

**PENGEMBANGAN *MENTORING MANAGEMENT* DALAM MENGHASILKAN  
*HIGH QUALITY HUMAN RESOURCE* DI TINGKAT UNIVERSITAS  
DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA)  
DENGAN MENGGUNAKAN KONSEP KIYOSAKI DAN  
*BLANCHARD ABCD TRUST METHODS-HSOVA***

Indra Gamayanto  
Universitas Dian Nuswantoro, Semarang  
Fakultas Ilmu Komputer, Departemen Sistem Informasi  
[Indra.gamayanto@dsn.dinus.ac.id](mailto:Indra.gamayanto@dsn.dinus.ac.id)

**ABSTRACT**

Persaingan di era globalisasi ini sangat tinggi, dimana dibutuhkan sebuah konsep yang dapat membantu dalam menentukan dan mengarahkan agar seseorang dapat memilih dan menempatkan dirinya pada posisi dan waktu yang tepat. Konsep Kiyosaki sudah dikenal oleh masyarakat secara umum. Konsep ini dapat diterapkan ke tingkat universitas, dalam arti, walaupun universitas telah memiliki program tersendiri dalam membantu mahasiswanya setelah lulus, konsep kiyosaki akan mampu mengarahkan mahasiswa untuk menentukan posisi yang lebih akurat. Inilah salah satu alasan mengapa metode ini perlu diadopsi ke dalam program yang telah ada. Di sisi lain, konsep yang dibuat untuk dapat mengetahui kelemahan dan kekuatan serta tingkat kepercayaan yang perlu dimiliki. Dari Jurnal ini akan diketahui posisi yang tepat, terutama pada level kepercayaan yang perlu dimiliki dan akan dihasilkannya karakteristik yang siap dalam menghadapi globalisasi. Mengacu pada penelitian yang dikemukakan Karolina Ilieska (2013) mengatakan, "Penelitian mengenai perilaku pelanggan, dimana pelanggan merupakan faktor utama dalam strategi dan bauran pemasaran sehingga dengan ini akan dihasilkan kepuasan pelanggan dengan kualitas tinggi." Metode Ken Blanchard dan ABCD Trust merupakan metode yang tepat dalam menghadapi globalisasi. Dari metode ini akan dihasilkan sebuah konsep mentoring yang tepat sasaran sehingga akan dihasilkan sumber daya manusia yang handal.

**Kata kunci:** Robert T.Kiyosaki, Sumber Daya Manusia, Universitas, Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), *Mentoring*

**I. PENDAHULUAN**

Bisnis membutuhkan inspirasi dan waktu untuk melihat jauh ke masa depan. Hal ini memerlukan kebebasan dalam rutinas sehari-hari, dimana kebebasan ini akan dapat menciptakan sebuah bentuk *platform* untuk dapat berpikir secara kreatif. Karolina Ilieska (2013) dalam *Customer Satisfaction Index – as a Base for Strategic Marketing Management, TEM Journal* mengatakan, "Penelitian tentang perilaku merupakan salah satu strategi untuk membuat sebuah pemasaran menjadi berhasil dan ini adalah salah satu cara untuk mencapai

kepuasan pelanggan dengan kualitas tinggi. Dalam hal ini, perusahaan akan memiliki kombinasi strategi yang optimal dalam produksi dan pemasaran.” Lebih jauh lagi pada tahapan bisnis yang inovatif, dapat dilihat dari perkembangan teknologi informasi yang sedemikian pesat sehingga dibutuhkan perubahan dalam menghadapinya dan bahkan perubahan yang sangat menantang untuk melakukan perubahan tersebut. Universitas merupakan salah satu pilar penting, dimana pendidikan merupakan salah satu entitas yang harus mengadopsi cara-cara baru untuk dapat menghasilkan sumber daya manusia yang memiliki kualitas bersaing. Sebagai contoh, Universitas Dian Nuswantoro di Semarang, memiliki *entrepreneurship centre* sebagai media dalam membantu mahasiswa dalam program kreativitas; ITHB (Institut Teknologi Harapan Bangsa) di Bandung memiliki CRC (*Career Resource Centre*) yang membantu mahasiswa dalam training khusus untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi dunia kerja dan bisnis.

Selain itu, dikutip dari website DIKTI, berkaca pada kesuksesan negara maju, seperti Amerika dan Eropa yang hampir seluruh perguruan tingginya menyisipkan materi *entrepreneurship* di hampir setiap mata kuliahnya. Negara-negara di Asia seperti Jepang, Singapura dan Malaysia juga menerapkan materi-materi *entrepreneurship* minimal dalam dua semester. Itulah yang menjadikan negara-negara tetangga tersebut menjadi negara maju dan melakukan lompatan panjang dalam meningkatkan pembangunan negaranya. Di Indonesia, usaha-usaha untuk menanamkan jiwa dan semangat kewirausahaan diperguruan tinggi terus digalakan dan ditingkatkan, tentunya dengan berbagai metode dan strategi yang membuat mahasiswa tertarik untuk berwirausaha. Sedikitnya ada enam usaha/cara yang ditemukan dalam meningkatkan gema kewirausahaan bagi mahasiswa. Pendirian Pusat kewirausahaan Kampus seperti BSI Entrepreneurship Center (BEC) di BSI, Pusat Inkubator Bisnis ITB, Koperasi kesejahteraan Mahasiswa (KOKESMA) ITB, Community Business and Entrepreneurship Development (CDED) di STMB Telkom, Community Entrepreneur Program (CEP) UGM, Center for Entrepreneurship Development and Studies (CEDSD) di UI, UKM Center di FEUI, Center for Entrepreneurship, Change, and Third Sector (CECT) di Universitas Tri Sakti, Binus Entrepreneurship Center (BEC) di Binus, dan banyak lagi.

Melalui pusat kewirausahaan kampus banyak kegiatan yang dilaksanakan, seperti seminar, *talkshow*, *short course*, loka karya, *workshop*, praktik usaha, kerjasama usaha, *entrepreneurship expo*, *entrepreneurship challenge*, dan lain-lain. *Entrepreneurship Priority*-Perguruan tinggi di Indonesia meskipun ketinggalan, sudah mulai sadar akan pentingnya kewirausahaan

di kampus dan menjadikan mata kuliah kewirausahaan sebagai hal terpenting yang harus diberikan kepada mahasiswa (Sumber: <https://www.ristekdikti.go.id/strategi-perguruan-tinggi-mewujudkan-entrepreneurial-campus/>). Di Indonesia minat mahasiswa untuk menjadi seorang *entrepreneur* belum mencapai hasil yang maksimum. Hal ini disebabkan kurangnya dukungan modal pada saat ingin membangun perusahaan, seperti *startup* untuk dapat meyakinkan investor dibutuhkan pemikiran rencana jangka panjang dan kerjasama dengan perusahaan-perusahaan besar agar dapat lebih memperluas koneksi. Jackie Vander Brug (2013) mengatakan, “Para pengusaha melintasi spektrum pertumbuhan mikro hingga tinggi - dari mendukung kehidupan hingga menciptakan kekayaan, termasuk di dalamnya adalah pemilik salon rambut, visioner teknologi tinggi, dan sebagainya. Semuanya memberikan kontribusi ekonomi yang penting.

Dalam meningkatkan jiwa kewirausahaan maka universitas perlu membangun sebuah *career centre* yang berbasis pada mentoring yang akan dapat meningkatkan jiwa *entrepreneurship* mahasiswa dengan cara bimbingan langsung oleh orang-orang yang berpengalaman dan telah teruji di bidangnya. Oleh sebab itu, pertumbuhan *entrepreneur* di Indonesia, terutama di sektor *start up*, perlu dikembangkan melalui universitas. Selama ini dapat dilihat bahwa *start up* yang dibangun membutuhkan investor dan membutuhkan pihak ketiga untuk menghubungkan dengan investor. Dengan menerapkan *e-kiyosaki*, universitas akan dapat berperan jauh lebih dalam dan lebih lagi dalam mengembangkan program-program *entrepreneurship*-nya ke arah mentoring yang lebih komprehensif, lebih terstruktur, dan lebih sistematis. *E-Kiyosaki* merupakan program mentoring yang memiliki 4 bagian penting, yaitu E (*employee*); S (*self-employee*); B (*Business owner*); dan I (*Investor*). Bagian ini memiliki keunggulannya masing-masing, dimana setiap bagian ini merupakan satu kesatuan yang saling terhubung satu sama lain, terutama dalam mengembangkan siklus kewirausahaan. Peran universitas akan sangat penting dalam menghubungkan dunia industri dan para pengusaha dalam membantu *start up* yang dibangun oleh mahasiswa, tidak hanya bersifat pengetahuan di kelas, tetapi dalam membangun jaringan, memperoleh pengalaman langsung dari mentor yang berpengalaman di bidangnya, memperoleh bantuan modal (jika dimungkinkan) dari mentor, atau memperoleh pembinaan yang bersifat internasional jika mentor berasal dari luar negeri.

Pengembangan ini tentunya, jika mengacu pada realistik, membutuhkan modal untuk mengembangkannya. Istilah “bisnis tanpa modal” perlu dipertimbangkan lagi pada saat melontarkan kalimat ini “semua bisnis membutuhkan modal”, bahkan pada saat

menggunakan internet, membeli quota internet untuk *online*, ini adalah dana yang dikeluarkan. Itu semua adalah modal yang dikeluarkan walaupun jumlahnya tidak masif. Realitas yang muncul dan isu yang dihadapi sekarang ini adalah dibutuhkan sumber daya manusia yang sangat handal. Isu yang timbul adalah persaingan antarglobal semakin ketat.

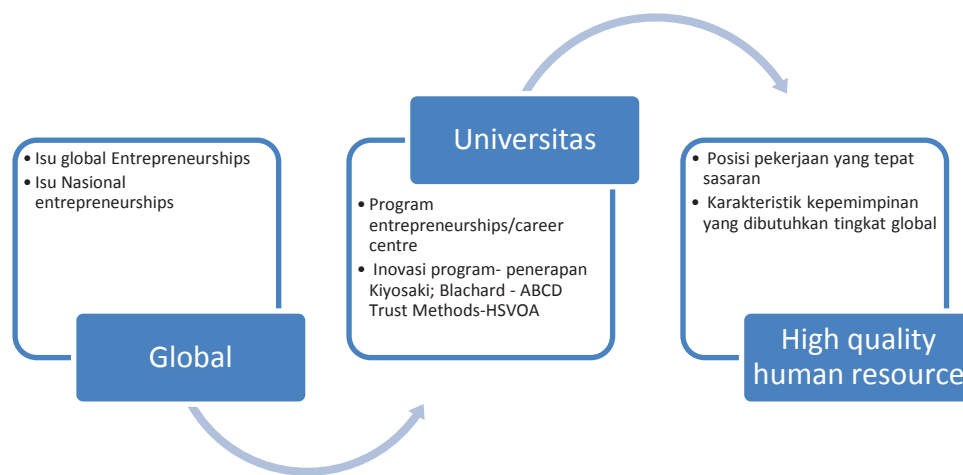
Kekuatan sebuah negara mula-mula harus diperoleh dari sumber daya manusia yang siap dalam menghadapi persaingan, mulai dari pendidikan yang tepat sasaran, mentor-mentor yang siap mengorbankan dirinya untuk dapat membina para pengusaha muda yang dapat bertumbuh dengan sangat cepat, bimbingan langsung oleh orang-orang yang berpengalaman. Perlu dipahami bahwa metode ini mungkin sudah banyak di luar sana, tetapi tidak sungguh-sungguh dijalankan sehingga pertumbuhan pengusaha di Indonesia masih kalah dibandingkan negara-negara lain. Dampaknya adalah lapangan kerja yang mungkin sebagian orang mengira semakin sulit didapat, tetapi faktanya adalah sumber daya manusia yang tidak siap. *E-kiyosaki* ini akan dapat memberikan dampak secara global karena universitas memiliki andil signifikan pada perkembangan lapangan kerja baru, tumbuhnya sektor-sektor swasta tingkat kecil sampai menengah, bahkan jika melalui pembinaan yang benar akan dihasilkan perusahaan-perusahaan tingkat nasional atau internasional yang baru.

Penerapan ini membutuhkan kestabilan dan konsisten di dalam penerapannya. Berikut adalah proses penerapan *e-kiyosaki* tingkat universitas melalui proses yang mudah dimengerti dan diterapkan di setiap universitas. Jika universitas sudah memiliki program *entrepreneurship* maka perombakan dapat melalui beberapa cara, antara lain, (1) menerapkan konsep ini dengan cara menghapus program yang sudah ada di universitas tersebut, (2) menerapkan konsep ini perlahan-lahan sambil menghapus program yang sudah ada sebelumnya; atau (3) menerapkan konsep ini bersama-sama dengan program yang sudah ada dengan cara menggabungkan. Di sini dibutuhkan inovasi dan fleksibilitas yang tinggi. Informasi sangat membantu, terutama universitas untuk termotivasi terus dalam mengembangkan program *entrepreneurship*-nya. Dalam artikel ini, selain konsep *e-kiyosaki* yang digunakan, konsep *Ken Blanchard* akan membantu untuk meningkatkan dan mengetahui kelemahan dan kekuatan individu (ABCD Trust Methods-HSVOA). Hasil akhir artikel ini adalah bagaimana meningkatkan kualitas sumber daya manusia di tingkat universitas melalui menerapkan konsep *Kiyosaki-Blanchard* sehingga akan dihasilkan karakteristik kepemimpinan dan posisi pekerjaan yang cocok untuk mahasiswa pada saat setelah lulus.

## 2. METODE

Pengembangan *mentoring management* merupakan sebuah proses pembimbingan dengan kualitas tinggi, dimana fokus utamanya adalah bagaimana menghasilkan sumber daya manusia yang mampu dalam memahami kekuatan dan kelemahannya; menentukan posisi yang tepat dalam profesinya; dan memberikan pengalaman nyata dalam penerapannya. *Mentoring management* ini merupakan penerapan dari konsep *kiyosaki-blancard* ABCD yang merupakan konsep *entrepreneurship*, kepemimpinan, dan manajemen. Dengan menggabungkan kedua konsep ini, akan diciptakan sebuah bentuk proses dalam mentoring yang lebih tepat sasaran. Lebih jauh lagi, perubahan proses perlu dilakukan di dalam universitas, terutama dalam program *entrepreneurship* dan/atau program-program yang sudah dimiliki oleh universitas.

Peningkatan persaingan global saat ini menghasilkan tingginya peningkatan jumlah penduduk yang menghasilkan generasi muda dan eksekutif muda yang membutuhkan sebuah program tepat sasaran, tepat kepada kemampuan, mampu mengurangi tingkat kelemahan, dan meningkatkan juga koneksi dalam memperluas jaringan bisnis, serta kemampuan dalam berinovasi di dalam manajemen dan strategi baru dalam mencapai keunggulan kompetitif. Proses tersebut dapat digambarkan sebagai berikut.

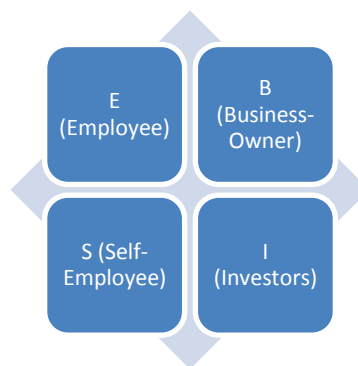


**Gambar 1. The Connection of University & Kiyosaki-Blanchard ABCD Trust Methods**

Gambar 1 menjelaskan bahwa universitas harus memiliki informasi akurat mengenai segala hal yang terjadi di dunia usaha saat ini, khususnya di Indonesia dan internasional. Isu-isu atau

informasi ini telah dikemukakan di pendahuluan sangat penting dipertimbangkan dan kemudian dicari solusi agar bisnis tetap dapat bertahan dan tumbuh pesat. Apakah para *entrepreneur* yang hebat mampu bertahan di dalam organisasinya, mampu mengelola tim yang terdiri atas orang-orang yang memiliki pemikiran dan pandangan berbeda, mampu mengelola organisasi yang kompleks, mampu menyesuaikan dengan aturan-aturan pengelolaan korporasi dan ikut bermain politik di ruang dewan direksi merupakan contoh singkat isu umum yang terjadi secara global.

Warren Buffet, pemimpin Berkshire Hathaway mengatakan, “Dalam mencari orang untuk dipekerjakan, perusahaan harus mencari orang dengan 3 kualitas: integritas, kecerdasan, dan energi. Oleh sebab itu, poin pertama merupakan hal terpenting, yaitu mempekerjakan seseorang tanpa integritas menyebabkan permasalahan.” Ada beberapa *entrepreneur* yang kurang bijaksana, bahkan ada sedikit yang cukup sukses membangun perusahaannya menjadi besar. Tantangan bagi *entrepreneur* adalah berbisnis sesuai aturan yang legal dan pasti. Namun, etika hampir tidak pernah dibicarakan, terutama bagaimana orang-orang ingin dikelola, dewan direksi ingin dilayani, dan para pemegang saham selalu ingin dilibatkan. Kenyataannya, semua pemimpin bisnis perlu menjalankan gaya usaha yang lebih fleksibel dan dapat bermain aman. Konsep-konsep seperti ini seharusnya ditanamkan di setiap program yang dimiliki oleh universitas sehingga akan menghasilkan keseimbangan antara kemampuan dan karakter. Berikutnya adalah konsep *kiyosaki* yang menjelaskan 4 tipe: *E (employee)* orang yang bekerja pada sebuah perusahaan/organisasi/institusi; karyawan; *S (self employee)* orang yang bekerja untuk dirinya sendiri, contohnya dokter, konsultan, dan lain-lain; *B (business owner)* pemilik dari sebuah usaha yang memiliki sistem; *I (Investor)* orang yang menginvestasikan dananya untuk mendukung perkembangan bisnis, memperoleh keuntungan, dan membantu dalam hal inovasi baru, seperti *startup business* (Kiyosaki 2011:29).



**Gambar 2. Cashflow Quadrant-Kiyosaki**

Berikutnya adalah konsep *Blanchard ABCD Trust Methods* merupakan metode untuk mengetahui tingkatan kepercayaan yang perlu dimiliki oleh setiap pengusaha yang akan mengetahui level kelemahan yang dimilikinya. *Test* ini juga akan sangat berguna untuk mahasiswa sebelum memulai sebuah usaha dimentoring oleh orang yang memiliki pengalaman.

**Tabel 1. *ABCD Trust Methods-Descriptions (Blanchard 2013: 49)***

<b>ABLE</b> <b>(Menunjukkan Kompetensi)</b>	<b>Believable</b> <b>(Bertindak dengan integritas)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mendapatkan hasil yang berkualitas</li> <li>• Menyelesaikan masalah</li> <li>• Mengembangkan ketrampilan</li> <li>• Mahir di bidangnya</li> <li>• Mendapatkan pengalaman</li> <li>• Mempergunakan ketrampilan untuk membantu sesama</li> <li>• Memberikan yang terbaik dalam pekerjaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjaga rahasia</li> <li>• Mengakui kesalahan</li> <li>• Jujur</li> <li>• Jangan bergosip</li> <li>• Bersikap tulus</li> <li>• Jangan menghakimi</li> <li>• Tunjukkan rasa saling menghormati</li> </ul>
<b>CONNECTED</b> <b>(Peduli dengan sesama)</b>	<b>DEPENDABLE</b> <b>(Menjaga keandalan)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendengar yang baik</li> <li>• Memuji orang lain</li> <li>• Tunjukkan minat terhadap sesama</li> <li>• Berbagi pengalaman diri sendiri</li> <li>• Dapat bekerjasama dengan orang lain</li> <li>• Menunjukkan empati terhadap sesama</li> <li>• Minta masukan/pendapat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lakukanlah sesuai perkataan</li> <li>• Tepat waktu</li> <li>• Cepat tanggap</li> <li>• Teratur</li> <li>• Bertanggung jawab</li> <li>• Menindaklanjuti</li> <li>• konsisten</li> </ul>

**Tabel 2. *ABCD Trust Model-Test***

**HSOVA (H: Hardly ever; S: Sometimes; O: Often; V: Very Often; A: Always)**

<b>ABLE</b>	<b>HSOVA</b>				
1. Mendapatkan hasil yang memuaskan	H	S	O	V	A
2. Menyelesaikan masalah	H	S	O	V	A
3. Saya sangat terampil	H	S	O	V	A
4. Mahir di bidangnya	H	S	O	V	A
5. Memiliki pengalaman yang sesuai	H	S	O	V	A
6. Menggunakan ketrampilan untuk membantu sesama	H	S	O	V	A
7. Memberikan yang terbaik dalam pekerjaan	H	S	O	V	A

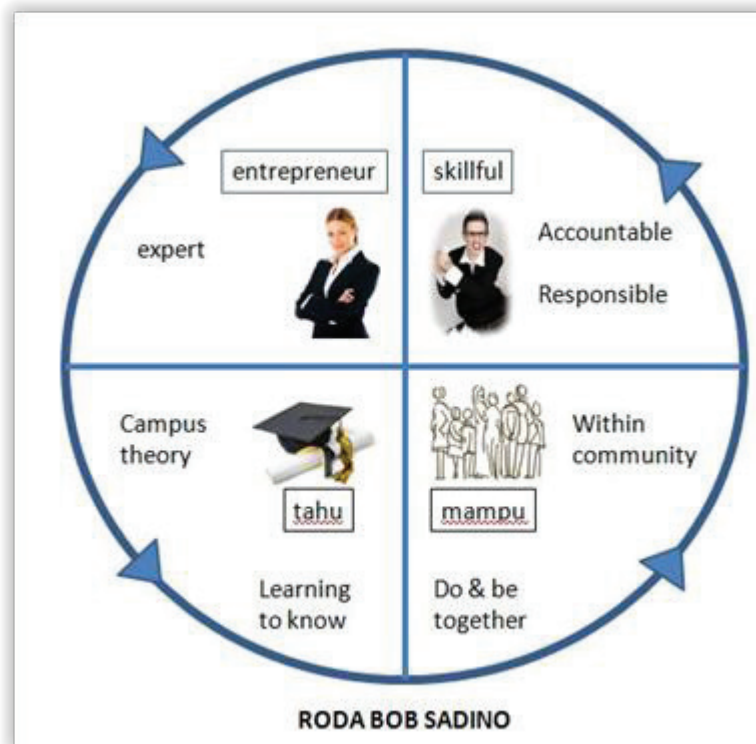
BELIEVABLE		HSOVA				
1. Menjaga rahasia	H	S	O	V	A	
2. Mengakui kesalahan	H	S	O	V	A	
3. Saya orang yang jujur	H	S	O	V	A	
4. Tidak membicarakan orang di belakang	H	S	O	V	A	
5. Saya orang yang tulus	H	S	O	V	A	
6. Saya tidak menghakimi	H	S	O	V	A	
7. Saya menghargai orang lain	H	S	O	V	A	

CONNECTED		HSOVA				
1. Menjadi pendengar yang baik	H	S	O	V	A	
2. Memuji usaha orang lain	H	S	O	V	A	
3. Menunjukkan ketertarikan	H	S	O	V	A	
4. Berbagi cerita tentang diri sendiri	H	S	O	V	A	
5. Dapat bekerja sebagai tim	H	S	O	V	A	
6. Menunjukkan empati terhadap sesama	H	S	O	V	A	
7. Meminta masukan	H	S	O	V	A	

DEPENDABLE		HSOVA				
1. Melakukan sesuai perkataan	H	S	O	V	A	
2. Saya orang yang tepat waktu	H	S	O	V	A	
3. Tanggap terhadap permintaan	H	S	O	V	A	
4. Saya adalah orang yang teratur	H	S	O	V	A	
5. Bertanggung jawab terhadap tindakan	H	S	O	V	A	
6. Menindaklanjuti	H	S	O	V	A	
7. Saya adalah orang yang konsisten	H	S	O	V	A	

Sebelum menjelaskan proses mentoring tersebut, sangat penting untuk mengetahui konsep perbedaan antara pemimpin dan manajer. Hal ini perlu dipahami karena perbedaan ini sedemikian tipis sehingga harus dijelaskan lebih rinci sebelum menerapkannya dalam program mentoring dan hasil karakteristik kepemimpinan yang akan dibahas di akhir jurnal ini. Robert T.Kiyosaki mengatakan, “Hanya ada satu perbedaan antara orang kaya dan miskin, yaitu bagaimana mereka menggunakan waktu.” Beberapa ahli manajemen, bisnis, ahli pengembangan diri, dan pengusaha seperti: Bob sadino, telah menerapkan konsep Kiyosaki yang digambarkan sebagai berikut.





**Gambar 3. Inovasi Cashflow Quadrant Kiyosaki Menjadi Roda Bob Sadino**

Sumber: ([https://www.kompasiana.com/zainalabidinmustofa/sepenggal-pengalaman-belajar-kewirausahaan\\_55207e1ca33311114746cf5d](https://www.kompasiana.com/zainalabidinmustofa/sepenggal-pengalaman-belajar-kewirausahaan_55207e1ca33311114746cf5d))

Gambar 3 memperlihatkan sebuah lingkaran yang saling berhubungan, dimana seseorang harus dapat tahu terlebih dahulu berdasarkan konsep yang ada, yaitu *campus theory*, kemudian membentuk sebuah komunitas yang dapat membantunya menjadi sukses, membangun kemampuan yang dibutuhkan, dan pada akhirnya menjadi seorang pengusaha. Konsep yang dijelaskan oleh Bob Sadino merupakan penerapan praktis dari Kiyosaki dan menjelaskan bagaimana seorang pengusaha bertindak berbeda dengan seorang manajer.

Ketika seorang *entrepreneur* memiliki gairah untuk kreasi dan mewujudkan hal-hal baru, manajemen lebih fokus kepada bagaimana melaksanakan tugas-tugas. Oleh sebab itu, manajemen lebih condong pada bagaimana memimpin dan mengembangkan sumber daya manusia serta dikendalikan oleh proses dan kontrol dengan tugas-tugas yang jelas dan hasil yang terukur. Manajemen adalah tentang perencanaan, pengelolaan, pelaksanaan, dan kontrol (Torpie, 2002). Para manajer memecah visi strategis menjadi tugas-tugas yang jelas, fokus kepada hal-hal detail dan praktis untuk mewujudkan apa yang telah dicanangkan menjadi

sasaran, langkah demi langkah, hari demi hari. Pola pikirnya adalah pola pikir taktis, yaitu bagaimana mengambil keputusan yang efektif, melakukan pengiriman efektif, tepat waktu, menghemat biaya, dan menghasilkan penerimaan (Otieno & Omwenga, 2014). Para manajernya lebih sering mengatakan “tidak”, tetapi kesuksesan seorang manajer hanya dicapai lewat orang lain. Oleh karena itu, motivasi adalah bagian tidak terpisahkan yang sangat penting, seperti bagaimana memahami apa yang membuat orang mau bekerja, mengerti bagaimana bersikap supaya orang-orang mau terlibat, yaitu orang-orang yang menjadi tanggung jawab mereka dan rekan-rekan di organisasi lain, serta manajer mereka. “Manajemen tingkat menengah” sering menjadi leher botol dalam organisasi karena di tingkat ini orang-orang menterjemahkan visi menjadi kenyataan, mengubah prioritas strategis menjadi tugas sehari-hari, mengkomunikasikan pesan-pesan penting ke atas dan ke bawah organisasi, menyeimbangkan dan menghubungkan banyak kegiatan yang berbeda, dan mengalokasikan sumber-sumber yang bertebaran untuk menghasilkan dampak yang dahsyat. Para manajer kelas menengah adalah para pelaku organisasi, politisnya, dan ruang mesin.

Agar perubahan terjadi, untuk meningkatkan efektivitas, agar semua impian dapat terwujud, mereka sering kali menjadi orang-orang penting, tetapi terkadang juga menjadi orang yang dipandang terlalu tinggi dalam bisnis. Oleh sebab itu, Kepemimpinan adalah sisi lain dari manajemen. Manajemen dan kepemimpinan adalah Yin dan Yang dalam organisasi besar. Jika manajemen lebih memandang ke bawah, fokus dan kontrol, kepemimpinan melihat ke atas, visi, dan koneksi. Pemimpin memberikan visi yang menginspirasi menggerakkan orang-orang untuk mengikuti mereka (Ilieska, 2013). Mereka menarik bukannya mendorong, mereka melibatkan dan memberikan energi kepada orang-orang dalam tujuan yang lebih visioner yang menginspirasi, dalam melihat apa yang mungkin (Lunenburg, 2012). Kepemimpinan dapat dilakukan dengan diam atau lantang, menyemangati orang-orang dalam sebuah podium atau mempengaruhi mereka secara pribadi. Jika manajemen menyukai struktur dan proses, hierarki dan pengelompokan, kepemimpinan lebih cair. Kepemimpinan menyatukan dan menghubungkan orang-orang dan gagasan-gagasan yang dapat dilakukan lebih banyak secara bersama-sama daripada terpisah.

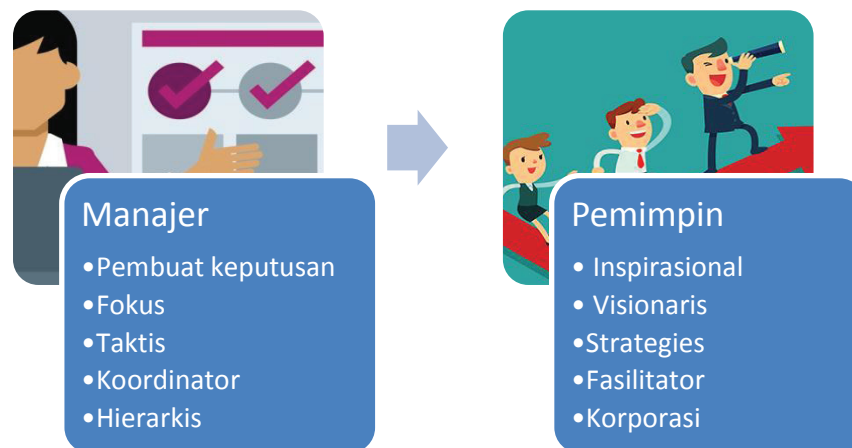
Seorang pemimpin dapat terlibat penuh, memainkan sebuah peran khusus, khususnya di masa-masa awal, atau lepas tangan, lebih menjadi seorang fasilitator, mentor, atau *coach*. Dengan demikian, akan ditemukan banyak pemimpin di dunia bisnis, sebagian berupaya menjalani tipe tertentu yang mereka yakini itu benar, sebagian mengadaptasi ide yang cocok

untuk organisasinya, sebagian melakukan apa yang secara alami terjadi kepada hidup mereka. Hal ini dapat digambarkan sebagai berikut.

**Tabel 3. Kekuatan dan Kelemahan dalam Gaya Kepemimpinan**

<b>Gaya Kepemimpinan</b>	<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
Karismatik	Menginspirasi perubahan	Bosan karena sesuatu yang sama
Direktif	Memutuskan dengan cepat	Melibatkan orang-orang senior
Tukang perintah	Hebat dalam krisis	Pemikir jangka-panjang
Aristokratis	Tradisional dan formal	Mendorong inovasi dan perubahan
Penjaga	Mempertahankan keadaan yang sudah mantap	Menghindari perubahan yang perlu
Intelektual	Strategies dan memiliki visi	Memahami orang-orang biasa
Easy going	Mendengarkan dan memfasilitasi	Menghindari keputusan-keputusan sulit

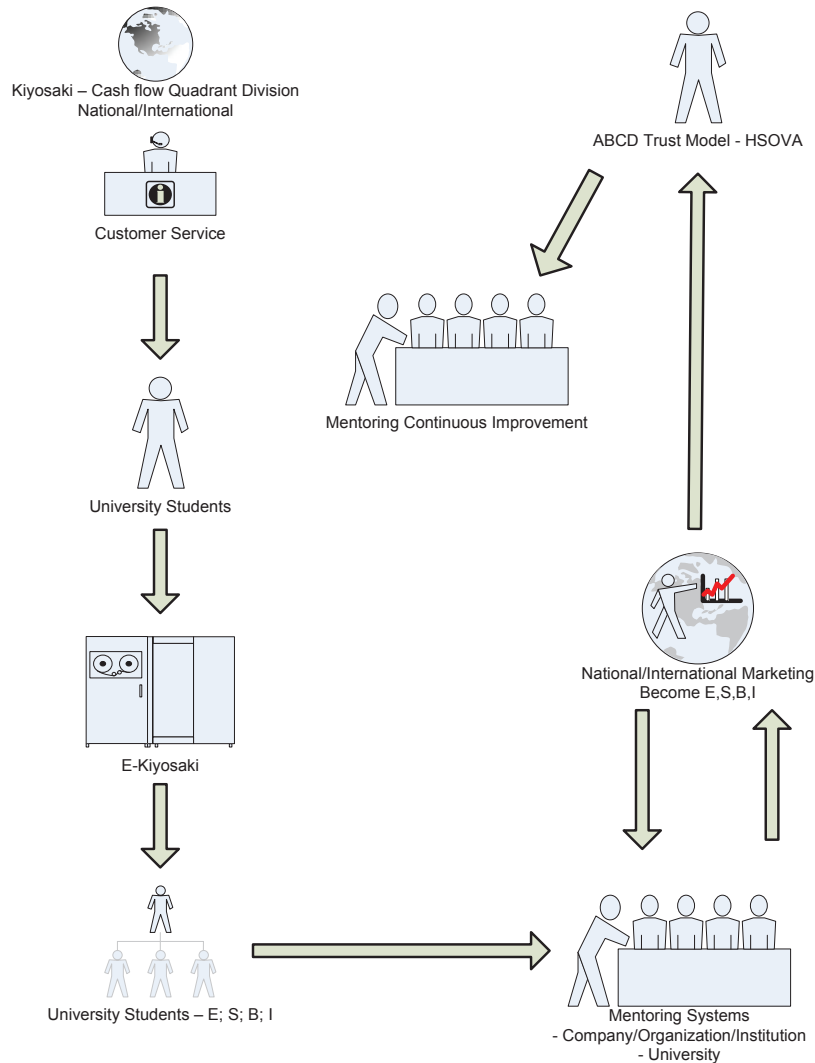
Saat ini, pemimpin organisasi perlu mengubah tipe mereka dari waktu ke waktu. Sebagai seorang individu, pemimpin adalah orang pertama yang mengantisipasi dan merespons perubahan, secara proaktif dan efektif, fleksibel, terbuka terhadap alternatif, dan bersedia untuk mengambil risiko. Pemimpin adalah agen perubahan, bukan orang-orang yang mempertahankan status quo. Mereka tidak hanya mengajukan perubahan, tetapi membuat perubahan itu terjadi. Dalam banyak hal, para *entrepreneur* adalah orang yang tepat untuk memimpin organisasi. Manajer dan pemimpin tidak harus orang yang berbeda, tetapi bisa orang yang sama yang saling mengisi. Meskipun manajer yang lebih senior dapat lebih berkonsentrasi untuk aspek-aspek kepemimpinan, mereka masih harus dapat menyediakan fokus dan kontrol. Ketika tidak ada satu pun yang memiliki perpaduan sempurna dari semua ciri-ciri tersebut, tim harus dibentuk sehingga mereka menghargai perbedaan dari masing-masing anggota, dan kekuatan kolektif dari mengkombinasikan semua talenta yang ada.



**Gambar 4. Perubahan Manajer Menjadi Pemimpin dan/atau Manager vs Pemimpin**

Gambar 4 menjelaskan perbedaan tersebut secara signifikan, dimana pemimpin merupakan sebuah bentuk program B dan I (*Business owner dan Investor*) dan Manajer merupakan sebuah bentuk program E dan S (*Employee dan Self-employee*). Perbedaan ini menghasilkan hal positif, yaitu kerjasama antarkeduanya.

### 3. HASIL DAN DISKUSI



**Gambar 5. Proses Mentoring dalam Menghasilkan Sumber Daya Manusia Berkualitas Tinggi di Tingkat Universitas dan Menghasilkan Bisnis Tingkat Kecil-Menengah-Besar**

Pada Gambar 8, terdapat sebuah proses dari *mentoring*, pertama-tama, mahasiswa berkonsultasi dengan *career centre* di kampus tentang apa yang menjadi *passion*-nya, kemampuannya, kekurangannya. Hal ini harus dilakukan secara jujur dan tidak ada yang ditutupi agar mengetahui potensi yang terdapat di dalam diri mahasiswa tersebut. *Carrer centre* memiliki banyak fungsi di kampus. Hal ini bergantung pada budaya di kampus tersebut, pada intinya *career centre* dapat dilaksanakan di setiap universitas agar dapat membantu setiap

mahasiswa yang sebelum lulus mendapatkan peluang kerja apa saja yang sesuai dengan bidangnya. Di sisi lain, mahasiswa akan mendapatkan manfaat untuk mendapatkan kesempatan magang dengan posisi yang sesuai dengan bidangnya dan/atau dapat diberikan pelatihan-pelatihan khusus yang dapat merancang sebuah *start up business* atau pada saat melaksanakan kerja praktik/tugas akhir sehingga mendapatkan pengalaman konkrit (ini dapat dicarikan oleh universitas, dihubungkan dengan perusahaan-perusahaan swasta/pemerintah) (Hosseinianzadeh, 2015); (Mcfarlane, 2013).

Pada saat konsultasi dilakukan, mahasiswa akan mengerjakan beberapa tes penting yang sudah dirancang oleh divisi *E-Kiyosaki centre* (sebuah server besar yang dimana guna menyimpan semua data-data mahasiswa sehingga dapat terintegrasi dengan baik, dimana data-data tersebut dihubungkan dengan beberapa perusahaan swasta/pemerintah yang telah bekerjasama dengan universitas tersebut) untuk mengetahui kemampuan dan kekurangan yang dimilikinya. Jika posisi mahasiswa menghasilkan E (*employee*) maka *career centre* akan mengarahkan pada pekerjaan mana yang cocok untuk mahasiswa tersebut dan daftar perusahaan apa saja yang menyediakan kesempatan saat ini. Jika dihasilkan S (*Self-employee*) maka *career centre* akan mengarahkan juga bidang usaha apa saja yang dapat dikembangkan dan informasi apa saja yang diperlukan mahasiswa. Selanjutnya B (*Business-owner*) dan I (*Investors*). Pada tahapan ini dibutuhkan waktu yang cukup lama untuk membangun sebuah sistem bisnis. Sebagai contoh: seorang mahasiswa A, setelah melalui serangkaian tes diketahui bahwa ia adalah seorang S, *career centre* dengan data yang dimilikinya mendapatkan bahwa bidang yang cocok pada mahasiswa tersebut adalah analisis sistem informasi atau konsultan. Mahasiswa tersebut diberikan 2 pilihan: bekerja sebagai E di sebuah perusahaan atau bekerja sebagai E dan S, dimana bekerja sambil membuka usaha sendiri, dan/atau total sebagai S. Setelah ditentukan bahwa mahasiswa tersebut memilih sebagai E dan S maka *career centre* akan menentukan siapa orang yang tepat membimbing mahasiswa tersebut sebagai mentor untuk melakukan mentoring. *Career centre* menghubungi mentor tersebut untuk dapat bertemu di kantornya atau di *career centre* untuk berdiskusi (mentor dapat berasal dari universitas dan/atau perusahaan). Pada saat bertemu mentor, mahasiswa mengemukakan apa yang telah diperoleh, hasil tes yang sudah dilakukan, dan bercerita dengan jujur apa yang menjadi visi di masa depan. Mentor akan mengarahkan dan membantu mahasiswa tersebut dengan merekomendasikan beberapa perusahaan untuk bekerja dan mengenalkan beberapa orang untuk menjadi kliennya. Sebagai catatan, perlu adanya prinsip hati-hati di sini. Mahasiswa

yang telah diberikan mentor harus dapat berkomitmen penuh untuk melakukannya. Hal ini akan membawa dampak bagi nama mentor dan universitas) (Pratikna & Gamayanto, 2017).

Pada saat pekerjaan *dank lien* diperoleh maka proses berikutnya adalah membangun dan menilai dengan sebuah metode untuk mengetahui sudah sampai mana usaha yang telah dilakukan, minimum 1 tahun setelah dilakukan mentoring. Tahap terakhir adalah penerapan *ABCD Trust method* yang merupakan sebuah metode untuk mengetahui apakah mahasiswa tersebut setelah menjalani mentoring selama 1 tahun dan mengetahui level berapa sekarang ia berada, apakah layak dipercaya? Test ini dapat dilakukan dengan 2 sisi, yaitu mentor menilai mahasiswa dan mahasiswa menilai dirinya sendiri. Sebagai contoh, pertama-tama lihatlah Tabel 4. Pada Tabel 4 terdapat beberapa pertanyaan yang harus dijawab dan dilingkari satu-persatu. Selanjutnya, akan dihasilkan pada bagian A (S:3; A:3; V:1); pada bagian B (S:2; A:4); pada bagian C (S:4; A:3); dan pada bagian D (S:2; A:5). Kemudian, dimasukkan ke dalam Tabel 5. Hasilnya sebagai berikut.

Bagian A (H:0 (1x0); S:6 (3x2); O:0 (0x0); V:4 (1x4); A:15 (3x5); Total: 25

Bagian B (H:0 (0x1); S:4 (2x2); O:0 (0x3); V:0 (0x4); A:25 (5x5); Total: 29

Bagian C (H:0 (0x1); S:8 (4x2); O:0 (0x0); V:0 (0x4); A:15 (3x5); Total: 23

Bagian D: (H:0 (0x0); S:4 (2x2); O:0 (0x3); V:0 (0x4); A:25 (5x5); Total: 29

Selanjutnya diperoleh simpulan: A: 25; B:29; C:23; D:29

Mahasiswa tersebut memperoleh angka A (*Able*): 25 (lemah); B (*Believable*): 29 (rata-rata); C (*Connected*): 23 (Lemah); D (*Dependable*): 29 (rata-rata). Simpulannya adalah mahasiswa tersebut lemah di posisi A & D dan hanya memiliki kemampuan rata-rata di posisi B & D. Oleh sebab itu, mahasiswa tersebut masih membutuhkan pengembangan diri dan membutuhkan mentoring lebih lanjut. Pada bagian akhir, mentoring tetap dilanjutkan, tetapi memiliki batas waktu, yaitu 3 tahun. Jika dalam 3 tahun belum ada perubahan, mahasiswa tersebut harus menghubungi kembali *career centre* dan mencari mentor baru. Batas maksimum untuk menggunakan jasa *career centre* adalah 2 kali. Setelah itu, mahasiswa akan dikenakan biaya khusus pada saat menggunakan jasa *career centre* dan penggunaan mentor sebagai konsultan pribadi. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut. Mula-mula, mahasiswa akan mendapatkan bimbingan penuh dari pihak universitas dengan mentor yang sudah tersedia. Selanjutnya, mahasiswa akan dibimbing selama 3 tahun pertama. Apabila dalam 3 tahun pertama belum menghasilkan hasil yang maksimum, mahasiswa dapat mengganti mentor (mentor dapat dari orang yang sama dan/atau dari orang yang berbeda) dimana universitas

akan memberikan beberapa pilihan dari mentor yang sudah disediakan oleh universitas. Jadi, total menggunakan jasa *career centre* secara *free* adalah 2 x dengan total 6 tahun.

Jika dalam 6 tahun belum juga terjadi perubahan yang signifikan, mahasiswa masih dapat menggunakan jasa *career centre*, tetapi akan dikenakan biaya khusus untuk sistem mentor tersebut. Biaya ini merupakan biaya konsultan bisnis yang akan dikenakan secara khusus pada saat mentor tersebut digunakan sebagai jasa. Di dalam posisi ini, mahasiswa dapat menentukan mentornya sendiri berdasarkan daftar mentor yang tersedia di universitas tersebut. Setelah memahami penerapan program *mentoring inside university*, program tersebut menghasilkan fungsi dan manfaat jangka panjang bagi perkembangan *entrepreneurship* di Indonesia.

#### **A. Fungsi *Mentoring inside university*:**

1. Mampu menolong mahasiswa dapat menentukan posisi apa yang cocok bagi mereka di masa depan. Memilih posisi pekerjaan mana dan usaha apa yang dapat dilakukan di masa depan.
2. Mampu memberikan informasi kepada mahasiswa tentang perusahaan apa saja yang dapat menerima mereka sesuai dengan bidang kemampuan mereka.
3. Memberikan data orang-orang yang dapat dijadikan mentor untuk pekerjaan dan usaha mereka di masa depan
4. Terdapat *tracking systems* kemajuan yang dibuat secara *online* sehingga orang lain juga dapat mengetahui sampai di mana kemajuan yang mereka peroleh sehingga menjadikannya pembelajaran bagi yang lain.
5. Memberikan data perusahaan di luar negeri yang kemungkinan dapat menjadi investor (untuk hal ini bergantung pada apa yang dilakukan oleh mahasiswa).
6. Memberikan informasi untuk pengembangan usaha lewat majalah-majalah dan berita-berita penting untuk pengembangan diri.
7. Memberikan bimbingan secara transparan dengan mentor. Nasihat-nasihat yang sudah diberikan mentor dicantumkan sehingga orang lain dapat belajar.

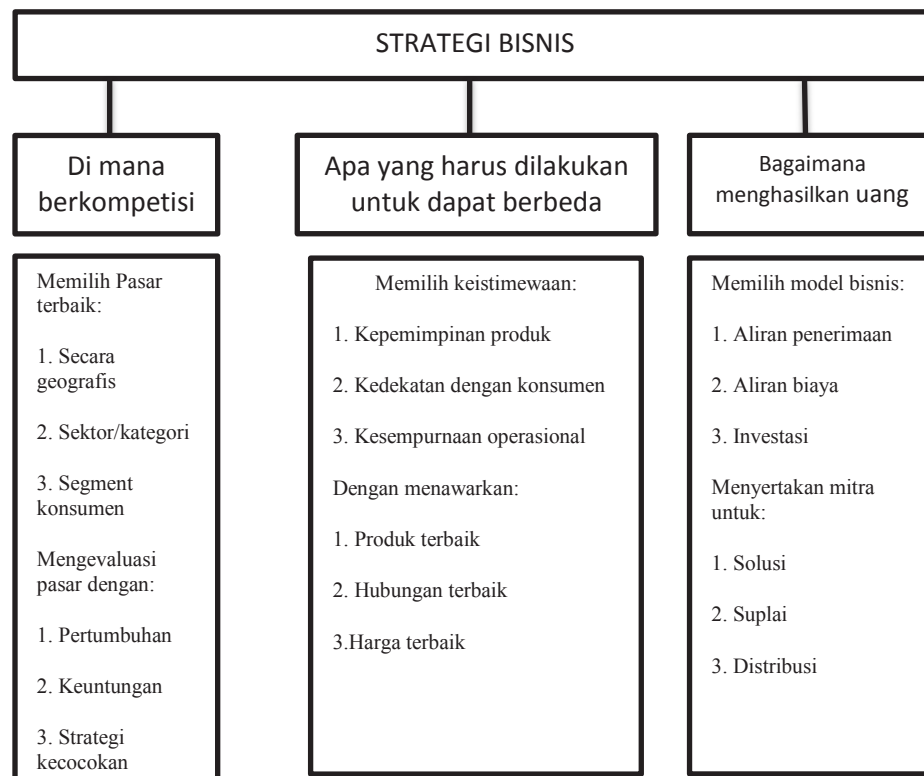
#### **B. Manfaat *Mentoring***

1. Mampu memberikan manfaat pengembangan diri pada mahasiswa dan orang lain dalam menentukan apa yang akan dipilihnya di masa depan.



2. Memberikan informasi tentang bagaimana mengembangkan karier di bidang yang mereka pilih dan mengembangkan usaha yang telah mereka tentukan.
3. Memberikan koneksi kepada mahasiswa dalam usahanya dan pekerjaannya sehingga tidak akan menimbulkan kesulitan dalam mencari pekerjaan atau mendapatkan pembimbing.
4. *Mentoring system* yang transparan, dimana pada saat terjadinya mentoring, mahasiswa yang dibimbing menulis semua nasehat dan perkembangannya melalui *online* sehingga orang lain dapat membaca dan belajar
5. Memberikan bagi hasil bagi mentoring dan dapat meningkatkan keuntungan pajak bagi negara karena terbentuknya usaha baru dan juga membuka banyak lapangan pekerjaan.
6. Meningkatkan *capability* dalam bersaing di era globalisasi dan perkembangan *e-commerce* yang begitu pesat.
7. Memperluas koneksi dalam pekerjaan dan bisnis.

Hasil yang diperoleh pada saat mentoring ini dijalankan, terdapatnya sebuah model strategi bisnis yang lebih inovatif dan kompetitif. Mahasiswa dan mentor dapat saling bekerja sama dalam mencapai hal tersebut sehingga akan menghasilkan keuntungan antara kedua belah pihak. Hal ini dapat digambarkan sebagai berikut.



**Gambar 6. Komponen dalam Model Bisnis-Inovasi**

Gambar 6 merupakan hasil akhir dari penerapan mentoring di dalam tingkat universitas. Mentoring ini akan mengajarkan beberapa hal penting kepada mahasiswa dalam menghadapi globalisasi, antara lain sebagai berikut.

### **1. Strategi bisnis dan manajemen**

Mentor akan membimbing dan mengajarkan mahasiswa bagaimana membangun strategi unit bisnis, dimana terdapat empat pilihan spesifik dalam unit bisnis yang dipilih, tentang dimana dan bagaimana berkompetisi, dan cara-cara untuk memenangkan kompetisi di era persaingan globalisasi. Oleh sebab itu, perlu menspesifikasikan pasar mana yang akan difokuskan dan bagaimana akan diposisikan dalam pasar-pasar secara global. Selain itu juga akan menspesifikasikan bagaimana bisnis akan menghasilkan uang, menjadikan bisnis menjadi sebuah model yang inovatif, dan menjadikan manajemen ekonomi kreatif bertumbuh sehingga akan banyak membuka lapangan pekerjaan. Hal ini akan akan membantu *employee* (E); *self employee* (S), *Business owner* (B) dan *Investors* (I) seperti yang dikemukakan oleh Kiyosaki dalam *cashflow quadrant*.

### **2. Tempat berkompetisi**

Mentor akan mengajarkan kepada mahasiswa bagaimana memilih pasar, dimana pasar tersebut harus ditentukan oleh geografi dan kategori, konsumen, dan lainnya. Hal ini dapat merefleksikan kesempatan-kesempatan pasar untuk bertumbuh dan menguntungkan. Hal ini dievaluasi dengan menghadapkannya dengan kecocokan strategi bisnis yang sudah dibentuk, memerlukan dukungan arah, dan dengan efektif menggunakan *asset-aset bisnis*. Aset-aset ini atau kekuatan yang berbeda akan terus naik menjadi sesuatu yang tidak dapat diraba, seperti merek dan reputasi, pengetahuan dan keterampilan, hubungan dan jaringan. Oleh sebab itu, fokus dapat lebih jauh lagi untuk diklarifikasikan dengan mendefinisikan dimana tidak berkompetisi, khususnya ketika prioritas mengurangi ruang lingkup pasar.

### **3. Cara berkompetisi**

Mentor akan menjelaskan dengan detail apa; artinya, keunggulan kompetitif yang harus diartikulasikan di posisi pasar yang jelas secara relatif pada kompetitor kunci dan akhirnya dapat melalui penawaran yang berbeda. Meskipun produk dan jasa berbeda, apa yang secara ideal menjadi sebuah kesamaan adalah bidang/disiplin nilai untuk bisnis. Hal ini

akan diartikulasikan dalam sebuah model dimana sebuah organisasi harus baik dalam 3 bidang, tetapi memilih untuk menjadi yang terbaik di salah satunya. Tiga bidang tersebut antara lain: kepemimpinan produk, kedekatan dengan konsumen, dan keunggulan operasional.

#### **4. Apa yang akan dapat dilakukan**

Terakhir, mentor akan mengajarkan model bisnis dengan menjelaskan cara organisasi menjual produk dan jasanya, apa yang dibayar, dan mitra yang akan terlihat. Hal-hal tersebut tidak selalu jelas, membutuhkan prioritas dan seleksi dari portofolio yang lebih luas dari aktivitas saat ini. Pilihan mitra yang sejajar akan mempengaruhi bisnis dan sumber daya yang dibutuhkan. Hal ini akan membutuhkan keputusan dari produk portofolio, dari pilihan teknik distribusin, dan dari pilihan model penentuan harga.

### **4. SIMPULAN DAN SARAN**

#### **Simpulan**

Mentoring ini merupakan inovasi dari konsep Kiyosaki yang sudah dikenal luas oleh masyarakat umum dan inovasi dari metode Blanchard *ABCD Trust methods* yang merupakan salah satu metode untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan serta tingkat kepercayaan. Lebih dari itu, mentoring ini dapat membantu mahasiswa merasakan dunia kerja yang sesungguhnya dan mempraktikkan apa yang telah dipelajari selama perkuliahan. Tingkat kejeniusan akan dikembangkan, diuji, dan ditantang untuk dapat menumbuhkan ekonomi kreatif dalam menghadapi era globalisasi saat ini.

Mentoring ini menghasilkan strategi bisnis dan manajemen yang inovatif yang dapat membentuk unit bisnis baru yang disebut *star up business*; ekonomi kreatif; dan manajemen yang lebih moderen dan lebih dapat menampung karakter milenial dalam menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN (MEA).

#### **Rekomendasi**

Agar dapat menerapkan mentoring ini, pertama-tama, universitas harus dapat meningkatkan kecanggihannya, terutama daftar perusahaan swasta dan pemerintah, serta membuat daftar orang-orang yang dapat dipilih sebagai seorang mentor. Hal ini akan

menciptakan sebuah ilmu pengetahuan manajemen yang inovatif yang disebut sebagai “Manajemen yang menciptakan nilai” yang digambarkan sebagai berikut.



Manajemen yang menciptakan nilai akan dapat dibahas lebih ditel pada topik jurnal yang akan dibuat selanjutnya, di mana

1. Target-target yang menciptakan nilai berhubungan dengan “target yang dipertahankan, pertumbuhan yang menguntungkan, dan menciptakan nilai ekonomi”
2. Strategi yang menciptakan nilai berhubungan dengan “membuat keputusan jangka panjang untuk fokus kepada pasar dan produk yang menciptakan nilai”
3. Tindakan yang menciptakan nilai berhubungan dengan “mengalokasikan sumber daya dan mendorong tindakan dengan fokus jangka panjang”
4. Metriks yang menciptakan nilai berhubungan dengan “mengukur kinerja berdasarkan *driver* nilai-nilai kunci”
5. *Reward* yang menciptakan nilai berhubungan dengan “menyatukan gaji, insentif, dan promosi dengan usaha untuk menciptakan kreasi nilai jangka panjang”
6. Hasil yang menciptakan nilai berhubungan dengan “bekerja dengan komunitas investasi untuk memastikan ini dapat dikonversi ke nilai pasar”

## DAFTAR RUJUKAN

- Hosseinianzadeh, M. (2015). *A Framework for e-CRM Implementation in Health Service Industry of a Developing Country*, 4(8), 20–26.
- Ilieska, K. (2013). *Customer Satisfaction Index – as a Base for Strategic Marketing Management*, 2(4), 327–331.
- Lunenburg, F. C. (2012). Organizational Structure : Mintzberg ' s Framework. *International Journal of Scholarly*, 14(1), 1–8.
- Mcfarlane, D. A. (2013). The Strategic Importance of Customer Value. *Atlantic Marketing Journal*, 2(1), 62–75. Retrieved from <http://digitalcommons.kennesaw.edu/amj%0Ahttp://digitalcommons.kennesaw.edu/amj/vol2/iss1/5>
- Otieno, I., & Omwenga, E. (2014). Towards the Development of a Citizen- Centric Framework for Evaluating the Impact of eGovernment: A Case Study of Developing Countries. *Conference Proceedings*, 7(3), 978–1. <https://doi.org/10.1109/ISTAFRICA.2014.6880644>
- Pratikna, R. N., & Gamayanto, I. (2017). Developing Leadership Systems Inside University Using Jim Collins Method [ Good to Great ]: People Management Development to Face ASEAN Economic Community in Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 6(3), 45–55.
- Torpie, K. (2002). Customer service vs patient care. *Connecticut Medicine*, 66 (3), 161–162.
- Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia (2012), *Strategi Perguruan Tinggi Mewujudkan Entrepreneurial Kampus*, <https://www.ristekdikti.go.id/strategi-perguruan-tinggi-mewujudkan-entrepreneurial-campus/>, diunduh pada 3 Februari' 2012.
- Kiyosaki, R.T. (2011). *Rich Dad's CASHFLOW Quadrant: Rich Dad's Guide to Financial Freedom*. Plata Publishing.
- Blanchard,K. (2013).*Trust Works!: Four Keys to Building Lasting Relationships*. William Morrow.
- Abidin,Z.(2013).Sepenggal Pengalaman Belajar Kewirausahaan. *Kompasiana*. [https://www.kompasiana.com/zainalabidinmustofa/sepenggal-pengalaman-belajar-kewirausahaan\\_55207e1ca33311114746cf5d](https://www.kompasiana.com/zainalabidinmustofa/sepenggal-pengalaman-belajar-kewirausahaan_55207e1ca33311114746cf5d), diunduh pada 27 April'2013