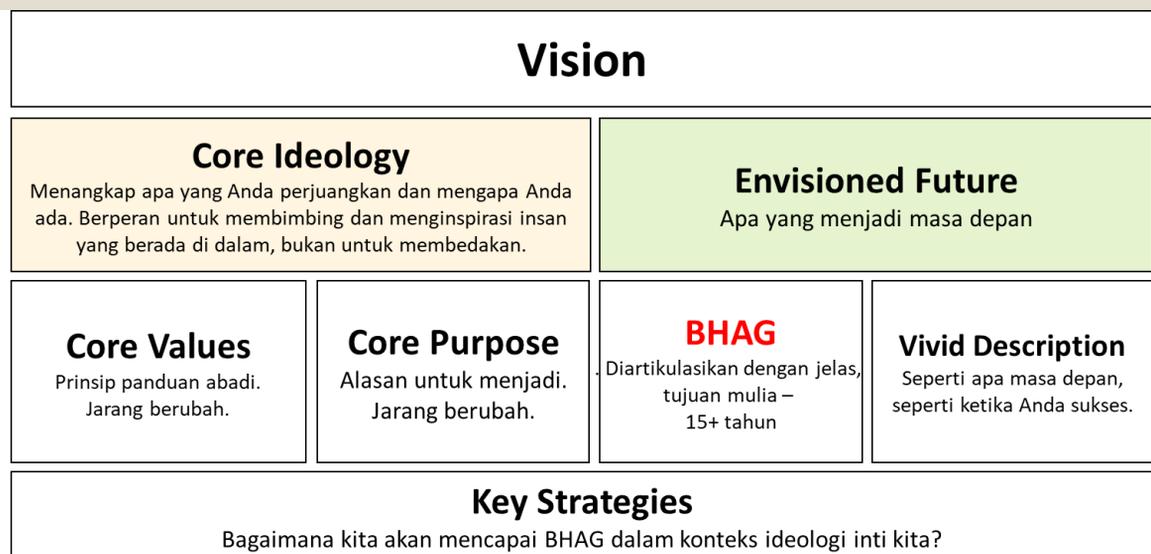


Merumuskan Visi dan Misi dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain dengan melibatkan pihak-pihak yang berkepentingan, menyelaraskan kegiatan proses utama dengan sumber daya yang ada, untuk memungkinkan organisasi melaksanakan kegiatannya lebih baik dan dengan seefisien mungkin, serta menentukan lingkungan yang sangat berguna untuk menentukan apakah misi organisasi perusahaan tidak bertentangan secara internal dan eksternal.

Langkah-langkah yang bisa dilakukan dalam pembuatan Pernyataan Visi dan Misi Perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Focus Group Discussion Evaluasi dan Penyusunan Visi-Misi Perusahaan;
2. Pembahasan Draft Visi Misi bersama Tim Kerja Penyusunan Draft Visi-Misi Perusahaan;
3. Finalisasi Penyusunan Draft Visi-Misi Perusahaan.

Kerangka membangun Visi menggunakan metode “*Building Your Company’s Vision*” by James C. Collins and Jerry I. Porras yang dikenal dengan mekanisme BHAG dapat digambarkan sebagai berikut:



*) **BHAG: Big Hairy Audacious Goal** (Tujuan Berani Berbulu Besar)

Source: "Building Your Company's Vision", by James C. Collins and Jerry I. Porras; HBR (1996)

Konsultasi Penyusunan & Analisa SWOT

I. Pendahuluan

Setiap perusahaan menghadapi perubahan lingkungan dunia usaha yang sangat fundamental, sekaligus kompleks, apalagi di era teknologi digital saat ini.

Perubahan-perubahan yang terjadi membuat bisnis sebuah perusahaan menemukan tantangan-tantangan yang berat dalam meraih peluang-peluang yang ada di dunia bisnis. Oleh karena itu kondisi internal yang kuat harus selalu dibangun dan dijaga serta dikelola dengan baik agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin berat dari hari ke hari.

Untuk menghadapi tantangan dan persaingan usaha, sebuah perusahaan perlu mempunyai rencana bisnis yang komprehensif dengan strategi dasar yang inovatif, tajam, dan efektif. Untuk itu, diperlukan analisa SWOT yang komprehensif pula. Analisa SWOT akan dapat menentukan gambaran posisi dan strategi perusahaan sebagai bagian pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan.

II. Analisa SWOT

Analisa *SWOT*, yang merupakan singkatan dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan *Threat* (ancaman), merupakan salah satu metode untuk membantu menganalisa kondisi internal dan eksternal perusahaan. Diharapkan dari analisa *SWOT* ini, perusahaan akan dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang ada di dalam perusahaan, serta peluang dan ancaman yang ada di luar perusahaan.

Strength (kekuatan), merupakan kekuatan internal yang dimiliki perusahaan yang dapat menjadi penggerak (*drivers*) peningkatan *performance* perusahaan. *Weakness* (kelemahan) merupakan kelemahan internal yang terjadi di perusahaan. *Strength* dan *Weakness* merupakan faktor-faktor internal yang terjadi di perusahaan dan masih dapat dikontrol oleh perusahaan (*controllable*).

Opportunity (peluang), merupakan peluang bisnis yang ada yang berasal dari lingkungan bisnis di luar perusahaan. Selanjutnya dengan mengoptimalkan kekuatan yang ada, perusahaan diharapkan dapat memanfaatkan peluang bisnis yang ada. *Threat* (ancaman), merupakan ancaman bisnis yang berasal dari lingkungan bisnis di luar perusahaan. Dengan melakukan identifikasi terhadap ancaman bisnis yang akan dihadapi, perusahaan diharapkan akan lebih siap dalam menyikapi atau menghindari ancaman yang ada. Baik *Opportunity* dan *Strength* merupakan faktor-faktor eksternal yang terjadi di luar perusahaan dan diluar kontrol oleh perusahaan (*uncontrollable*).

Selanjutnya, atas dasar analisa *SWOT* dapat ditentukan gambaran posisi dan strategi perusahaan yang akan dipergunakan dalam pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan (*corporate plan*).

III. Sumber Data dan Metoda Analisa

Sumber data penyusunan dan analisa *SWOT* diperoleh dari data primer dan data sekunder. Metoda analisa *SWOT* dilakukan melalui metoda peran aktif yang dilakukan oleh semua unit kerja yang ada di perusahaan.

Metode peran aktif dilakukan melalui sejumlah survey dan kajian internal yang melibatkan personal internal dan customer perusahaan. Survey dilakukan dengan mengisi kuesioner dengan metoda wawancara tatap muka.

Salah satu survey yang dilakukan adalah penilaian internal terhadap kekuatan dan kelemahan organisasi perusahaan melalui model penilaian Malcolm Baldrige. Penilaian Malcolm Baldrige biasa digunakan di Amerika Serikat untuk menilai kinerja organisasi perusahaan setiap tahun. Penilaian tersebut dimaksudkan untuk dapat menyediakan petunjuk dalam meningkatkan mutu perusahaan. Model Malcolm Bardrige menilai 7 kategori yang masing-masing terdiri dari beberapa sub kategori. Responden survey ini adalah seluruh pimpinan unit kerja dan beberapa kepala bagian/senior officer.

Survey juga dilakukan kepada customer eksisting untuk mengetahui kelemahan dan kekuatan perusahaan dari sisi persepsi, kepuasan, dan loyalitas customer. Analisa kelemahan dan kekuatan juga dilengkapi dengan kajian lain yang telah dilakukan sebelumnya,

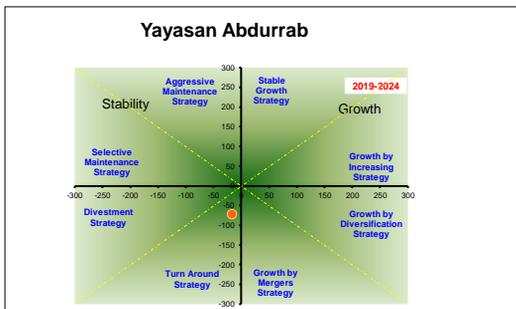
Untuk mengetahui peluang dan tantangan, dilakukan dengan mengkaji berbagai referensi baik berupa laporan dan kajian dari berbagai lembaga dan media.

Setelah butir-butir SWOT dapat diidentifikasi, kemudian dilakukan pembobotan masing-masing butir. Pembobotan dilakukan juga dengan metoda peran aktif seluruh unit kerja. Hasil dari pembobotan dikalkulasikan untuk mengetahui posisi kondisi perusahaan. Dengan mengetahui gambaran kondisi perusahaan, maka diharapkan dapat disusun strategi yang optimal mendekati kondisi yang sebenarnya untuk mencapai rencana bisnis bank ke depan.

Hasil Analisa SWOT

FAKTOR	Bobot x Nilai Rata-2
OPPORTUNITIES	314,55
THREATS	385,71
STRENGTHS	418,18
WEAKNESSES	434,85
2019	
O-T	(71,47)
S-W	(16,67)

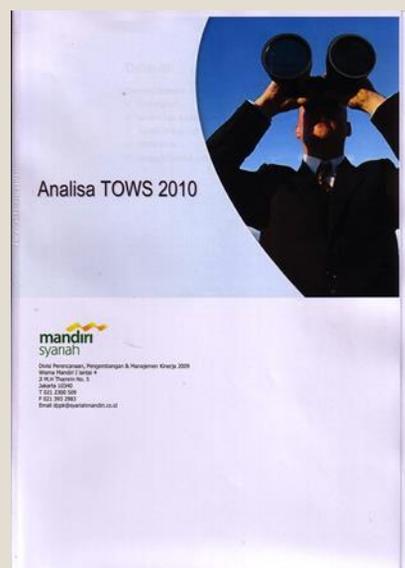
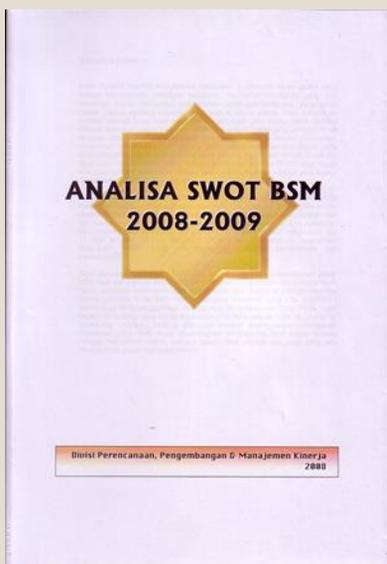
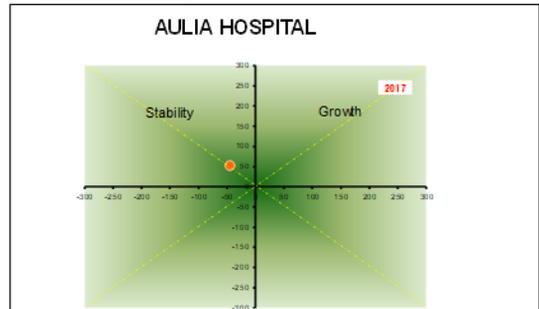
CONTOH



Hasil Analisa SWOT

FAKTOR	Bobot x Nilai Rata-2
OPPORTUNITIES	432,14
THREATS	379,12
STRENGTHS	362,12
WEAKNESSES	407,27
2017	
O-T	53,02
S-W	(45,15)

CONTOH



Konsultasi Penyusunan Business Performance Management dengan pendekatan Balance Scorecard (BSC)

Perkembangan bisnis yang semakin beragam dan semakin luas harus ditopang dengan gambaran kinerja (*performance indicator*) yang utuh dan komprehensif (bukan saja indikator kinerja keuangan tapi juga indikator organisasi, proses dan kinerja SDM) secara periodik.

Dengan adanya BSC (*Balance Scorecard*), kesulitan manajemen dalam pengambilan keputusan akibat data yang luas, beragam, dan kompleks dapat digeneralisasikan dalam kesatuan perspektif. BSC juga mengurangi hambatan manajemen untuk mengkomunikasikan strategi bisnis sampai level terendah. Melalui BSC, setiap individu dapat mengetahui kinerja unit kerjanya serta kontribusinya terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Melalui BSC seluruh kegiatan organisasi akan semakin terarah dan benar-benar merefleksikan arah perusahaan. BSC diperkenalkan oleh Kaplan dan Norton pada Tahun 1992 dan hingga saat ini telah mengalami perkembangan dalam metode maupun konsepnya.

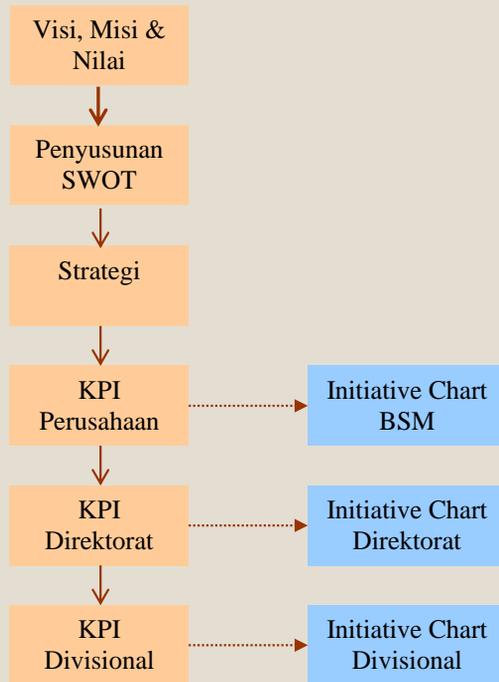
BSC menilai kinerja organisasi melalui empat perspektif yaitu perspektif keuangan (*financial perspective*), perspektif pelanggan (*customer perspective*), perspektif proses bisnis internal (*internal business process perspective*) dan perspektif pertumbuhan dan pembelajaran (*learning & growth perspective*).

The Balanced Scorecard: 4 Perspectives



Empat perspektif BSC kemudian akan diturunkan dalam beberapa indikator kinerja untuk masing-masing perspektif. Indikator kinerja ini dikenal dengan istilah *Key Performance Indicator*. Secara umum terdapat beberapa tahapan dalam implementasi *Balanced Scorecard* di suatu organisasi.

Tahapan dalam Implementasi BSC:



Dengan memiliki BSC, organisasi telah mempunyai suatu sistem metode penilaian kinerja perusahaan yang sistematis dan komprehensif. Dengan demikian manajemen dapat mengimplementasikan strategi bisnis lebih efektif dan efisien untuk mewujudkan visi dan misi perusahaan.



Survei & Kajian

Employee Satisfaction & Relationship Survey

(Survei Hubungan dan Kepuasan Karyawan)

Keberhasilan sebuah perusahaan sangat ditentukan oleh kualitas sumberdaya manusia yang ada pada perusahaan tersebut. Karyawan (insan perusahaan) sebagai elemen perusahaan tidak boleh dipandang sebagai pekerja, tapi harus dipandang sebagai aset utama, bahkan modal perusahaan. Karena karyawan merupakan aset, maka harus dijaga, dibina dan dikembangkan. Semakin mampu karyawan berkembang, menjadi lebih pintar, semakin positif pengaruhnya bagi perusahaan.

Kehidupan perusahaan tidak lepas dari peran karyawannya. Bahkan maju mundurnya perusahaan juga ditentukan oleh kinerja para karyawannya. Semakin baik kinerja karyawan, maka semakin sehat dan kuat perusahaan tersebut. Sebaliknya kinerja karyawan yang rendah akan mendatangkan berbagai permasalahan bagi perusahaan. Hal ini mengakibatkan kelancaran operasional perusahaan terganggu, dan jika dibiarkan terus dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Karena itu tidak heran jika pegawai disebut sebagai aset paling penting perusahaan.

Untuk mencapai hal tersebut di atas, maka perlu dilakukan survei karyawan meliputi aspek hubungan (*relationship*), kepuasan (*satisfaction*) dan juga sikap atau perilaku pegawai (*behaviour*).

Survei Kepuasan dan Hubungan Karyawan memiliki tujuan dan kegunaan sebagai berikut:

1. Melakukan *organizational check-up* dari sisi hubungan (*relationship*), perilaku (*behaviour*) dan kepuasan (*satisfaction*) karyawan perusahaan;
2. Mengidentifikasi *internal strenght* dari sisi karyawan;
3. Melakukan evaluasi dan perbaikan untuk meningkatkan kinerja dan kepuasan karyawan sebagai aset perusahaan.

Untuk menciptakan hubungan pelanggan yang diinginkan perusahaan, karyawan harus siap untuk bekerja cerdas dan bekerja keras demi memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini tidak akan terjadi jika karyawan tidak termotivasi untuk menampilkan performa terbaik mereka.

Menurut pakar human capital, motivasi karyawan tidak harus terkait dengan hadiah financial. Apa yang dibayarkan dan keuntungan yang diberikan perusahaan kepada karyawan mungkin penting untuk membuat mereka bekerja. Namun untuk mendapatkan hasil terbaik dari karyawan adalah sangat tergantung dari bagaimana perusahaan memperlakukan mereka.

Dalam rangka mendapatkan keuntungan besar di masa depan, merupakan hal yang penting untuk terus menerus mengukur dampak dari hubungan, kepuasan, dan perilaku karyawan terhadap sikap dan ketahanan pelanggan serta dampak yang dihasilkan pada indikator performa perusahaan.

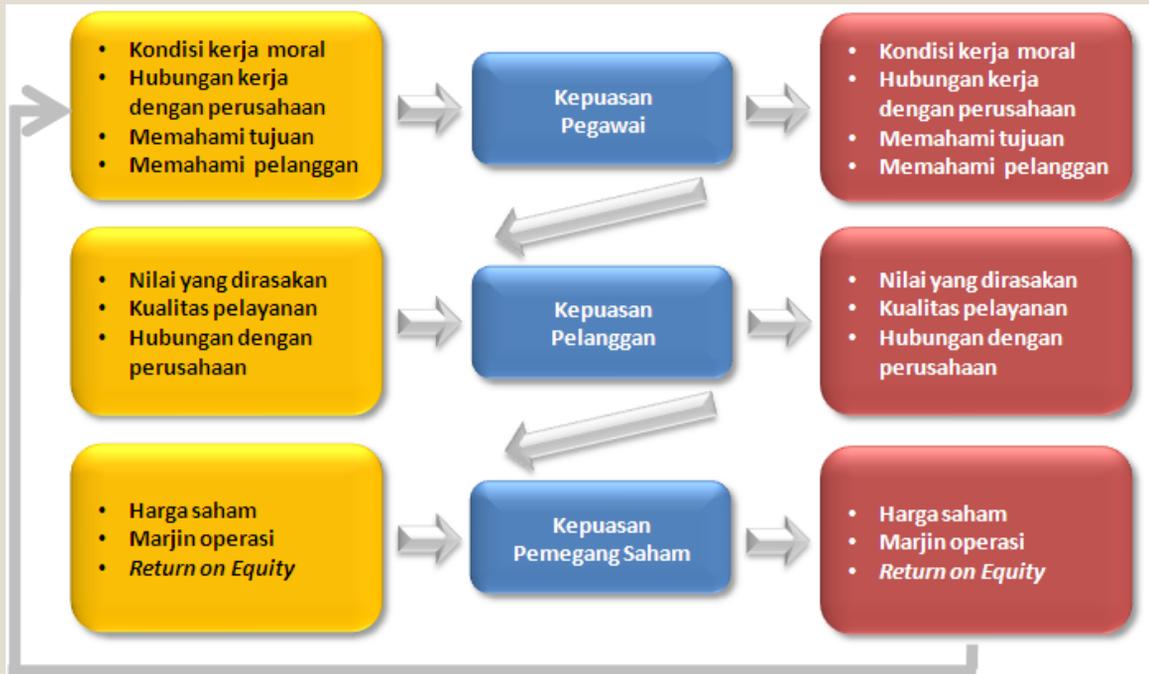
Berdasarkan data yang dikumpulkan dari pelanggan dan karyawan akan dapat dibuat model terintegrasi yang mengkaitkan karyawan dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat menentukan hasil yang diperoleh oleh perusahaan. Hasil yang diperoleh oleh perusahaan akan menciptakan nilai bagi pemegang saham jangka panjang.

Melalui analisa data sikap, hubungan, dan kepuasan karyawan, manajemen dapat melihat hasil dalam bentuk meningkatnya hubungan pelanggan dan nilai pemegang saham yang diperoleh dari investasi yang berkaitan dengan human capital. Investasi tersebut berupa biaya rekrutmen karyawan, training, motivasi, pengenalan dan program pemberian reward serta segala sesuatu yang berkaitan dengan sumber daya insani.

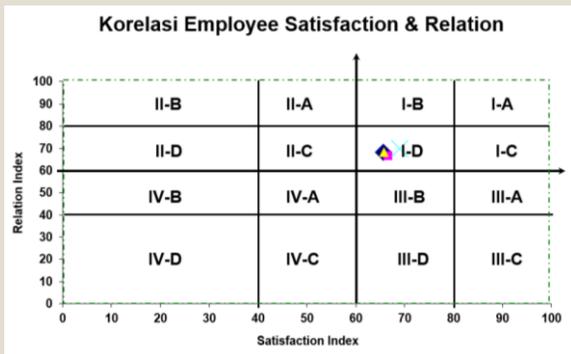
Materi kuisisioner untuk survei hubungan dan kepuasan karyawan disusun melalui pendekatan Model Sears. Model Sears adalah suatu metode menonjol dalam mengembangkan dan menerapkan ukuran non financial untuk menaksir dampak kepuasan karyawan terhadap kepuasan pelanggan.

Metode tersebut juga dapat mengukur kepuasan pelanggan terhadap profitabilitas. Dari pengalaman perusahaan yang memakai Model Sears diketahui bahwa peningkatan 5 poin pada sikap karyawan akan menghasilkan peningkatan 0,5% pada pertumbuhan pendapatan. Untuk itu sikap, hubungan, dan kepuasan karyawan harus diukur secara berkala.

Model "The Employee-Customer Profit Chain at Sears"



Ketiga keterkaitan dalam Model Sears menunjuk kepada arah strategis berkenaan dengan pengelolaan fungsi sumber daya insani. Hasil dari riset yang terintegrasi akan memiliki implikasi penting bagi pengembangan program pelatihan, pemberian *reward* dan motivasi karyawan, serta komunikasi internal.



BANK Syariah BUKOPIN

Internalisasi Transformasi Budaya BSB BISA Employee Value Proposition

DISIAPKAN UNTUK
KB Bukopin Syariah

Dokumen ini berisi informasi yang bersifat rahasia milik Bank Syariah Bukopin. Penyampaian kepada pihak ketiga atau seluruh atau sebagian dari dokumen ini dapat mengakibatkan kerugian bagi Bank Syariah Bukopin. Penyampaian kepada pihak ketiga harus mendapatkan persetujuan tertulis dari Bank Syariah Bukopin.

Analisa Survei Pegawai BSM 2009
(Indeks Tingkat Hubungan, Kepuasan, dan Perilaku)

Divisi Perencanaan, Pengembangan, dan Manajemen Kinerja

Jl. MH Thamrin No. 5
Wisma BDN Lantai 4
0212266663411

Survei Pegawai BSM 2011
Analisis Hubungan, Kepuasan, dan Perilaku Pegawai

PT Bank Syariah Mandiri
Divisi Perencanaan, Pengembangan & Manajemen Kinerja
Wisma Mandiri | Lantai 4
Jl. MH Thamrin No. 5
Jakarta 10130
Telp 021 2983 2983 #3455-15
Fax 021 2983 2983
email: oppk@syariahmandiri.co.id

mandiri syariah

Kajian Knowledge Readiness Assessment (Penilaian Kesiapan Pengetahuan Insan Perusahaan)

Dunia telah memasuki era perekonomian pengetahuan, meninggalkan era perekonomian perindustrian dimana pengetahuan menjadi sumber daya yang paling penting serta strategis, dan learning menjadi kemampuan paling penting dan strategis bagi organisasi.

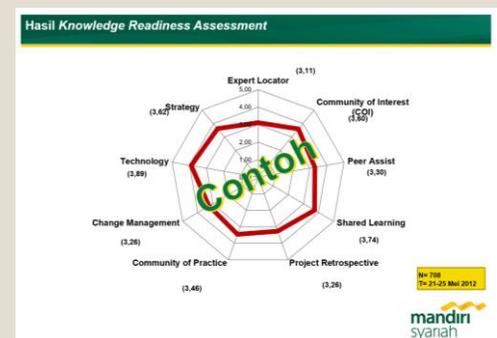
Untuk dapat mencapai sasaran perusahaan di tengah persaingan yang semakin ketat, organisasi harus mencari cara untuk mengelola pengetahuan yang dimilikinya, terutama pengetahuan yang dimiliki masing-masing individu sehingga mampu menghasilkan produk/jasa/solusi yang berkualitas dan bersaing.

Cara atau sistem mengelola pengetahuan yang dimiliki di lingkungan organisasi disebut sebagai *knowledge management*. *Knowledge management* mencakup masalah inovasi, kolaborasi, *intellectual capital management*, dan *organizational learning*.

Organisasi yang telah berhasil mengelola, mengembangkan dan memanfaatkan pengetahuan yang mereka miliki untuk kemaslahatan *stakeholder/shareholder* mereka bisa disebut sebagai *knowledge based enterprise*. Sebuah perusahaan yang memiliki tujuan mencapai *Sustainable Competitive Advantage (SCA)* tidak bisa tidak menjadi *knowledge based enterprise*.

Dalam rangka penyusunan *BSM Knowledge Management*, maka perlu dilakukan Knowledge Readiness Assessment sebagai dasar pengetahuan untuk membangun *knowledge capability*.

Assessment dilakukan melalui e-survey berupa kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan untuk mengetahui sejauh mana kesiapan perusahaan dalam membangun Corporate Knowledge Management. Hasil *assessment* akan menentukan langkah-langkah yang akan dilakukan Tim *Knowledge Management* selanjutnya.



Corporate Culture Assessment (Penilaian Budaya Perusahaan)

Budaya perusahaan merupakan salah satu faktor penting demi tercapainya SDM berkualitas yang merupakan kunci sukses sebuah organisasi. Program Budaya Kerja merupakan salah satu fondasi tegaknya perusahaan, selain visi, misi, struktur organisasi dan kebijakan perusahaan.

Sebuah perusahaan harus terus melakukan *continuous improvement* sehingga mampu menghasilkan budaya kerja yang baik untuk tetap bisa menjadi yang terbaik. Salah satu langkah yang perlu dilakukan adalah mengetahui tingkat pemahaman karyawan (insan perusahaan) terhadap budaya perusahaan yang ada. Langkah ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk melakukan *improvement* dalam rangka mewujudkan perusahaan yang *Sustainable Competitive Advantage* (SCA).

Tujuan assessment adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pemahaman karyawan mengenai Visi dan Misi Perusahaan;
2. Mengetahui pemahaman karyawan mengenai Kepemimpinan;
3. Mengetahui pemahaman karyawan mengenai Inovasi Budaya;
4. Mengetahui pemahaman karyawan mengenai Komunikasi;
5. Mengetahui pemahaman karyawan mengenai Efisiensi Proses Kerja;
6. Mengetahui pemahaman karyawan mengenai Budaya Pelayanan Pelanggan;
7. Mengetahui pemahaman karyawan mengenai Efektifitas Pelatihan;
8. Mengetahui pemahaman karyawan mengenai Performa/Kinerja.

Metodologi Kajian:

Kajian assement ini menggunakan data primer dan sekunder dalam penyusunannya. Data primer diperoleh dengan melakukan field research. Data sekunder diperoleh dari bahan-bahan atau sumber bacaan yang terkait dengan penyusunan kajian. Field research dilakukan melalui survei untuk seluruh karyawan perusahaan. Pengumpulan data dilakukan dengan metode e-survei melalui media online.



Portfolio
Change Management
&
Cultural Transformation

No.	Perusahaan/Institusi	Subjek	Periode
1.	Bank Syariah Mandiri	Departement Head Research & Development	2004-2010
		Departement Head Service Quality Management	2010-2012
		Departement Head Corporate Culture & Fraud Prevention	2012-2015
		Koordinator Penyegaran Budaya ETHIC BSM	2012-2013
		Koordinator BSM Service Champion	2011-2013
		Anggota Team Penyusunan The 7 Fundamentals of BSM	2013-2014
		Ketua Tim Rancang Bangun Transformasi Budaya BSM	2014-2015
		Advisor Pengembangan BSM Service Culture	2010-2015
		Advisor Pengembangan BSM Risk Culture	2013-2015
		Ketua Tim Implementasi BSM Anti Fraud	2013-2015
2.	Bank Mandiri	Anggota Tim Transformasi One Mandiri Culture	2012-2015
		Anggota Tim Kolaborasi Implementasi Budaya Mandiri Subsidiary	2013-2015
3.	Bank Indonesia	Kajian Rentang Persepsi Karyawan & Nasabah Bank Syariah	2008-2009
		Responden Ahli Perancangan Ethic Culture Bank Indonesia	2012-2013
4.	Aulia Hospital	Direktur Non Medis	2015-2017
		Menyusun Rancang Bangun AULIA Shared Values	2015-2016
		Eksekutif Implementasi AULIA Culture	2015-2017
5.	Gunung Sewu Group	Workshop Compliance Culture for Gunung Sewu & Subsidiary	2016-2017
6.	Abdurrah Foundation	CEO Abdurrah Group	2018-2020
		Menyusun Rancang Bangun RAB Values	2018-2019
		Implementasi RAB Values pada Universitas Abdurrah	2018-2020
		Implementasi RAB Values pada Abdurrah Boarding School	2018-2020
		Implementasi RAB Values pada SMK Kesehatan Abdurrah	2018-2020

No.	Perusahaan/Institusi	Subjek	Periode
7.	RS Prof. Tabrani Group	Menyusun IKHLAS Values	2020-2020
		Internalisasi IKHLAS Values di RS Prof. Tabrani Group	2020-2021
		Penyegaran Service Culture RS Tabrani Group	2020-2021
8.	BP Jamsostek	Evaluasi Values Iman ETHIKA BP Jamsostek	2018-2019
		FGD Implementasi Budaya BP Jamsostek	2018-2019
9.	Bank Riau Kepri	Anggota Tim LPPI dalam Penyusunan Kajian Konversi Syariah	2019-2021
		Evaluasi Visi, Misi, Values Bank Riau Kepri	2020-2021
10.	Bank Nagari	Anggota Tim LPPI dalam Penyusunan Kajian Konversi Syariah	2020-2021
		Evaluasi Visi, Misi, Values Bank Nagari	2020-2021
11.	Bank Banten	Assessment & Evaluasi Budaya Bank Banten	2021-2021
		Workshop Penyusunan Shared Values TRUST	2021-2021
		Menyusun Rancang Bangun Transformasi Bank Banten Culture	2021-2021
12.	Bank Syariah Bukopin	Advisor Transformasi Budaya Bank Syariah Bukopin	2021-2021
		Menyusun Rancang Bangun Budaya BSB BISA	2021-2021
		Menyusun Key Values Indicator & Key Performance Indicator	2021-2021
		Menyusun Standar Layanan Insan BSB	2021-2021
13.	Pemda Kota Pekanbaru	Workshop Business Performance Management dengan Pendekatan Balance Scorecard (BSC)	2021-2021
		Ketua Tim Desain Strategis & Rencana Aksi Pariwisata Halal	2018-2021
		Facilitator Workshop Sertifikasi CHSE (Cleanliness, Healthy, Safety, dan Environment Sustainability)	2020-2021
14.	Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI)	Fasilitator Workshop Internalisasi & Implementasi Corporate Values Menjadi Corporate Culture	2019-2021
		Senior Faculty Penyusunan Feasibility Study dan Corplan Konversi Bank	2019-2021

No.	Perusahaan/Institusi	Subjek	Periode
15.	Kolej Profesional Baitulmal Kualalumpur	Advisori Implementasi Corporate Culture	2018-2020
16.	Kejaksanaan RI	Fasilitator Workshop Transformasional Kepemimpinan	2021-2021
		Fasilitator Workshosp Kepribadian Pemimpin Eselon II-III	2021-2021



Merza Gamal



merzagamal@gmail.com



+6281514422263



+628126067995



Merza Gamal



@merzagamals



merzagamal



merzagamal



merzagamal



@merzagamal