



KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM WIRAUSAHA

Timothius Joggy, Olga Catherina Pattipawaej,
Veline Velicia Manek, Christine Claudia Lukman,
Michael Sian Adrian Geoffrey Santoso,
Vivi Arisandhy, Edward Rikardo Girsang,
Asriwiyanti Desiani, Muchammad Rifky Faujian,
Imelda Junita, I Made Joel, SeTin,
Yasmine Maharani Sayla, Maya Malinda,
Maudy Arina Ivanda Jaya, Fadila Agesya Pikaranti,
Nunik Lestari Dewi

KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM WIRAUSAHA

Timothius Joggy, Olga Catherina Pattipawaej,
Veline Velicia Manek, Christine Claudia Lukman,
Michael Sian Adrian Geoffrey Santoso,
Vivi Arisandhy, Edward Rikardo Girsang,
Asriwiyanti Desiani, Muchammad Rifky Faujian,
Imelda Junita, I Made Joel, SeTin,
Yasmine Maharani Sayla, Maya Malinda,
Maudy Arina Ivanda Jaya, Fadila Agesya Pikaranti,
Nunik Lestari Dewi

Kreativitas dan Inovasi dalam Wirausaha

Penulis

Timothius Joggy, Olga Catherina Pattipawaej, Veline Velicia Manek, Christine Claudia Lukman, Michael Sian Adrian Geoffrey Santoso, Vivi Arisandhy, Edward Rikardo Girsang, Asriwiyanti Desiani, Muchammad Rifky Faujian, Imelda Junita, I Made Joel, SeTin, Yasmine Maharani Sayla, Maya Malinda, Maudy Arina Ivanda Jaya, Fadila Agesya Pikaranti, Nunik Lestari Dewi

Editor

Cindrawaty Lesmana
Maya Malinda

Tata Letak

Anisa Hidayati

Desain Sampul

Marista Indy

15.5 x 23 cm, vi + 90 hlm.

Cetakan pertama, Februari 2024

QRCBN: 62-637-4850-839

Diterbitkan oleh:

ZAHIR PUBLISHING

Kadisoka RT. 05 RW. 02, Purwomartani,
Kalasan, Sleman, Yogyakarta 55571
e-mail : zahirpublishing@gmail.com

Anggota IKAPI D.I. Yogyakarta

No. 132/DIY/2020

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.

Dilarang mengutip atau memperbanyak
sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Syukur pada Tuhan Yang Maha Esa, Bunga Rampai dengan judul “Kreativitas dan Inovasi dalam Wirausaha” dapat terbit. Buku ini membahas tindak tanduk seseorang dalam menjalankan profesinya, tindak tanduk tercermin dari pengetahuan, perasaan dan tindakan profesional di bidangnya.

Para tokoh ini ada yang membuka usaha secara aktif sebagai Entrepreneur, ada juga sebagai Intrapreneur yang berkiprah profesionalisme di Perusahaan atau Lembaga sosial, selain itu juga ada *Technopreneur* yang usahanya dititikberatkan usahanya dalam bidang teknologi, selain itu pula ada tokoh dari *Culturepreneur* dan juga *Creativepreneur*, serta ada pula *Governmentpreneur* yang mengabdikan pada negara Indonesia.

Pembahasan buku ini berisi nilai-nilai Hidup Kristiani *Integrity*, *Care*, dan *Excellence* (NHK-ICE) yang menjadi kekuatan dan pengharapan dan tidak lekang oleh masa yang dianut oleh para tokoh profesionalisme kewirausahaan.

Akhir kata, kami berharap Bunga Rampai Profesionalisme Kewirausahaan seri ketiga terus dapat menginspirasi para pembaca.

Maya Malinda, S.E., M.T., Ph.D., CFP®, CPC., CEC., CBC.

Koordinator Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
MENJADI <i>INTRAPREUNEURSHIP</i> DI PT KAI DENGAN BERMODALKAN PENGETAHUAN DAN KEJUJURAN	
Timothius Joggy, Olga Catherina Pattipawaej.....	1
<i>INTRAPRENEURSHIP</i> MENGINSPIRASI: MEMBENTUK MASA DEPAN PERUSAHAAN	
Veline Velicia Manek, Christine Claudia Lukman	10
PENGARUH KESETIAAN DALAM Mencari PENGETAHUAN DAN KEBERHASILAN	
Michael Sian Adrian Geoffrey Santoso, Vivi Arisandhy	19
KISAH HIDUP SEORANG <i>INTRAPRENEUR</i> DARI <i>ENGINEER</i> DI BELAKANG LAYAR MENJADI SALES MANAGER DI DEPAN LAYAR	
Edward Rikardo Girsang, Asriwiyanti Desiani	28
MERINTIS KARIR SEBAGAI <i>INTRAPRENEUR</i>	
Muchammad Rifky Faujian, Imelda Junita.....	37
CINTA ABADI PROFESI AKUNTAN	
I Made Joel, SeTin	46
SIKAP PROFESIONALISME DALAM MENGEMBANGKAN INOVASI UNTUK MEMBANGUN CIRI KHAS DALAM SUATU BISNIS	
Yasmine Maharani Sayla, Maya Malinda	54
SONAYA FEBRIANY: KECANTIKAN, KEWIRAUSAHAAN, DAN INSPIRASI	
Maudy Arina Ivanda Jaya, Maya Malinda.....	63

PERJALANAN KARIER *INTRAPRENEUR* MUDA
BERJENJANG *SUPERVISOR*

Fadila Agesya Pikaranti, Nunik Lestari Dewi 78

MENJADI *INTRAPREUNERSHIP* DI PT KAI DENGAN BERMODALKAN PENGETAHUAN DAN KEJUJURAN

Timothius Joggy, Olga Catherina Pattipawaej

Mengenal Hadis Surya Palapa

Hadis Surya Palapa merupakan seorang tokoh dari Universitas Kristen Maranatha, beliau merupakan lulusan dari Program Studi Teknik Sipil Universitas Kristen Maranatha Angkatan tahun 1985. Beliau pertama berkarir pada PT Bukit Asam, perusahaan BUMN tersebut bergerak pada bidang pengembangan industri batu bara lebih tepatnya tambang batu bara, beliau bekerja pada PTBukit Asam cukup lama hingga akhirnya menjadi Direktur produksi dan selang 1 tahun kemudian beliau menjadi Direktur Niaga di PTKAI hingga sekarang.

Tokoh lahir di Yogyakarta pada tanggal 12 Januari 1965, tokoh merupakan anak pertama dari 5 bersaudara. Ayah beliau merupakan Pegawai Negeri yang mengharuskan keluarga untuk berpindah-pindah tempat dan domisili. Beliau dari SD sampai SMA kelas 1 bersekolah di Lampung lalu pada saat SMA kelas 2 Beliau memutuskan untuk pindah bersekolah di Bandung tepatnya pada SMA Negeri 1 Bandung dan akhirnya berkuliah di Universitas Kristen Maranatha.

Beliau bekerja di BUMN PT Bukit Asam pada tahun 1993, beliau mula-mula bekerja sebagai pegawai yang berfokus kepada pengawasan penambangan. Selama bekerja di PT Bukit Asam beliau terlibat banyak proyek-proyek Nasional

salah satunya mengenai briket batu bara, sampai proyek pembangunan pelabuhan di Lampung. Hingga akhirnya beliau menjadi Direktur Niaga di PT KAI. Beliau memulai kariernya dari seorang pegawai biasa, hingga berkembang menjadi seorang Direktur, ini semua beliau dapatkan karena memiliki karier dan pengalaman yang banyak.



Gambar 1 Foto Pribadi Hadis Surya Palapa
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Teori *Intrapreneur*

Dalam kerjasama bisnis, tanggung jawab, dan sumber daya menjadi milik perusahaan karena harus mendapat persetujuan dari perusahaan. Dengan menggunakan metode *intrapreneurship* dapat menambah inovasi pada perusahaan, sehingga para profesional tersebut dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Manfaat *intrapreneurship* tidak hanya dirasakan oleh perusahaan besar internasional tetapi juga berlaku bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kewirausahaan internal juga dapat mencakup empat aspek: inovasi, inovasi, peremajaan diri, dan inisiatif.

Kewirausahaan internal tidak hanya mengarah pada pembukaan usaha baru, tetapi juga pada berbagai kegiatan kreatif dan inovatif, termasuk pengembangan produk dan

layanan, penerapan teknologi tepat guna, teknik penyimpanan terkini dan inovasi strategi lain yang ada untuk menang melawan pesaing yang semakin ketat berkompetisi. Dunia usaha yang stabil, khususnya perusahaan multinasional, dapat menerapkan kewirausahaan karena berbagai alasan, antara lain karena sumber daya manusia yang kreatif dan kepemimpinan yang efektif, sehingga kebiasaan berbisnis benar-benar terlihat dan dilakukan bersama-sama.

Berdasarkan definisi di atas, *intrapreneurship* dapat disebut juga dengan kewirausahaan dalam suatu organisasi, perusahaan, instansi atau usaha. Meski perlu dibuktikan lebih jauh bahwa konsep ini bisa berhasil dan cocok jika diterapkan di Indonesia. Di tempat yang sistem manajemennya selalu berfluktuasi, juga bergantung pada perintah atasan dan sangat sedikit ruang bagi karyawan untuk berpartisipasi dan mengekspresikan potensinya, membuat konsep ini sangat sulit diterapkan dalam kenyataan.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi dan mendukung upaya agar para karyawan memiliki jiwa dan kebiasaan *intrapreneurship*, di antaranya (Wahyudi, 2023):

1. Kepemimpinan

Peran pemimpin dalam budaya kewirausahaan sangatlah penting, pemimpin dapat menjadi peran fashion dan juga menjadi penggerak utama dalam membentuk kebiasaan berinovasi, kreatif, mental pantang menyerah dan keinginan bersaing. Para pemimpin juga harus mengerahkan berbagai program kewirausahaan internal, mengintegrasikannya ke dalam agenda perusahaan saat ini agar berkelanjutan dan mampu mendukung terwujudnya kapabilitas baru.

2. Budaya Organisasi

Kebiasaan yang telah lama dilakukan secara terus menerus bisa menjadi sebuah budaya. Jika budaya

organisasi sehat maka tentu saja akan mendukung tercapainya visi dan berbagai misi organisasi. Misalnya, organisasi memiliki kebiasaan mengadakan berbagai kegiatan yang mendorong *intrapreneurship*, maka sangat mungkin akan tidak adanya kasus korupsi di perusahaan tersebut. Contoh lainnya, budaya instruksi atas bawah akan sulit juga untuk bisa memunculkan inovasi dari karyawan, akan berbeda jika perusahaan sudah memiliki kebiasaan meminta kontribusi pemikiran atau ide dari bawahan. Dari hal tersebut, biasanya akan muncul bergai ide yang menarik dari bawahan. *Intrapreneurship* akan lebih mudah jika kondisi budaya organisasi sudah modern bukan konvensional.

3. Tingkat Keterbukaan Komunikasi

Kebiasaan penerapan terus menerus dalam jangka panjang bisa menjadi budaya. Jika budaya organisasi sehat tentunya akan menunjang tercapainya visi dan berbagai misi organisasi. Misalnya, jika suatu organisasi mempunyai kapasitas untuk melakukan berbagai kegiatan untuk mendorong kewirausahaan internal, maka kemungkinan besar tidak akan ada kasus korupsi di dalam perusahaan tersebut. Contoh lainnya, budaya top-down juga akan mempersulit terciptanya inovasi dari karyawan. Lain halnya jika perusahaan mempunyai kebiasaan meminta masukan atau pemikiran dari bawahannya. Dari situlah akan sering muncul berbagai ide menarik dari bawahan. Memulai bisnis internal akan lebih mudah jika budaya organisasinya modern dan unik.

4. Tempat Kerja yang Kondusif

Kondusif adalah sesuatu yang dapat dipahami sebagai penunjang seluruh bagian bisnis, yang memungkinkan karyawan memberikan kontribusi terbaiknya pada bisnis. Seluruh faktor internal yang ada dapat dikendalikan

oleh perusahaan dan sedapat mungkin kondisi tersebut mendukung tercapainya kondisi kerja yang kondusif. Apa jadinya jika konflik muncul dan situasi berubah menjadi buruk? Hal ini tentu saja bisa terjadi, tidak bisa dihindari, namun dengan manajemen konflik yang baik, konflik bisa diatasi dan ide-ide kreatif dan inovatif bisa muncul, hal yang sering terjadi setelah konflik pecah.

Seorang *Intrapreneurship* yang Melihat Peluang dengan Kejujuran dan Relasi yang Banyak

Bapak Hadis Surya Palapa merupakan seorang Direktur Niaga PT KAI, sebagai direktur memiliki kedudukan yang penting. Tokoh dalam menjabat sebagai direktur harus memberikan dampak untuk meningkatkan perusahaan supaya lebih baik ke depannya dengan memikirkan cara kenaikan produk maupun jasa yang baik kedepannya. Dalam memajukan dan meningkatkan hal tersebut tokoh memikirkan dan bekerjasama agar pengalaman konsumen dalam menaiki transportasi kereta sangat berkesan, hal tersebut dapat menarik konsumen untuk memiliki pengalaman dan cerita yang unik untuk dapat dibicarakan kepada orang lain. *Intrapreneurship* merupakan kesempatan berkarya dalam naungan manajemen perusahaan (Tambalean, 2022).

Tujuan Beliau menjadi seorang *Intrapreneurship* adalah pada dasarnya hanya ingin mencari pekerjaan dan dapat membiayai hidupnya. Kemudian setelah lama berkarir dan memiliki perjalanan karir yang baik beliau dapat diangkat dan mendapat tawaran menjadi Direktur. Pada awal berkarir di PT Bukit Asam tokoh melihat perusahaan di pemerintahan memiliki prospek yang baik, oleh karena itu Beliau terjun di dunia *Interpreneurship* sudah cukup lama, setelah itu saat Beliau menjadi direktur PT KAI Beliau menerapkan ilmu-

ilmu yang sudah dipunyai dan pengalaman-pengalaman kepada PT KAI.

Sebagai Direktur, Bapak Hadis Surya Palapa memiliki tujuan untuk meningkatkan pelayanan di PT KAI menjadi lebih baik. Oleh karena itu beliau memiliki banyak misi yang harus dicapai, misi yang dicapai selama ini antara lain:

1. Meningkatnya penumpang PT KAI;
2. Pertumbuhan dan laba perusahaan yang diterima meningkat;
3. Para pegawai menerima gaji dan bonus tepat waktu.

Selain itu tujuan perusahaan tiap tahun akan berubah-ubah sesuai kondisi dan situasi, dalam waktu kedepan PT KAI dipercaya untuk mengelola kereta cepat dan LRT, sebagai Direktur Niaga beliau harus mengatur keuangan yang besar dan mengelola kereta cepat agar dapat bertahan lama di perkembangan zaman.



Gambar 2 Foto Bapak dalam menjalankan pekerjaannya
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Sebagai *intrapreneur* Beliau ingin mencatatkan namanya sebagai orang yang memiliki pengaruh dalam perkembangan PT KAI, beliau sudah menjaga nama baik keluarga, institusi, maupun teman-teman sebagai seorang *intrapreneur*. Sebagai *intrapreneur* wajib halnya bekerjasama untuk meningkatkan seluruh aspek di dalam perusahaan agar perusahaan memiliki keuntungan dan prospek yang baik ke depan. Seorang *intrapreneur* mengembangkan perusahaan semaksimalnya seperti perusahaan itu adalah miliknya sendiri (Hidayatullah dkk., 2022). Oleh karena itu, beliau selalu mengedepankan keuntungan bagi perusahaan di setiap pekerjaan yang dikerjakan.



Gambar 3 Foto Keluarga
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Moto hidup Bapak Hadis dalam segi *profesionalisme intrapreneurship* adalah:

1. Menjaga opini yang baik terhadap diri kita dengan berintergritas, dengan tidak melanggar peraturan yang dapat merusak nama baik;
2. Jangan menciptakan musuh, dalam hal ini kita tidak dapat mengontrol orang untuk suka dengan kita atau tidak oleh karena itu di dalam dunia pekerjaan kita harus menjaga nama baik orang lain dan tidak menyakiti orang-orang;

3. Apapun yang anda hadapi di masa mendatang, hadapilah jangan mundur maupun takut. Karena hal yang rumit dan sulit jika kita hadapi itu akan membentuk dan membuat kita memiliki ilmu dan pengalaman yang baru;
4. Jika diberi tugas dan mandat yang sulit, kita harus hadapi, sederhanakan, dan selesaikan;
5. Perluas jaringan atau *network* karena jaringan dapat membuat kita mendapatkan kemudahan dan rejeki di dalamnya.

Menghadapi dunia kerja harus memiliki mental baja, mental tersebut dapat membimbing kita menjadi lebih baik. Menjadi seorang *intrapreneurship* juga harus memiliki pengetahuan untuk siap menghadapi segala rintangan dan masalah yang mendatang, serta mampu menghadapi perkembangan zaman (Putra dkk., 2022). Maka dari itu, jika kita memiliki pengetahuan dan pengalaman yang baik, maka target pasar yang mau kita tuju mencakup seluruh kalangan dapat kita raih, serta segala komponen yang mendukung yaitu; suasana, kenyamanan, serta fasilitas-fasilitas yang mendukung dapat tercipta (Wijaya dkk., 2021). Percaya diri juga merupakan karakter yang sangat penting untuk mengambil segala keputusan yang sudah dipikirkan matang-matang. Karakter ini harus dimiliki seorang *intrapreneurship* karena jika kita tidak percaya dengan kualitas diri kita maka seluruh pekerjaan dan pengetahuan yang kita punya hanya menjadi ketakutan bagi diri sendiri karena kita takut gagal dan tidak percaya diri (Siagan dkk., 2021).

Totalitas dalam Dunia Kerja

Terdapat banyak inspirasi dan pengalaman kerja yang diberikan dari kisah Hadis Surya Palapa, mulai dari seorang pekerja biasa hingga menjadi seorang direktur. Beliau mencerminkan seorang *intrapreneurship* yang baik yaitu dengan melakukan pekerjaan yang menguntungkan

perusahaan, dan dapat bekerjasama dengan pihak-pihak di dalam untuk mengembangkan perusahaan menjadi lebih baik dan dapat bersaing dengan moda transportasi lainnya. Moto hidup yang diberikan beliau seperti selalu berintegritas, buka jaringan dan menciptakan hubungan baik dengan relasi dan rekan kerja, akan sangat bermanfaat untuk berkiprah di dalam dunia kerja. Hal tersebut dapat membimbing kita untuk tetap maju dan dapat menjadi bekal kita di dunia *interpreneurship*.

Referensi

- Hidayatullah, H. & Pattipawaej. O.C. (2022). Inovatif dalam Berbisnis Kuliner, dalam *Profesionalisme Kewirausahaan*. (Malinda, M. & Manurung, R.T., Ed.). Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Putra, S.H.T. & Christina. (2022). Perjuangan Seorang Entrepreneur yang Membangun Perusahaan Elektro, dalam *Profesionalisme Kewirausahaan*. (Malinda, M. & Manurung, R.T., Ed.). Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Siagan, L.M. & Sulandari, N. (2021). Kejujuran Berkomunikasi dengan Perusahaan, dalam *Profesionalisme Kewirausahaan* (Malinda, M. & Manurung, R.T., Ed.). Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Tambalean, M. & Suwarno, H.L. (2022). Profesionalisme Kewirausahaan Dalam Bidang Perbankan, dalam *Profesionalisme Kewirausahaan* (Malinda, M. & Manurung, R.T., Ed.). Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Wahyudi, S. (2023). KEWIRAUSAHAAN Tinjauan Intrapreneurship, Entrepreneurship, dan Etos Kerja untuk Mencegah Korupsi. Surabaya: *Brilian Internasional*. www.brilianinternasional.com
- Wijaya, J.S. & Lesmana, C. (2021). Entrepreneur: Mengandalkan Tuhan Dalam Segala Hal, dalam *Profesionalisme Kewirausahaan* (Malinda, M. & Manurung, R.T., Ed.). Yogyakarta: Zahir Publishing.

INTRAPRENEURSHIP MENGINSPIRASI: MEMBENTUK MASA DEPAN PERUSAHAAN

Veline Velicia Manek, Christine Claudia Lukman

Mengenal Andrea Alamsyah

Andrea Alamsyah merupakan seorang tokoh *intrapreneur* asal Bandung. Saat ini ia sudah berkeluarga dan memiliki 4 putri yang berumur 10 tahun, 5 tahun, dan 2 putri kembar yang berumur 3 tahun. Beliau merupakan alumni Program Studi S-1 Akuntansi (angkatan 2005), dari Fakultas Ekonomi (sekarang Fakultas Bisnis), Universitas Kristen Maranatha pada tahun 2009. Pak Andrea pernah menjadi pembicara tentang pengenalan perpajakan untuk *start up* pada acara “Start Up Kompetisi Angkatan 1”, dan pembicara pada “MBKM Kewirausahaan LPIK” tahun 2022.

Setelah lulus dari Universitas Kristen Maranatha, beliau bekerja di Bank UOB Buana sebagai *marketing*. Setelah 3 bulan masa kontrak selesai, beliau ditawarkan untuk bekerja di PT Ayoe Indotama Textile sebagai staf auditor. Setelah 2 tahun bekerja di PT Ayoe Indotama, tepatnya pada tahun 2011, Universitas Kristen Maranatha membuka lowongan kerja dan beliau diterima sebagai staf akunting PT Danamartha Sejahtera Utama. Setelah 3 tahun bekerja sebagai staf akunting, kemudian beliau menjadi kepala keuangan. Pada tahun 2019, saat pergantian kepengurusan direksi, beliau mencoba untuk mencalonkan diri sebagai direktur dan pada akhirnya ia terpilih menjadi direktur PT Danamartha Sejahtera Utama.



Gambar 1 Andrea Alamsyah Bersama Keluarga
Sumber: Media Sosial (Instagram)

Apa Itu *Entrepreneur*?

Menurut Geoffrey G. Meredith, *entrepreneur* adalah seseorang yang memiliki kemampuan dalam melihat serta menilai peluang bisnis dengan mengambil ide-ide sumber daya untuk menjadi peluang dan keuntungan. Menurut Frank Knight, *entrepreneur* merupakan seseorang yang mampu memprediksi dan menyikapi perubahan pasar (Gischa, 2022). Dari pendapat Geoffrey G. Meredith dan Frank Knight dapat diartikan bahwa *entrepreneur* adalah seseorang yang memiliki kreativitas serta inovatif dalam menciptakan dan menjalankan usaha dalam bidangnya. Seorang *entrepreneur* tidak hanya sekedar berinovasi, namun juga merupakan orang yang berjuang dan bekerja untuk inovasi-inovasi yang ia ciptakan dan kembangkan. *Entrepreneur* harus selalu siap sedia untuk menanggung segala resiko yang akan dihadapinya. Seorang *entrepreneur* harus strategis dalam memiliki ilmu seperti menguasai pasar, menguasai informasi, dan mengelola sumber daya manusia yang baik (Daeng, 2019). Selain mengelola bagian eksternal seorang *entrepreneur* harus bisa mengontrol bagian internalnya sendiri seperti konfrontasi dengan risiko,

berurusan dengan stres, dan ego wirausaha (Kuratko et al., 2021).

Definisi dan Konsep Dasar *Intrapreneur*

Menurut Budiharjo (2011), *intrapreneur* adalah seseorang yang memfokuskan diri pada inovatif dan kreativitas yang menjadi suatu gagasan usaha yang dapat diimplementasikan pada perusahaan tempat ia bekerja. Menurut Fadhilah (2019), *intrapreneur* memiliki sikap yang didasari oleh inisiatif untuk bekerja lebih dari standar yang ditentukan (Wijaya dkk., 2021). Dari pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa *intrapreneur* merupakan seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan, walaupun ia bukan pemilik dari perusahaan melainkan hanya seorang karyawan. Seorang *intrapreneur* merupakan mereka yang berani dalam mengambil risiko (Wreta, 2022).

Karakteristik *Intrapreneur*

Seorang *intrapreneur* memiliki karakteristik tertentu, antara lain:

1. Berani mengambil resiko;

Berani mengambil resiko merupakan karakteristik *intrapreneur* karena dalam memimpin, mereka akan selalu dihadapkan dengan berbagai kegagalan dan ketidakpastian sehingga mereka harus mampu mengambil keputusan dengan tepat dan cepat demi perusahaan (Arisona, 2023);

2. Kreatif dan inovatif;

Karakter kreatif dan inovatif pada seorang *intrapreneur* akan membuat perubahan-perubahan pada perusahaan

serta dapat menciptakan ide-ide baru menjadi produk dan layanan yang memiliki *value* di mata konsumen;

3. Selalu memiliki komitmen;

Seorang *intrapreneur* harus memiliki komitmen karena mereka memiliki tanggung jawab yang besar akan perusahaan untuk terus mengembangkan perusahaan yang dipimpinnya;

4. Memiliki kemampuan kepemimpinan;

Intrapreneur bukan hanya menciptakan kreativitas dan inovasi baru tetapi juga harus mampu memimpin perusahaan karena dengan kepemimpinan yang baik, ia akan menciptakan suatu tim yang produktif dan kolaboratif (Arisona, 2023);

5. Perancang strategi yang baik;

Merancang strategi bukanlah hal yang mudah, tetapi seorang *intrapreneur* mampu merancang strategi dengan baik agar perusahaan yang ia pimpin dapat terus bertahan dan dapat mengalahkan kompetitor.

6. Memberikan dampak positif bagi Perusahaan;

Karyawan selalu menginginkan lingkungan kerja yang nyaman. Seorang *intrapreneur* harus menciptakan lingkungan kerja yang nyaman agar kinerja karyawan dapat selalu terjaga. Kinerja sendiri adalah sebuah hasil kerja yang dicapai karyawan sesuai dengan kriteria dan standard yang telah diberikan (Wibisono dkk., 2020). Dengan adanya lingkungan yang nyaman dapat dihasilkan kinerja karyawan yang memuaskan.



Gambar 2 Retail Tempat *Merchandise* Maranatha
Sumber: Penulis, 2023

***Intrapreneur* Sebagai Nahkoda Perusahaan**

Andrea Alamsyah. S.E., C.F.P. merupakan Direktur P.T. Danamartha Sejahtera Utama yang bertempat di Universitas Kristen Maranatha. P.T. Danamartha Sejahtera Utama memiliki beberapa bisnis di antaranya *developer*, kontraktor, *retail* (*foodcourt* EUREKA di GWM Universitas Kristen Maranatha) (Gambar 3), Maranatha Store, dan *Merchandise* Maranatha (Gambar 2)), dan percetakan.



Gambar 3 Eureka atau Maranatha *Foodcourt*
Sumber: Dokumentasi Penulis (2023)

Menurut Pak Andrea, *intrapreneur* adalah seseorang yang selalu berinovasi, memimpin serta memastikan bahwa semua divisi pada perusahaan sudah berjalan secara semestinya. Pak Andrea mengatakan bahwa “perusahaan merupakan perahu dan seorang direktur merupakan seorang nahkoda yang menggerakkan perahu tersebut” sehingga seorang *intrapreneur* memiliki tanggung jawab yang besar dalam memimpin perusahaan untuk tetap bertahan dan menghasilkan profit. Tidak ada hal mendasar kenapa Pak Andrea memilih menjadi *intrapreneur* karena menurut Pak Andrea, lulusan akuntansi pada akhirnya menjadi kepala akunting atau auditor tetapi Pak Andrea akhirnya memutuskan untuk menjadi *intrapreneur* dan bertahan sampai sekarang berkat dukungan dan kepercayaan dari orang-orang sekitar.

Lingkungan kerja sangat mempengaruhi kinerja karyawan. Menurut Pak Andrea, kenyamanan karyawan merupakan hal yang penting karena ketika karyawan merasa lingkungan kerjanya nyaman serta orang-orang di dalamnya selalu mendukung, maka karyawan akan menjadi lebih bersemangat dan akan lebih fokus bekerja. Lingkungan kerja yang baik dapat dilihat dari suasana dalam perusahaan, seperti penerangan yang cukup, sirkulasi udara yang baik, serta fasilitas-fasilitas yang memadai (Purnami dkk., 2019).

PT Danamartha Sejahtera Utama merupakan perusahaan yang didirikan oleh Yayasan Perguruan Tinggi Kristen Maranatha. Profit yang didapatkan dari PT Danamartha Sejahtera Utama ini akan dikembalikan ke Yayasan untuk beasiswa bagi anak-anak yang tidak mampu. Selain itu, semenjak 2019 sampai sekarang PT Danamartha Sejahtera Utama mulai menyisihkan pendapatan kepada M.S.C.F. (Maranatha *Student Care Fund*). Beliau berusaha memimpin perusahaan agar profit terus meningkat sehingga dapat membantu anak-anak yang tidak mampu. Sejak menjadi

intrapreneur Pak Andrea merasa belum puas dengan pencapaian tujuannya karena terhalang pandemi *Covid-19* sejak tahun 2020 sehingga P.T. Danamartha Sejahtera Utama baru dapat beroperasi normal kembali pada September 2022. Sebagai seorang *intrapreneur* tentu saja ada hal lain yang ingin dicapai oleh Pak Andrea. Ia ingin membuka kantor konsultannya sendiri dalam bidang akunting dalam waktu 3 tahun mendatang.

Bapak Andrea memiliki moto “teruslah bekerja keras dan harus mempunyai ide” karena jika ia tidak bekerja keras dan tidak memiliki ide-ide kreatif dan inovatif, maka perusahaan yang dipimpinnnya tidak dapat berkembang dan tidak akan ada perubahan.

Ada 4 hal penting yang ingin diajarkan Pak Andre kepada kita semua yaitu:

1. Kita harus bekerja dengan sepenuh hati;
2. Kita juga harus disiplin, baik dalam pekerjaan maupun di luar pekerjaan. Apalagi jika sudah menyangkut waktu;
3. Sebagai seorang mahasiswa, yang nantinya akan masuk ke dunia kerja, kita harus selalu menjaga sikap kita di mana saja dan kapan saja karena menurut Pak Andrea *attitude* sangat berpengaruh kepada kesuksesan kita;
4. Integritas atau kejujuran.

Tanggung Jawab dan Inovasi

Seorang *intrapreneur* harus menjadi nakhoda yang bertanggung jawab dalam menjalankan kapal yang merupakan perusahaan. Seorang *intrapreneur* harus memiliki tanggung jawab dan inovasi atau ide-ide baru yang dapat membuat perusahaan berkembang serta harus memberikan dampak positif kepada lingkungan perusahaannya agar semua karyawan dapat selalu nyaman dengan lingkungan perusahaan. Kerja keras, disiplin, sikap yang baik, serta

kejujuran merupakan hal penting yang dapat ditanamkan pada diri kita yang tentunya akan berguna pada dunia kerja nantinya. Karena kesuksesan kita tidak ditentukan oleh orang lain melainkan dari diri kita sendiri.

Referensi

- Arisona, R. (2023). Intrapreneur Adalah: Mengenal Peran & Karakteristiknya. *Bee*. <https://www.bee.id/blog/intrapreneur-adalah-mengenal-peran-karakteristiknya/>
- Budiharjo, A. (2011). *Organisasi: Menuju Pencapaian Kinerja Optimal*. Jakarta: Prasetya Mulya Publishing.
- Daeng, Y. (2019). *Entrepreneur yang Handal Mampu Memprediksi Resiko Management*.
- Gischa, S. (2022). Definisi Wirausaha Menurut Para Ahli. *Kompas.com*. <https://www.kompas.com/skola/read/2022/05/09/180000169/definisi-wirausaha-menurut-para-ahli?page=all>
- Kuratko, D. F., Fisher, G., & Audretsch, D. B. (2021). Unraveling the Entrepreneurial Mindset. *Small Business Economics*, 57(4), 1681–1691. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00372-6>
- Purnami, N. M. I. & Utama, I. W. M. (2019). Pengaruh Pemberdayaan, Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(9), 5611. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i09.p13>
- Wibisono, G., Ketut, A. A., Asih, S., Ketut, B., Mahawira, R., Mulya, U. T., & Bali, B. (2020). Pengaruh Disiplin Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Astagina Resort Villa and SPA Bali (Studi Pada Astagina Resort Villa and SPA Bali). *Journal Research Management (JARMA)*, 1(2).
- Wijaya, Y.F., Effendy, J. A., & Padmalia, M. (2021). Faktor-Faktor yang Merefleksikan Spirit Intrapreneurship Pada Mahasiswa Corporate Entrepreneurship Universitas Ciputra, *Dorema Jurnal Manajemen*, 16(2). <http://dx.doi.org/10.19166/derema.v16i2.3261>

Wreta, A. (2022). Pengertian Intrapreneurship Adalah? Berikut Karakteristik, Manfaat, dan Contohnya. *Detikfinance*. <https://finance.detik.com/solusiukm/d-6361591/pengertian-intrapreneurship-adalah-berikut-karakteristik-manfaat-dan-contohnya>

PENGARUH KESETIAAN DALAM Mencari PENGETAHUAN DAN Keberhasilan

Michael Sian Adrian Geoffrey Santoso, Vivi Arisandhy

Mengenal Tokoh *Intrapreneur*

Tokoh yang bernama Ir. Tjoa Tje Chi atau Boyke adalah lulusan dari Program Studi Teknik Sipil Universitas Kristen Maranatha. Beliau merupakan *intrapreneur* yang bergerak di bidang konstruksi bangunan. Beliau lahir di Bandung pada tanggal 30 April 1961. Hobi beliau adalah olahraga, membaca, *traveling*, dan makan.



Gambar 1. Foto Ir. Tjoa Tje Chi (Boyke)
Sumber: Dokumentasi Tokoh (2023)

Selama studi di Universitas Kristen Maranatha, tokoh merupakan mahasiswa yang aktif di berbagai kegiatan yang diselenggarakan program studi, fakultas maupun universitas. Beliau mengikuti Unit Kegiatan Olah Raga (UKOR) dan juga pernah bergabung di organisasi SENAT. Selain itu, beliau

juga terlibat sebagai panitia dalam kegiatan Dies Natalis dan Orientasi Mahasiswa.

Saat lulus dari Universitas Kristen Maranatha, tokoh pernah menjadi seorang kontraktor di beberapa kota seperti Bandung, Jakarta dan beberapa kota lainnya selama 6-7 tahun. Proyek yang pernah dikerjakan adalah perumahan, *water treatment plant*, gudang dan pabrik. Lalu beliau mendapatkan kabar bahwa PT Akur Pratama yang menjadi bagian dari YOGYA Group membutuhkan staf yang menangani proyek. Beliau berpikir, apabila membuka usaha kontraktor sendiri, belum tentu akan mendapatkan proyek yang *comprehensive* seperti bangunan toko di Yogya Group. Di dalam pembangunan toko tersebut, banyak bagian yang harus dibangun/disediakan, misalnya saja *food court*, lantai parkir, eskalator, *fire fighting*, gen set, instalasi listrik, pendingin ruangan. Oleh karena itu, kemudian beliau memilih bergabung dengan YOGYA Group untuk menjadi staf yang mengurus bagian pembangunan toko. Yogya Grand Kepatihan Bandung merupakan proyek pertama yang dikerjakan oleh tokoh.



Gambar 2 Grand Yogya Kepatihan
Sumber: Unknown (2014)

Karakteristik Seorang *Intrapreneur*

Menjadi wirausahawan yang berpikir sebagai pemilik, pendiri, dan penggagas sebuah bisnis berbeda dengan *intrapreneur* yang bertindak sebagai pengelola, manajer, pemimpin, dan pelaksana strategi yang bertujuan untuk mewujudkan visi dan misi pendiri bisnis (Alifuddin dkk., 2015).

Seorang manajer adalah sebagai pemain kunci dalam sebuah proses pengambilan keputusan dalam suatu organisasi. Kualitas keputusan manajer akan mempengaruhi peluang karier, pemberian penghargaan, dan kepuasan kerja manajer. Selain itu, keputusan dari manajer juga akan memberikan kontribusi pada keberhasilan dan kegagalan organisasi. Beberapa hal yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan manajer, yaitu kepribadian, kecenderungan pengambilan risiko, kemampuan kognitif dan pengetahuan, jenis kelamin, pengalaman, budaya dan cara pengambilan keputusan oleh orang lain (Kurnia dkk., 2016).

Menjadi karyawan dengan *skill* yang kompeten tentu akan menjadi sebuah aset bagi perusahaan, dalam hal ini *intrapreneur* adalah sosok yang diandalkan oleh perusahaan untuk membuat produk maupun inovasi bagi perusahaannya. Hadirnya seseorang yang memiliki jiwa *intrapreneur* akan menciptakan suasana kompetitif secara positif di lingkungan perusahaan. *Intrapreneur* yang akan menghasilkan ide-ide baru dan inovasi yang nantinya bisa digunakan oleh perusahaan dalam melahirkan skema-skema bisnis baru. (Badr Interactive, 2022).

Intrapreneur adalah seseorang yang memiliki jiwa *entrepreneur* walaupun statusnya adalah seorang karyawan atau staf pada perusahaannya. Seseorang *intrapreneur* memiliki kemampuan untuk *problem solving*, *leadership*,

dan juga manajerial sumber daya manusia maupun bisnis yang baik (Badr Interactive, 2022).

Intrapreneur terdapat pada karyawan yang punya *sense of ownership* dan *sense of business*. Cara pikir *intrapreneur* adalah (Maharani, 2009):

1. Pembangkit perusahaan atau organisasi untuk penciptaan bisnis baru, yang dapat membuat sebuah perusahaan tetap maju.
2. Bertindak sebagai motivator bagi kolega lainnya dan menjaga agar laba yang diperoleh oleh perusahaan tetap dalam kondisi yang baik.
3. Enerjik, antusias, imajinatif, dan berdaya cipta.
4. Memiliki ide untuk penciptaan produk dan jasa yang baru yang berhubungan dengan apa yang tengah dikerjakan di organisasi.
5. Menciptakan ide, tentang bagaimana efisiensi dan efektivitas suatu proses bisnis dapat ditingkatkan.

Pinchot (1985) mendefinisikan *intrapreneur* adalah seorang yang memfokuskan pada inovasi dan kreativitas dan yang mentransformasi suatu mimpi atau gagasan menjadi usaha yang menguntungkan yang dioperasikannya dalam lingkup lingkungan perusahaan (Friana dkk., 2015).

Menurut Wirawan (2012), dampak dari peran *intrapreneur* sendiri sangat positif bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan. Seorang *intrapreneur* memiliki kemampuan untuk meningkatkan “*cooperative advantage*” dari perusahaan dimana mereka berada, sehingga perusahaan mampu bersaing dalam banyak hal (Friana dkk., 2015).

Karakteristik yang dimiliki oleh seorang *intrapreneur* adalah (Badr Interactive, 2022):

1. Berani mengambil risiko

Karakter ini menggambarkan seseorang yang memiliki mental dan keberanian dalam mengambil keputusan, dimana seseorang harus memiliki kemampuan *problem solving* saat menghadapi masalah. Karakter tersebut juga selalu memperhitungkan keberhasilan dan kegagalan dalam setiap kegiatannya, khususnya dalam mencapai keinginannya (Alifuddin dkk., 2015)

2. Inovatif

Seorang *intrapreneur* memiliki pola pikir yang kreatif dan inovatif serta memiliki sifat yang senang dalam melakukan hal yang baru.

Allen (2010) merangkum beberapa definisi inovasi, yaitu (Alifuddin dkk., 2015):

- a. Inovasi adalah aktivitas imajinatif untuk menghasilkan produk orisinal sekaligus komersial.
- b. Inovasi adalah memperkenalkan sesuatu yang baru.
- c. Inovasi berkaitan dengan proses komersialisasi atau ekstraksi nilai dari ide; hal ini berkebalikan dengan 'invensi' di mana tidak langsung berhubungan dengan komersialisasi.

3. Kepemimpinan

Seorang *intrapreneur* harus memiliki jiwa kepemimpinan. Peran pemimpin dalam membudayakan *intrapreneurship* sangatlah penting, pemimpin bisa menjadi *role model* dan juga sebagai motor utama dari terwujudnya kebiasaan yang mengedepankan inovasi, kreativitas, mental pantang menyerah dan kesiapan berkompetisi (Rojuaniah dkk., 2016).

4. *Strategic Thinking*

Seorang *intrapreneur* harus memiliki kemampuan *strategic thinking*, dimana ia dibutuhkan untuk

merealisasikan ide, memilih tim untuk bekerja sama dan juga memanfaatkan sumber daya yang dimiliki (Badr Interactive, 2022).

5. Komitmen dan bertanggung jawab

Seorang *intrapreneur* harus memiliki sikap bertanggung jawab untuk sesuatu yang sudah dimulai dan pantang menyerah untuk merealisasikan ide agar berhasil. Komitmen yang tinggi dan mencurahkan energi, waktu serta usaha untuk membuat ide tersebut dapat berhasil (Badr Interactive, 2022).

Keberhasilan Seorang *Intrapreneur*

Bapak Ir. Tjoa Tje Chi atau biasa disebut Bapak Boyke merupakan seorang *intrapreneur* di PT Akur Pratama yang merupakan bagian dari Yogya Group. Saat ini beliau sudah pensiun dari Yogya Group, namun terkadang masih diminta untuk memberikan saran untuk Perusahaan.

Proyek pertama beliau di Yogya Group adalah Grand Yogya Kepatihan. Membuat bangunan seperti Grand Yogya Kepatihan memerlukan kemampuan yang tinggi dan sangat detail. Hasil yang dapat kita lihat sekarang adalah tempat ini menjadi bangunan yang sangat unik.

Dalam melakukan sebuah pekerjaan diperlukan beberapa nilai yang dapat menunjang dalam sebuah keberhasilan. Ada beberapa nilai yang tokoh berikan dalam menjalankan sebuah pekerjaan. Nilai yang pertama adalah kejujuran. Bidang konstruksi bangunan memiliki peluang yang cukup besar untuk melakukan ketidakjujuran. Namun kita harus tetap bekerja dengan jujur. Nilai yang kedua adalah kesetiaan. Kesetiaan yang dimaksud adalah melakukan sebuah pekerjaan tanpa harus membandingkan pekerjaan kita dengan pekerjaan yang lain. Apabila hanya mengejar penghasilan, maka kita akan selalu merasa tidak

puas. Tokoh telah membuktikan kesetiaannya dimana beliau bekerja selama kira-kira 30 tahun di Yogya Group. Nilai yang terakhir adalah rendah hati. Semakin kita mendalami suatu pekerjaan, maka semakin banyak ketidakpahaman yang akan kita temukan dan di titik inilah kita dapat mempelajari hal tersebut dengan lebih baik lagi. Oleh karena itu, jangan sekali-kali merasa sebagai orang yang paling pintar.

Dalam pekerjaan kita memerlukan beberapa konsep atau pola pikir yang berbeda. Konstruksi bangunan tidak selalu mengenai bangunan itu berdiri, tetapi desain dalam bangunan itu untuk membuat pengunjung atau pemakai dari bangunan itu merasa nyaman. Oleh karena itu, harus dipertimbangkan bagaimana desain untuk penggunaan bangunannya serta pengguna dari fungsi bangunan tersebut. Selain itu, desain toko di satu lokasi belum tentu cocok dengan desain di lokasi lain.

Tokoh memberikan saran agar jangan malu untuk meniru. Beliau memberikan petunjuk yaitu Lihat Tiru Adaptasi. Misalnya saja, bawa contoh dari luar negeri, tiru dan adaptasikan. Namun tetap harus disesuaikan dengan lokasi toko yang akan dibangun.

Tokoh juga memberikan saran bahwa dalam bekerja kita harus bisa adaptasi diri karena mungkin saja kita bekerja di bidang yang tidak sesuai. Tetapi mungkin kita bisa memberikan kontribusi yang lebih baik dibandingkan dengan bidang yang sesuai. Selanjutnya hasil akan mengikuti.

Kejujuran, Kesetiaan, dan Rendah Hati

Menjadi seorang *intrapreneur* bukan hal yang mudah. *Intrapreneur* merupakan seorang karyawan yang memiliki pola pikir seperti seorang pengusaha di mana dia harus memiliki sudut pandang yang dapat memajukan perusahaan.

Banyak pengorbanan yang harus dilakukan untuk mencapai keberhasilan tersebut.

Salah satu *intrapreneur* yang sudah berhasil adalah Bapak Ir. Tjoa Tje Chi (Boyke). Beliau memiliki beberapa nilai penting dalam menjalankan pekerjaannya yaitu kejujuran, kesetiaan, dan rendah hati. Nilai-nilai ini yang menunjang keberhasilan dari pekerjaannya. Hal ini sudah menjadi bukti nyata yang dapat ditiru.

Moto hidup dari beliau yang dapat kita ambil adalah kerjakan segala sesuatu sebaik-baiknya maka hasil akan mengikuti. Fokus kepada apa yang bisa kita berikan untuk perusahaan dalam bentuk tanggung jawab pekerjaan.

Referensi

- Alifuddin, M. Dr. H. Moh., & Razak, M. Dr. H. M. (2015). *Kewirausahaan: Strategi Membangun Kerajaan Bisnis*. MAGNAScript Publishing.
- Badr Interactive, B. I. (2022). *Kenali apa itu Intrapreneur! Ini Dia Pengertian, Karakteristik, Contoh, dan Manfaatnya*. <https://badr.co.id/intrapreneur-adalah/>
- Boyke, (2023). *Koleksi Pribadi*.
- Friana, R., & Indriana, I. (2015). Pengaruh Intrapreneurship terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur di Tangerang. *Jurnal Manajemen*, 19(1), 14–27. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jm.v19i1.102>
- Kurnia, A., & Simarmata, N. (2016). Intrapreneurship dan Pengambilan Keputusan pada Manajer Toko Modern. *Jurnal Psikologi Udayana, Edisi Khusus*, 63–73.
- Maharani, A. (2009). Cara Pikir Entrepreneurial, Interpreneurial dan Intrapreneurial. *Forum Ilmiah Indonusa*, 6(2), 103–107.
- Rojuaniah, S., Sule, E. T., Joeliaty, J., & Sutisna, S. (2016). The Factors Influence Intrapreneurship Behavior In Construction Company. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 5(5), 35–40. www.ijstr.org

Unknown, U. (2014). *Memburu Discount Akhir Tahun di Grand Yogya Kepatihan*. Memburu Discount akhir tahun di GRAND YOGYA kepatihan

KISAH HIDUP SEORANG *INTRAPRENEUR* DARI *ENGINEER* DI BELAKANG LAYAR MENJADI SALES MANAGER DI DEPAN LAYAR

Edward Rikardo Girsang, Asriwiyanti Desiani

Pengenalan Tokoh *Intrapreneur*

Putra Simatupang S.T., M.M, adalah seorang *intrapreneur* hebat yang penuh dengan inspirasi. Ia tumbuh dan berkembang sebagai mahasiswa Program Studi Teknik Sipil di Universitas Kristen Maranatha pada tahun 2000 dan lulus pada tahun 2004 dengan gelar *Bachelor's degree*. Beliau memiliki keahlian dalam bidang Struktur. Beliau juga melanjutkan studinya untuk memperdalam ilmunya di *Binus Business School* pada tahun 2016 dan mendapat gelar *Master's degree* pada tahun 2018. Saat ini beliau sudah menikah dan dikaruniai seorang putri.

Beliau memiliki *basic* di bidang *engineering*, maka dipilihnya karirnya sebagai seorang *engineer*. Beliau bekerja di PT NS *BlueScope Lysaght* Indonesia yang berdiri sejak tahun 1973. Namun sebelum itu, beliau juga memiliki pengalaman bekerja sebagai *Engineer* di Suradjin Sutjipto Inc. (tahun 2004 – 2011), *Structural Engineer* di PT Kajima Indonesia (tahun 2011), *Senior Design Engineer* di *BlueScope Buildings* Indonesia (tahun 2011 – 2016), *Sales Manager* di *BlueScope Buildings* Indonesia (tahun 2016 – 2018), dan sempat keluar dari *BlueScope Buildings* Indonesia untuk mengemban tugas di Perusahaan lain yaitu ATAD *Steel Structure Corporation* sebagai *Country Sales Manager* (tahun 2018 – 2019) dan masuk kembali di NS *BlueScope Lysaght*

Indonesia sebagai *Key Account Manager Commercial, Public & Government* (tahun 2020 – sekarang) serta *National Sales Manager Commercial & Residential Segment* (tahun 2022 – sekarang). Induk dari perusahaan ini berada di Australia. Perusahaan ini bergerak di bidang *manufacturing* baja lapis seng, tahan karat, profil-profil berupa baja ringan, atap metal bergelombang dan juga *floor decking* sebagai pengganti bekisting.



Gambar 1 Bapak Putra Simatupang dan keluarga
Sumber: Dokumentasi tokoh

Intrapreneurship

Pada tahun 1980-an istilah *intrapreneurship* diciptakan oleh Pinchot (1985) untuk membedakan seorang wirausaha yang masuk kedalam suatu perusahaan atau organisasi dengan karyawan biasa. Seorang *intrapreneur* memiliki perbedaan dari karyawan lain yang bekerja di sebuah perusahaan dan juga dari seorang pengusaha. Perbedaan *intrapreneur* dengan pengusaha dilihat dari konteks operasinya, seorang pengusaha memiliki radius yang lebih luas. Sedangkan perbedaan dengan karyawan biasa, perbedaannya terlihat dari cara berpikir dan bertindak. Seorang *intrapreneur* memiliki karakteristik diantaranya, inovatif, proaktif dan kreatif, kemampuan untuk mencari

dan mengeksplorasi peluang, inisiatif, kemandirian dan kepercayaan diri, keinginan untuk pertumbuhan dan realisasi diri pribadi dan profesional, dan kemauan untuk menanggung risiko secara bertanggung jawab.

Menurut Trisila (2021), *intrapreneurship* adalah seseorang yang memiliki jiwa *entrepreneurship* yang ada dalam sebuah *entrepreneurship* yang lebih besar. *Intrapreneurship* adalah karyawan dalam sebuah organisasi yang memiliki inovasi terhadap perusahaan tempat mereka bekerja.

Menurut Friana dan Lindriana (2015), *Intrapreneurship* pada perusahaan yang maju adalah seseorang yang memiliki pribadi kepemimpinan yang kuat dilengkapi dengan budaya integritas, kecepatan dalam pengambilan keputusan dan dapat membangun jiwa kewirausahaan dari setiap karyawan perusahaan agar dapat berkembang. Bersama untuk kebebasan dalam kreativitas dan inovasi dengan transparansi, akuntabilitas, etika, integritas, dan pengendalian emosional. *Intrapreneurship*, menunjukkan pentingnya bersama dengan inovasi untuk pengembangan organisasi.

Menurut Lechner dan Gudmundsson (2014), *intrapreneurship* dan inovasi berjalan beriringan. Perilaku karyawan dikombinasikan dengan faktor organisasi yang menguntungkan, mempengaruhi pengembangan organisasi dan kemungkinan mengembangkan keunggulan kompetitif, bukan terbatas pada usaha baru. Suatu perusahaan merekrut *intrapreneurship* dan inovasi dalam upaya untuk bertahan, berhasil, dan tetap kompetitif di pasar (Urban dkk., 2015). Dengan cara ini, dianggap sebagai hubungan antara *intrapreneurship* dan inovasi sebagai faktor yang dapat memberikan dampak positif pada kinerja organisasi dan akibatnya, pada daya saing mereka.

Seorang *intrapreneur* perlu memahami baik lingkungan eksternal dan lingkungan internal. Meluncurkan produk

baru bisa jadi sulit dalam lingkungan organisasi yang mengikuti kebijakan ketat, yaitu sangat birokratis, atau ketika proyek baru harus melewati proses persetujuan (Hornsby dkk. 2002). Maka dari itu, penting bagi *intrapreneur* untuk mengetahui budaya organisasi, struktur manajemen, perilaku dan motivasi rekan-rekannya dan karena itu mengatasi hambatan organisasi yang terlalu birokratis. Intrapreneur yang sukses terutama mahir dalam menavigasi antara inersia birokrasi dan politik organisasi (Govindarajan dan Desai 2013).

Menurut Foley (2015) terdapat 11 hal yang dilakukan seorang pemimpin *intrapreneurship*:

1. Keputusan dalam perekrutan karyawan;
2. Tantangan praktik bisnis tradisional;
3. Hancurkan silo dan hambatan organisasi;
4. Menangani kompleksitas dan ketidakpastian secara efektif;
5. Memanfaatkan sumber daya yang terbatas secara lebih efektif;
6. Meruntuhkan sistem lama dan membangun yang baru;
7. *Co-create* inovasi dengan pelanggan dan mitra;
8. Memotivasi dan melibatkan orang lain dalam pekerjaan yang menantang;
9. Membangun budaya yang fleksibel, mudah beradaptasi, dan berwirausaha;
10. Menghasilkan nilai bisnis bagi pelanggan dan bottom line;
11. Belajar dari kesuksesan dan kegagalan mereka.

Menurut Foley (2015) *Intrapreneur* selalu menjadi pionir, pembangun, dan agen perubahan yang mendorong inovasi dalam perusahaan atau organisasi dengan melihat

perkembangan zaman dan menyesuaikan dengan situasi dan kondisi zaman.

Dari pengertian yang tertuang di atas dapat di simpulkan *intrapreneurship* adalah orang yang memiliki ide dan kreativitas, ide tersebut di kembangkan melalui inovasi yang bertujuan untuk kemajuan dan kesejahteraan perusahaan dengan memahami lingkungan internal dan eksternal.

Menjadi Seorang Intrapreneur yang Berani Berinovasi

Putra Simatupang S.T., M.M, merupakan lulusan Teknik Sipil Universitas Kristen Maranatha dan Binus Business School. Beliau memulai karirnya sebagai seorang *intrapreneur*. Saat ini beliau bekerja di NS *BlueScope Lysaght* Indonesia sebagai *National Sales Manager Commercial* dan *Residential Segment*. Awal mula beliau masuk ke dalam perusahaan ini, beliau bekerja sebagai seorang *engineering*.

Engineering merupakan tulang punggung dari perusahaan *BlueScope Lysaght* Indonesia. *Product-product* yang dihasilkan dapat ditawarkan kepada *costumer* atas dasar *value engineering*. Beliau selalu diajak oleh tim *sales* untuk menerangkan kepada *costumer* tentang *value engineering* dari *product* yang mereka buat. Dalam proses itu beliau mampu menyampaikan dan mampu mengkonversi, meyakinkan *costumer* untuk melakukan inovasi atau *value engineering*. Maka dari itu, tim *sales* melihat ada kelebihan yang bisa ditingkatkan dari beliau. Dari situ manajemen pun melihat adanya program untuk mengkonversi dari tim teknis menjadi ujung tombak. *Sales* yang dimaksud di sini bukanlah sales barang biasa karena barang yang mereka *offering* adalah barang yang bisa memberikan nilai lebih kepada *costumer*. Sehingga mereka dapat memberikan *support* dan solusi kepada *costumer*.

Perjalanan yang beliau lalu sebagai *intrapreneur* bukanlah perjalanan yang singkat. Beliau bergabung dalam Perusahaan NS *BlueScope Lysaght* Indonesia pada tahun 2010 dan sempat keluar dari group pada tahun 2018. Selama setahun beliau untuk mengemban di perusahaan lain di mana bidangnya masih seputar baja. Hingga akhirnya tahun 2020, beliau dapat kesempatan untuk *join* kembali ke dalam perusahaan NS *BlueScope Lysaght* Indonesia. Hal itu banyak memberi wawasan tambahan terhadap beliau, di mana dalam keberhasilan suatu perusahaan itu sangat penting didukung oleh kerjasama tim. Kolaborasi antar departemen, kolega dan tim itu sangat penting. Sehingga dalam pelaksanaan pekerjaan sehari-hari dapat selalu terpantau dan saling mengisi satu dengan yang lain. Maka dari itu menurut beliau masih cukup banyak hal-hal yang perlu beliau tingkatkan meskipun dalam kondisi performa perusahaan yang baik.

Kondisi sebenarnya pada tahun 2020 sampai 2022 cukup *struggling* dari segi market Indonesia dikarenakan adanya *Covid-19*. Namun dengan adanya *planning* yang baik dari manajemen, arahan yang baik, arahan yang jitu yang disampaikan oleh *Leadership*, semuanya dapat terlewati dengan baik. Hingga pada puncaknya di tahun 2022 perusahaan NS *BlueScope Lysaght* Indonesia memiliki hasil yang terbaik di sepanjang 50 tahun berada di Indonesia.

Keinginan atau *goals* pribadi beliau adalah untuk menjadi seorang pimpinan yang memiliki jangkauan yang lebih luas. Saat ini beliau berperan sebagai National Sales Manager yang memiliki peran secara nasional dalam membina tim-tim *sales* yang ada di seluruh Indonesia. Namun demikian beliau masih harus *report* kepada *sales director* di atas level beliau dan di atas *sales director* ada *president director*. Beliau selalu

belajar bagaimana menjadi *leader* yang baik. Menejemen perusahaan ini sangat dinamis maka *leadership* terutama di bagian *country level* memang sering berganti dan memiliki strategi-strategi baru. Dari sana beliau mengambil suatu peluang untuk belajar dari tiap-tiap perubahan *leadership* yang terjadi. Harapan beliau adalah agar bisa meraih ke jenjang selanjutnya. Beliau selalu berbenah diri untuk bisa mencapai ke level itu dan beliau memulainya dengan meningkatkan kemampuan sehingga bisa pantas di *level* tersebut.



Gambar 2 Logo Perusahaan *BlueScope Lysaght*
Sumber: Google

Berani Beresiko dan Berinovasi

“Dreams without goals are just dreams. And ultimately, they fuel disappointment. On the road, to achieving your dreams, you must apply discipline but more importantly, consistency because without commitment you’ll never start, but without consistency, you’ll never finish.” – Danzel Washington.

Mimpi tanpa tujuan hanyalah mimpi. Pada akhirnya, hal itu memicu kekecewaan. Dalam perjalanan mencapai impian, Anda harus menerapkan disiplin, namun yang lebih penting adalah konsistensi. Karena tanpa komitmen, Anda

tidak akan pernah memulai, namun tanpa konsistensi, Anda tidak akan pernah selesai.

Jadilah seorang *intrapreneur* yang memiliki sikap berani mengambil resiko di setiap inovasi dan pantang untuk menyerah dalam mengembangkan ide – ide sesuai kemajuan zaman agar tidak menjadi tertinggal, karena dari sana dapat memberikan dampak yang besar bagi perusahaan atau pun diri sendiri.

Referensi

- Foley, S. (2015). Intrapreneurs: The New Face of Leadership. *corporate-entrepreneurs.com*. <https://corporate-entrepreneurs.com/2015/03/17/intrapreneurs-the-new-face-of-leadership/>
- Friana, R., & Indriana, I. (2015), “Pengaruh Intrapreneurship Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur di Tangerang”, *Jurnal Manajemen*. 19(1),14.
- Govindarajan, V., & Desai, J. (2013). Recognize Intrapreneurs Before They Leave. *Harvard Business Review*. https://hbr.org/2013/09/recognize_intrapreneurs
- Hornsby, J. S., Kuratko, D. F., & Zahra, S. A. (2002). Middle Managers’ Perception of the Internal Environment for Corporate Entrepreneurship: Assessing a Measurement Scale. *Journal of Business Venturing*. 17(3), 253-273.
- Lechner, C., & Gudmundsson, S. V. (2014). Entrepreneurial Orientation, Firm Strategy and Small Firm Performance. *International Small Business Journal*. 32(1), 36-60. <https://doi.org/10.1177/0266242612455034>
- Pinchot III, G. (1985). Intrapreneuring: Why you don’t have to leave the corporation to become an entrepreneur. *University of Illinois at Urbana Champaign’s Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*. <https://ssrn.com/abstract=1496196>
- Trisila, D. (2021). Pengaruh Budaya Care dan Integrity terhadap Sikap Intrapreneurship Karyawan pada Kantor Pusat PT Pelindo III (PERSERO) Surabaya, *Jurnal*

Manajerial Bisnis. 5(1) <http://jurnal.uwp.ac.id/pps/index.php/mm/article/view/371>

Urban, B., & Wood, E. (2015). The Importance of Opportunity Recognition Behaviour and Motivators of Employees When Engaged in Corporate Entrepreneurship. *Journal of Business Economics and Management*, 16(5), 980-994. <https://doi.org/10.3846/16111699.2013.799087>

MERINTIS KARIR SEBAGAI *INTRAPRENEUR*

Muchammad Rifky Faujian, Imelda Junita

Mengenal Kristhoper Lionel Molina



Gambar 1 Bapak Kristhoper Lionel Molina Tokoh *Intrapreneur* di PT Serasi Autoraya
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Bapak Kristhoper Lionel Molina merupakan *intrapreneur* di PT Serasi Autoraya. Beliau lahir di Tasikmalaya pada 18 Desember 1996. Lahir dan tumbuh di kota Tasikmalaya beliau juga menyelesaikan pendidikannya sampai SMA di Tasikmalaya sebelum akhirnya pindah ke Bandung untuk melanjutkan kuliah. Selama di kota Tasikmalaya, beliau aktif mengikuti kegiatan di gereja YKP Tasikmalaya yang secara tidak langsung gereja tersebut memiliki hubungan dengan Universitas Kristen Maranatha dan beliau pun akhirnya berkuliah di Universitas Kristen Maranatha. Beliau masuk Fakultas Bisnis di Universitas Kristen Maranatha pada tahun 2015 dan mengambil Program Studi Manajemen.

Beliau juga lulus dari Universitas Kristen Maranatha dengan predikat *cumlaude* pada tahun 2019. Selama perkuliahan beliau juga sempat aktif menjadi asisten dosen dan juga memiliki kesempatan untuk menjadi asisten laboratorium pasar modal. Setelah lulus kuliah, beliau mengikuti Astra Graduate Program Batch IX yang diselenggarakan oleh PT Astra Internasional Tbk. Beliau lulus dari program tersebut pada tahun 2021 dan setelah lulus kini beliau menjadi *Business Development Analyst* di PT Serasi Autoraya sampai saat ini.



Gambar 2 Bapak Kristhoper Bersama Istri dan Anaknya
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Intrapreneurship

Memfokuskan pada inovasi dan kreativitas adalah tugas seorang *intrapreneur*, selain itu juga mentransformasi suatu ide atau gagasan yang dijadikan usaha menguntungkan untuk dioperasikan dalam lingkup lingkungan perusahaan. Agar perusahaan dapat sukses dan berkembang, *intrapreneurship* harus diimplementasikan pada strategi perusahaan (Bahri, t.t.). *Intrapreneurship* adalah suatu proses yang terkait inovasi, melakukan usaha yang berisiko dan berawal dari tindakan proaktif dalam suatu organisasi (Kurnia dkk., 2014). Pandangan terhadap *intrapreneur* dapat digolongkan

menjadi empat dimensi yaitu *new business venturing*, *innovativeness*, *self-renewal*, dan *proactiveness*. Karakteristik *intrapreneurship* yang paling menonjol yaitu *new business venturing* karena dapat menghasilkan terciptanya usaha baru dalam organisasi yang ada saat ini (Antoncic dkk., 2001). Menurut Friana dan Indriana (2015), *intrapreneurship* merupakan jiwa kewirausahaan dalam perusahaan. Menurut Handrimurtjahjo (2012) dalam Kho (2020), ada beberapa karakteristik dari seorang *intrapreneurship*, yaitu:

1. Menciptakan bisnis baru dalam perusahaan adalah karakteristik dari seorang *intrapreneur*;
2. Kepemimpinan teknologi melalui inovasi produk atau layanan yang terus-menerus diinginkan;
3. Seorang *intrapreneur* perlu menciptakan proses bisnis yang dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas dan kualitas yang lebih baik pada produk dan layanan sehingga dapat lebih unggul dari pesaingnya dalam bisnis yang sangat kompetitif;
4. *Intrapreneur* mencoba untuk memimpin daripada mengikuti pesaing melalui keaktifan mereka;
5. Dalam mengambil resiko seorang *intrapreneur* harus memiliki sikap berani sehubungan dengan keputusan investasi dan tindakan strategis dalam situasi ketidakpastian;
6. Seorang *intrapreneur* diharapkan bisa mengubah organisasi melalui pembaruan ide-ide;
7. Kecenderungan untuk secara langsung dan intensif harus dimiliki seorang *intrapreneur* dalam menantang pesaing organisasinya untuk menemukan titik masuk atau meningkatkan posisi organisasinya.

Menjadi Top Manajemen di Perusahaan Besar

Di saat semua orang ingin menjadi seorang *entrepreneur* dan menjalankan bisnisnya sendiri, Bapak Kristhoper lebih

memilih menjadi *intrapreneur* di perusahaan besar. Beliau memilih untuk berkembang di dalam suatu perusahaan dan menjadi seorang *Top* Manajemen di perusahaan tersebut. Beliau juga berkeinginan menjadi *stakeholder* dan membuat timnya sendiri sehingga lebih leluasa untuk mengembangkan produk atau bisnis yang sedang beliau kerjakan.

Pandangan Bapak Khristhoper sebagai *intrapreneur* adalah beliau percaya bahwa sejak kecil memiliki kepribadian yang cocok menjadi *intrapreneur* dibandingkan menjadi *entrepreneur* sehingga beliau lebih memilih menjadi *intrapreneur* di sebuah perusahaan. Beliau juga memiliki pandangan jika menjadi *entrepreneur* amat sangat berat dan juga perlu pertimbangan yang matang. Beliau menyampaikan bahwa *entrepreneur* dan *intrapreneur* merupakan hal yang berbeda sehingga dengan segala pertimbangan beliau lebih memilih menjadi *intrapreneur*. Tetapi tidak menutup kemungkinan suatu saat beliau bisa menjadi *entrepreneur* jika sudah memiliki pengetahuan yang cukup dalam hal tersebut.



Gambar 3 Foto Kelulusan *on The Job Training* Bapak Khristhoper Bersama Mentor dan Tim
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Hal yang melatarbelakangi Bapak Khristhoper menjadi seorang *intrapreneur* adalah berawal dari orangtuanya yang

bekerja di Bank Indonesia sehingga beliau berkeinginan mengikuti jejak dari orangtuanya bekerja di Bank Indonesia. Tetapi setelah memasuki kuliah beliau mulai membuka pandangan bahwa untuk bekerja tidak harus bekerja sama seperti orangtuanya. Setelah lulus kuliah beliau mencoba untuk melamar di PT Astra Internasional. Beliau mengikuti serangkaian proses seleksi dan pelatihan di PT Astra Internasional dan akhirnya berhasil lulus pada *Astra Graduate Program* Batch IX serta ditempatkan di PT Serasi Autoraya. Di dalam perusahaan ini beliau merasa tertantang karena Serasi Autoraya memiliki beragam model bisnis mulai seperti *transportation solution*, *pre-owned car sales* dan *logistic services*. Berposisi sebagai *Business Development Analyst* beliau melakukan *market research* untuk melihat bagaimana pasar di Indonesia.



Gambar 4 Foto Kelulusan *Astra Graduate Program*
Pengumuman Penempatan di PT Serasi Autoraya
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Tujuan Bapak Kristhoper menjadi seorang *intrapreneur* karena beliau ingin menjadi seorang *top* manajemen di sebuah perusahaan. Beliau ingin karirnya terus berkembang dan memiliki pengalaman yang lebih luas. Beliau ingin memaksimalkan kesempatan yang ada untuk memiliki karir

yang lebih baik, dan kembali lagi beliau memaparkan bahwa ingin mejadi *top* manajemen di perusahaannya sekarang.

Hal yang masih ingin terus dikembangkan oleh Bapak Krithoper adalah memimpin timnya agar dapat terus berkembang dan mencapai tujuan bersama yaitu menjadi seorang pemimpin Saat ini di perusahaan tempatnya bekerja, Bapak Khrithoper diberi keleluasaan untuk mengembangkan produk dan bisnisnya, sehingga beliau harus terus mengembangkan kepemimpinan di perusahaan. Beliau memaparkan tujuannya menjadi sebuah leader masih dalam perjalanan untuk mencapainya.

Nilai hidup yang di yakini oleh Bapak Khrithoper sejak dulu yaitu ketika mengerjakan sesuatu kerjakanlah dengan semaksimal mungkin. Nilai integritas pun harus dipegang teguh. Beliau mengatakan “*Do your extra miles* dan menjadi *best version of us*” dan “*Do my best*”. Selain itu beliau percaya ketika kita bekerja keras namun tidak didukung dengan doa pada akhirnya hasilnya tidak akan maksimal dan selesai. Beliau memaparkan kombinasi berdoa dan bekerja keras menjadi motto hidupnya.

Beliau pernah mengalami fase tersulit saat akan menjadi seorang *intrapreneur*, yaitu ketika beliau menjalankan fase *Management Trainee*. Ketika masuk ke perusahaan PT Astra Internasional tidak serta merta menjadikan beliau sebagai karyawan tetap yang memiliki keutungan lebih. Beliau memaparkan fase tersulitnya yaitu ketika menjalankan *On the Job Training* di *Astra Graduate Program* adalah beliau dituntut sebagai *intrapreneur* yang adaptif dan bisa menyampaikan sesuatu dengan maksimal selama *On the Job Training* yang dilaksanakan selama empat bulan di perusahaan yang berbeda. Beliau dituntut untuk selalu melakukan peningkatan menggunakan *tools management* dan bisa mempertanggungjawabkan di *final review*. Beliau dirotasi di tiga perusahaan dan industri yang berbeda

selain itu dipindahkan di lokasi yang juga berbeda. Di-fase tersebut, beliau memiliki banyak tantangan untuk menjadi seorang *intrapreneur*.

Hal menarik lainnya yang beliau sampaikan adalah ketika memasuki tahap *Focus Group Discussion* pada saat seleksi *Astra Graduate Program*, beliau ditempatkan di sebuah tim untuk memberikan analisa singkat dari sebuah studi kasus yang diberikan perusahaan. Beliau memaparkan sebelum mengikuti tahap seleksi tersebut beliau selalu melihat dan belajar dari *internet* dan *youtube* tentang tahapan seleksi dan cara agar bisa lolos dalam tahapan-tahapan seleksi tersebut. Sangat tepat ternyata studi kasus yang keluar pada saat tahap seleksi *Focus Group Discussion* sama dengan yang telah dia pelajari di *internet*. Beliau merasa selangkah lebih maju dari rekan setimnya karena belum tentu sudah mempelajari studi kasus tersebut.



Gambar 5 Foto Bapak Kristhoper Saat Presentasi *Project* yang Dihadiri *Sales Leader* dan *Board of Directors*
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Selain itu, beliau merasa beruntung saat menghadapi tahapan seleksi wawancara. Beliau harus mempresentasikan materi terkait PT Astra Internasional dan juga rekomendasi bisnis. Beruntungnya semasa berkuliah di Universitas Kristen Maranatha, beliau pernah mengikuti kelas ekstra

terkait bagaimana membuat presentasi yang tepat untuk bisa menjawab sebuah permasalahan. Beliau memaparkan banyak bekal ilmu yang dia dapatkan saat berkuliah bisa diterapkan pada saat tahap seleksi dan akhirnya membantunya lolos.

Inovasi dan Kreativitas untuk Transformasi

Bapak Kristhoper Lionel Molina merupakan *intrapreneur* muda yang bisa menginspirasi para generasi muda. Seperti yang disebutkan Princhott (1985) dalam Cadar (2015), *intrapreneur* adalah seorang yang memfokuskan pada inovasi dan kreativitas, serta mentransformasi suatu ide atau gagasan menjadi usaha menguntungkan yang dioperasikan dalam lingkup lingkungan perusahaan. Maka agar perusahaan dapat sukses dan berkembang, *intrapreneur* harus diimplementasikan pada strategi perusahaan. Beliau menjadi *Business Development Analyst* di PT Serasi Autoraya untuk menganalisis dan mengembangkan gagasan lalu dilanjutkan dengan mengimplementasikannya menjadi sebuah strategi dalam bisnis perusahaan. Dengan tindakannya untuk menganalisis dan menciptakan *new business venturing* merupakan salah satu karakteristik *intrapreneurship* yang paling menonjol karena dapat menghasilkan penciptaan usaha baru dalam organisasi yang ada saat ini (Antoncic dkk., 2001).

Referensi

- Kurnia, A. & Simarmata, N. (2014). Intrapreneurship dan Pengambilan Keputusan Pada Manajer Toko Modern. *Jurnal Psikologi Udayana Edisi Khusus Psikologi Umum*, 63-73.
- Antoncic, B., & Hisrich, R. D. (2001). Intrapreneurship: Construct refinement and cross-cultural validation. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 495–527. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00054-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00054-3)

- Bahri. (t.t.). Tentang Intrapreneur, Entrepreneur, dan Program Studi Kewirausahaan Universitas Widya Mataram.
- Cadar, O., & Badulescu, D. (2015). *Munich Personal RePEc Archive Entrepreneur, Entrepreneurship and Intrapreneurship. A Literature Review Entrepreneur, Entrepreneurship and Intrapreneurship. A Literature Review*.
- Friana, R., & Indriana, I. (2015). Pengaruh Intrapreneurship Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur di Tangerang, *Jurnal Manajemen, XIX*(1).
- Handrimurtjahjo, A. D. (2012). Peran Intrapreneurship Dalam Membangun Daya Saing Kultural di Perguruan Tinggi: Sebuah Kerangka Penelitian, *Binus Business Review* 3(1), 255. DOI:10.21512/bbr.v3i1.1314
- Kho, B. (2020). Pengertian Intrapreneurship dan Karakteristik Intrapreneurship. *Ilmu Manajemen Industri*. <https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-intrapreneurship-karakteristik-dimensi-intrapreneurship/>

CINTA ABADI PROFESI AKUNTAN

I Made Joel, SeTin

Mengenal Frendy Susanto

Frendy Susanto lahir di Kota Tulungagung, Jawa Timur, pada tanggal 23 Juni 1982. Beliau menyelesaikan Sarjana Akuntansi di Universitas Kristen Maranatha (UKM) dan menyelesaikan Magister Akuntansi di Universitas Indonesia (UI). Beliau adalah Akuntan Publik (*auditor*) bersertifikat dan beregister (*Certified Public Accountant* – CPA dan *Certified Accountant* - CA). Beliau memulai karirnya sebagai *auditor* eksternal dengan Kantor Akuntan Publik (KAP) Tanubrata, Sutanto, Fahmi, Bambang dan Rekan (afiliasi dengan BDO International) sejak tahun 2010 hingga 2018. Saat ini, beliau bergabung dengan KAP Paul Hadiwinata, Hidajat, Arsono, Retno, Palilingan dan Rekan (afiliasi dengan PKF International) (“PKF”), salah satu firma jasa akuntansi dan profesional di Indonesia yang beralamat di Jakarta.



Gambar 1 Frendy Susanto, S.E., Ak, M.Ak, CPA

Sumber: Profil LinkedIn

Intrapreneur yang Gigih dan Tekun

Frendy Susanto adalah seorang *intrapreneur*, yaitu akuntan yang berkiprah di sebuah organisasi KAP PKF yang memberikan jasa akuntansi dan profesional. Organisasi kantor akuntan publik termasuk dalam konsep *intrapreneurship*.

Intrapreneurship berasal dari dua kata, yaitu “*intra*” (di dalam) dan “*preneurship*” (berkaitan dengan wirausaha). *Intrapreneurship* berakar pada kewirausahaan (Karimi dkk, 2011). *Intrapreneurship* dalam kaitannya dengan bisnis adalah seorang wirausaha yang bekerja dalam suatu organisasi untuk mengembangkan produk atau jasa tertentu dan merupakan jiwa kewirausahaan dalam perusahaan itu sendiri (Handrimurtjahjo, 2012). Kantor akuntan publik dikategorikan sebagai *intrapreneurship* karena merupakan organisasi yang mendorong dan mendukung tindakan kewirausahaan para karyawannya, seperti berinovasi, kreatif, dan mampu berpikir global. *Intrapreneurship* mendorong karyawan menciptakan, mengusulkan, dan mengimplementasikan ide-ide baru (Antonic, 2001). Kantor akuntan publik juga menerapkan *intrapreneurship* dengan memberikan fleksibilitas, dukungan, dan sumber daya yang diperlukan untuk mendorong inovasi dan perkembangan.

Intrapreneurship akan tumbuh jika karyawan memiliki semangat untuk melakukan inovasi, berani mengambil resiko yang telah dikalkulasi, berani menghadapi tantangan (Friana dkk, 2015). Selain itu, *intrapreneurship* juga akan terus berkembang jika ada semangat untuk bersaing, karyawan proaktif terhadap perubahan serta adanya wewenang yang diberikan perusahaan untuk mengubah ide menjadi kreativitas menghasilkan hal baru yang dapat meningkatkan kinerja, produktivitas, finansial serta pertumbuhan dalam perusahaan. *Intrapreneurship* harus diimplementasikan dalam strategi perusahaan (Budiharjo, 2011).

Ciri kuat *intrapreneur* adalah tidak menerima jawaban tidak (Hasker, 2012). Antonic & Hisrich, 2003 menjelaskan ciri-ciri *intrapreneurship* yaitu:

1. Memanfaatkan seluruh sumber daya pribadi yang dimiliki individu untuk melakukan terobosan dalam berbagai hal agar dapat bersaing di persaingan global;
2. *Beyond Leadership*, yaitu pengimplementasian naluri kepemimpinan lebih dari sekadar yang dilakukan oleh pemimpin biasa. Para pelaku tampak lebih bekerja keras.

Dimensi/karakteristik *intrapreneurship* (Antonic & Hisrich, 2004) sebagai berikut:

1. *New business venturing*

Karakteristik *intrapreneurship* yang paling menonjol karena menghasilkan penciptaan usaha baru dengan merumuskan kembali produk atau jasa dan/atau pengembangan pasar baru.

2. *Innovativeness*

Innovativeness mengacu pada inovasi produk dan jasa dengan menekankan pada pengembangan dan inovasi dalam teknologi.

3. *Self-renewal*

Self-renewal menggambarkan transformasi organisasi melalui pembaruan ide utama, yaitu perubahan strategis dan organisasional, meliputi redefinisi konsep bisnis, reorganisasi, dan pengenalan perubahan sistem inovasi.

4. *Proactiveness*

Konsep *proactiveness* mengacu pada sejauh mana organisasi memimpin bukan mengikuti pesaing bisnis utama sebagai pengenalan produk baru atau jasa, teknologi operasi dan teknik administratif.

KAP PKF juga termasuk *intrapreneurship* yang berkomitmen untuk mempromosikan dan mendukung reformasi yang konstruktif serta membantu klien dan karyawan menerapkan praktik bisnis yang baik serta meningkatkan nilai bagi pemangku kepentingan. KAP PKF juga memberi dukungan global melalui semangat, kerja sama tim, kejelasan, kualitas, dan integritas yang dibutuhkan untuk sukses. Dalam konteks KAP PKF atau organisasi serupa, *intrapreneurship* dapat mengacu pada bagaimana karyawan mereka didorong untuk berkontribusi dengan gagasan inovatif dalam praktik akuntansi atau layanan terkait. Hal ini dapat membantu firma tersebut tetap berada di garis depan dalam industri jasa profesional. Frendy Susanto adalah *intrapreneur* di dalam organisasi Kantor Akuntan Publik yang merupakan *intrapreneurship*.

Intrapreneur yang Mencintai Profesi, Gigih dan Tekun

Bapak Frendy Susanto adalah orang Jawa Timur yang sebelumnya sering berpindah ke berbagai tempat karena usaha yang dijalankan orang tuanya di Lampung, Batam, hingga Bandung. Beliau tinggal di Bandung karena ayah beliau yang suka dengan suasana Bandung yang dingin sehingga dari SMA hingga kuliah beliau menetap di Bandung.

Pak Frendy mulai menjalankan perkuliahan di Universitas Kristen Maranatha tahun 2002 dan menyelesaikan Sarjana Ekonomi di tahun 2005. Setelah lulus beliau bekerja sebagai Internal Auditor di PT Medion Farma Jaya yang merupakan perusahaan farmasi yang memproduksi vaksin ternak dan perlengkapannya. Beliau bekerja di perusahaan tersebut selama 2 tahun, lalu pindah pada tahun 2008 ke PT Prima Mitra Edukarya yang berada di Jakarta setelah menyelesaikan Program Studi Profesi Akuntan (PPAK) di Maranatha pada akhir tahun 2007. Beliau diberi kesempatan untuk bergabung di PT Prima Mitra Edukarya (CT Prima) oleh salah

satu dosen pengajar di PPAK yaitu Bapak Ludovicus Sensi Wondabio (Pak Sensi) yang kebetulan sebagai Tenaga Ahli di CT Prima. Pak Sensi memiliki peran yang penting dalam karir Pak Frendy sebagai seorang akuntan publik. Beliau mendorong Pak Frendy untuk mengambil ujian sertifikasi Certified Public Accountant (CPA) sebagai bekal awal untuk bisa menjadi seorang akuntan publik. Beliau lulus sertifikasi CPA di tahun 2009. Setelah lulus sertifikasi CPA, Pak Frendy melanjutkan Pendidikan di Magister Akuntansi Universitas Indonesia tahun 2010 dan lulus di tahun 2012.

Setelah lulus sertifikasi CPA, Pak Frendy memulai berkarir sebagai akuntan publik di tahun 2010 di Kantor Akuntan Publik Tanubrata, Sutanto, Fahmi, Bambang dan Rekan (afiliasi BDO Indonesia) (“BDO”). BDO merupakan tempat dimana karir Pak Frendy sebagai akuntan publik sampai pada akhirnya di tahun 2016 dipromosikan menjadi Partner Audit. Pak Frendy berkarir di BDO hingga akhir tahun 2018.

Pada tahun 2019, beliau memulai membangun grup audit bersama kedua rekannya dan bergabung di Kantor Akuntan Publik Paul Hadiwinata, Hidajat, Arsono, Retno, Palilangan dan Rekan (afiliasi PKF International) hingga saat ini. Beliau beserta kedua rekannya mulai mengatur keuangan dan kepegawaian dari grup itu sendiri dan juga mulai melakukan pengembangan terhadap grup beliau.

Pandangan beliau terhadap profesinya sekarang ini adalah profesi akuntan publik sangat dibutuhkan mengingat sebaran akuntan publik saat ini didominasi oleh akuntan publik yang berumur diatas 55 tahun. Sedangkan saat ini Institut Akuntan Publik. Tantangan yang beliau hadapi untuk masalah ini adalah sulitnya mencari pengganti dan menurut beliau walaupun peluang kerjanya terbuka luas tetapi untuk mencari penerus auditor sendiri masih menjadi tantangan tersendiri bagi beliau untuk bisa melanjutkan

tingkat kepemimpinan dalam grup audit yang saat ini dijalankan oleh beliau.

Tujuan mendatang bagi beliau sebagai *intrapreneur* adalah mempersiapkan agar grup audit yang sudah dikembangkan ini terus dapat memberikan jasa yang terbaik untuk klien-klien sampai kedepannya. Menurut beliau sendiri sebagian besar tujuannya telah tercapai sebagai *intrapreneur*.

Menurut pak Frendy, yang masih ingin beliau capai adalah mengembangkan grupnya tidak hanya sebagai *partner*, akan tetapi sebisa mungkin memperbesar jumlah pegawai didalam grup yang dipimpinnya serta dapat memberikan nilai tambah bagi Kantor Akuntan Publik dimana beliau bernaung dan memberikan kualitas jasa audit yang bernilai tambah bagi setiap klien yang dipegangnya. Selain itu cita-cita beliau juga agar pegawai yang menjadi tanggung jawab beliau dapat meningkatkan kemampuan dan keahliannya di bidang audit serta memperoleh kenyamanan baik dalam bekerja maupun dalam mengembangkan karir kedepannya.

Nilai hidup yang beliau pegang hingga saat ini yaitu untuk selalu belajar dan tetap bersyukur dikarenakan sesuatu yang tidak sesuai dengan yang kita rencanakan dari awal jika kita lihat dengan yang sudah Tuhan rencanakan justru jauh lebih baik dan itu tidak terpikirkan buat kita saat itu. Dimanapun kita berada, dengan mengembangkan diri maka penghasilan juga otomatis akan mengikuti dengan sendirinya sehingga tidak perlu khawatir. Pak Frendy mempunyai motto hidup yaitu "*Jujur itu mahal harganya*", dan ini harus diterapkan apalagi di masa sekarang ini. Beliau berpesan agar mahasiswa program studi akuntansi tetap gigih dan tekun mengikuti perkembangan bidang akuntansi. Beliau juga menyarankan agar program studi akuntansi meningkatkan kolaborasi dengan praktisi guna mengisi kesenjangan teori dengan dunia praktik.

Kegigihan dan Ketekunan

Menjadi seorang *intrapreneur* yang sukses bukanlah hal yang mudah untuk dicapai, Pak Frendy menghadapi banyak tantangan sejak masa kuliah hingga masa merintis karir, mengalami masa kegagalan, kehilangan, dan juga kesulitan. Tidak banyak orang yang dapat bertahan jika tidak gigih dan tekun dalam menghadapi tantangan dan juga harus mempunyai mental yang kuat.

Dalam menjalani kehidupan sebagai *intrapreneur* diperlukan mental yang kuat sehingga bisa menghadapi berbagai macam halangan dan tetap maju. Individu yang tekun tetapi mental yang lemah akan sulit untuk maju; jika tidak menguasai ilmu pengetahuan dan tidak memiliki sikap yang hormat maka tidak akan sukses.

Dalam mengembangkan mental diperlukan tidak hanya didikan, akan tetapi juga sangat diperlukan pengalaman langsung. Tidak ada seorang pun yang dapat meraih kesuksesan tanpa menghadapi kegagalan semasa hidupnya karena kegagalan juga merupakan pengalaman. Oleh karena itu, tidak boleh untuk takut gagal dan berujung menjadi tidak mencoba. Ingatlah bahwa, "*Tanpa mental yang kuat, seseorang tidak akan bisa memimpin dan berhasil*".

Referensi

- Antoncic, B. (2001). Organizational Processes in Intrapreneurship: A Conceptual Integration, *Journal of Enterprising Culture*, 9(2), 221-35.
- Antoncic, B. and Hisrich, R.D. (2003). Clarifying the intrapreneurship concept, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(1), 7-24.
- Antoncic, B. & Hisrich, R.D. (2004). Corporate Entrepreneurship Contingencies and Organizational Wealth Creation, *Journal of Management Development*, 23(60), 518-50.

- Budiharjo, A. (2011). *Organisasi: Menuju Pencapaian Kinerja Optimal*. Jakarta: Prasetya Mulya Publishing.
- Friana, Rita, & Indriana. (2015). *Pengaruh Intrapreneurship Terhadap Kinerja Perusahaan*. Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Handrimurtjahjo, A.D. (2012). Peran *Intrapreneurship* Dalam Membangun Daya Saing Kultural di Perguruan Tinggi: Sebuah Kerangka Penelitian. *Binus Business Review*, Vol. 3, pp. 255-266.
- Hasker, S. (2012). *Intrapreneurship to Support Innovation*. Global Media Production, Nielsen.
- Karimi, A., Malekmohamadi, I., Daryani, M.A. & Rezvanfar A. (2011). A Conceptual Model of Intrapreneurship in The Iranian Agricultural Extension Organization: Implications for HRD, *Journal of European Industrial Training*, 35(7), 632 – 657.

SIKAP PROFESIONALISME DALAM MENGEMBANGKAN INOVASI UNTUK MEMBANGUN CIRI KHAS DALAM SUATU BISNIS

Yasmine Maharani Sayla, Maya Malinda

Mengenal Faza Amila Zahra

Faza Amila Zahra merupakan seorang tokoh *entrepreneur* dalam bidang *makeup* artis (MUA). Faza Amila lahir di Purwakarta, 8 Juli 1996. Beliau besar di Bandung dan melanjutkan sekolah di Bandung. Faza Amila lulusan tahun 2018 dari Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha, dan saat ini tokoh telah mempunyai satu anak laki-laki.

Pengalaman yang banyak dalam dunia bisnis telah dilakukan dan dilalui dari Ibu Faza tepat pada tahun 2018 adalah awal mula ibu Faza menjadikan hobinya sebagai sebuah bisnis yang berkelanjutan hingga saat ini. Selain itu tokoh memiliki pengalaman berbisnis di bidang *fashion*, tokoh mendesain langsung model yang akan di pasarkannya. Berbisnis di bidang *fashion* juga merupakan sebuah hobi yang di miliki oleh tokoh, namun bisnis tersebut berhenti dipertengahan jalan dikarenakan tokoh ingin lebih memfokuskan terhadap bisnis MUA. Bisnis MUA yang dilakukan oleh tokoh tidak hanya di pasarkan di kota Bandung, namun tokoh memperluas pasarnya ke Jakarta dan Purwakarta.

Berikut merupakan foto tokoh yang menjadi inspirasi bagi seorang *entrepreneur* dalam dunia *makeup artist*:



Gambar 1 Ibu Faza Amila Zahra
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Entrepreneur yang Artistik

Pada saat ingin membangun sebuah bisnis, kita harus mampu untuk menciptakan sebuah keunggulan yang bersifat kompetitif agar sulit untuk ditiru pesaing. *Entrepreneurship* merupakan salah satu cara untuk dapat membantu membangkitkan perkenomian masyarakat dengan membuka berbagai macam lapangan pekerjaan. Menurut Parker dalam Wahyudi (2023), *entrepreneur* yang kita ketahui adalah sosok yang selalu mempunyai ide kreatif untuk dapat membuka sebuah usaha mandiri dengan cara yang kreatif untuk mendapatkan keuntungan, bisa dengan menjual barang dan jasa secara *offline* atau *online* untuk bisa mendapatkan keuntungan. (Wahyudi, 2023)

Menurut Suharyono dalam Pelipa dan Marganingsih (2020), istilah kewirausahaan merupakan terjemahan *entrepreneurship* yang disebut *mid-doer* atau *go-between* yang digunakan untuk menggambarkan sosok pemimpin pada suatu proyek yang produktif. Secara umum kewirausahaan diartikan sebagai sikap, semangat dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang bernilai bagi diri sendiri dan orang lain (Pelipa & Marganingsih, 2020).

Menurut Joseph Schumpeter dalam Nurhaida dkk. (2016) menyatakan bahwa:

“ An entrepreneur is someone who destroys the existing economic order by introducing new products and services, creating new forms of organization, or exploiting new raw materials.”

Dapat diartikan bahwa seorang pengusaha dapat dipahami sebagai sosok yang dapat mendisrupsi sistem perekonomian saat ini dengan memperkenalkan produk dan jasa baru, mendirikan organisasi baru, atau mengolah bahan mentah.

Menurut Rosmiati dalam Pelipa dan Marganingsih (2020), pengertian kewirausahaan menekankan empat aspek mendasar dalam menjadi seorang wirausaha yaitu: 1) melibatkan proses untuk menciptakan nilai baru, 2) memerlukan waktu yang cukup dan usaha tertentu, 3) bagi seseorang menjadi seorang wirausaha, yang terpenting adalah imbalan yang mencakup adanya kebebasan, lalu kepuasan pribadi, dan 4) pengusaha akan merespon dan menciptakan perubahan melalui tindakan yang menyatu dengan perilaku sebagai bentuk respon terhadap keputusan yang didasarkan pada pertimbangan ketidakpastian peluang keuntungan (Pelipa & Marganingsih, 2020).

Menurut Pratiwi dkk. dalam Rama dkk. (2022) karakteristik yang dimiliki seorang *entrepreneur* harus mencakup beberapa hal yaitu: 1) *risk taking*, 2) *inonovatives*, 3) *locus of control*, 4) *need for achievement*, 5) *self efficacy*, 6) *tolerance of ambiguity*.

Menurut Wirasasmita dalam Helisia Margahana (2019), *entrepreneurship* dan *entrepreneur* merupakan sebuah faktor produksi aktif yang dapat menggerakkan dan memanfaatkan sumber daya alam dan modal, sehingga dapat menciptakan kekayaan dan kesejahteraan dengan membuat lapangan

pekerjaan, serta produk yang dibutuhkan masyarakat, maka dari itu pengembangan *entrepreneurship* merupakan kebutuhan pembangunan yang tidak bisa dihindari (Helisia Margahana, 2019).

Dari pengertian *entrepreneurship* dapat artikan bahwa sosok *entrepreneur* adalah sosok yang memiliki keahlian, kepribadian, serta semangat kreativitas yang inovasi dalam melihat peluang untuk memulai suatu usaha, baik lahir maupun batin kemauan, keterampilan dan persiapan memulai usaha dan menerima konsekuensinya, baik untung maupun rugi.

Berinovasi Mengembangkan Ide untuk Membuat Ciri Khas dalam Suatu Bisnis

Kegiatan wawancara yang telah dilakukan bersama tokoh memberikan banyak hal untuk dapat dipelajari mengenai inovasi dalam berbisnis di bidang makeup artis. Untuk sampai pada tahap menjadi MUA yang terkenal dan berpengaruh dalam dunia *entertainment* membutuhkan proses yang cukup panjang dan penuh keberanian untuk dapat berkreasi dengan sesuatu yang baru. Tentunya disertai dengan berbagai macam pengalaman yang telah dilalui. Saat ini MUA sering disebut sebagai “hobi yang dibayar”, seperti tokoh yang memulai bisnis MUA ini diawali dengan hobi yang akhirnya diseriuskan dan menjadikannya sebuah pekerjaan utamanya. Makeup hanya sekedar hobi dari jaman SMA dan tidak pernah terlintas untuk menjadi seorang MUA. Singkat cerita pada saat kuliah tokoh sering membantu teman-temannya untuk di makeup, hingga akhirnya tokoh memberanikan diri untuk menseriuskan hobi tersebut untuk menjadi sebuah pekerjaan yang berlangsung hingga saat ini.

Pandangan tokoh terhadap profesinya menjadi seorang MUA itu adalah sebuah pekerjaan yang berjangka panjang dengan waktu yang *fleksibel* tetapi membutuhkan ketekunan

dan semangat dalam menjalankannya. Sebab menjalankan bisnis di dunia makeup tentu tidak mudah, terutama beberapa tahun terakhir ini profesi MUA semakin digemari anak muda. Melihat antusiasnya yang kini berlomba-lomba menjadi MUA membuat semakin banyak persaingan yang harus dihadapi oleh para MUA. Dibutuhkan ide yang kreatif dan inovatif agar konsumen tertarik untuk menggunakan jasanya, sehingga bisnis MUA yang dijalankannya dapat terus eksis dan berkembang seiring berjalannya waktu.

Dalam menjalani pekerjaannya sebagai MUA tokoh selalu memiliki prinsip dan tujuan untuk menjadi seorang *entrepreneur* yang bermanfaat dan dapat menyenangkan banyak orang. Dengan tokoh menjalankan profesinya untuk menjadi seorang MUA tujuan dan prinsip untuk sebagai *entrepreneur* tersebut dapat disalurkan dengan baik, karena menjadi MUA juga bertujuan untuk dapat mempercantik penampilan konsumen, memperbaiki kekurangan pada wajah dengan mengikuti tren yang ada. Terutama mengingat kebutuhan khusus terhadap masyarakat yang ingin tampil cantik dan menarik sesuai dengan kebutuhan pekerjaan dan gaya hidup, hal ini dapat menjadi peluang besar untuk memulai bisnis di bidang makeup.

Tokoh masih ingin terus mengembangkan dirinya untuk dapat lebih menjangkau bisnis yang lebih luas ke dalam dunia *fashion*, tidak hanya menjadi seorang MUA saja tetapi tokoh ingin membangun sebuah *branding* bahwa profesi MUA tidak hanya menyediakan jasa makeup tetapi juga menyediakan pakaian khusus untuk beberapa acara resmi, contohnya seperti baju untuk pengantin. Tokoh ingin melanjutkan bisnisnya dalam bidang *fashion* yang sempat terhenti dipertengahan jalan dengan mengkolaborasikannya dengan profesinya sebagai MUA. Menjadi seorang *entrepreneur* akan terus melakukan pengembang diri dan mencari peluang lain yang dapat menguntungkan dalam jangka waktu yang

panjang. Seorang *entrepreneur* adalah sosok yang memiliki ide kreatif dan inovatif yang baru sehingga capaian seorang *entrepreneur* tidak akan terhenti dan akan selalu mempunyai hal baru untuk dicapai.

Menurut Mutia Wella dalam Safira dkk. (2021) dalam perkembangan *tren* saat ini, untuk memulai bisnis MUA tidak hanya bergantung pada bagus atau tidaknya hasil, tetapi juga mencakup faktor-faktor lain seperti: 1) kepribadian, 2) karakteristik, dan 3) pemasaran saat memperkenalkan karya tata rias.

Tokoh selalu melakukan sebuah inovasi terhadap hasil karyanya untuk menjadi ciri khas dan pembeda dari yang lain. Inovasi yang dilakukan dari masa ke masa adalah pertama, melakukan *mixing foundation* yang dibakar hal tersebut dilakukan agar ketahanan makeup dapat bertahan lebih lama dan menghindari rusaknya makeup terhadap gesekan. Kedua, melakukan teknik jahit bulu mata agar mata terlihat lebih tegas. Ketiga, menggunakan teknik yang dapat membentuk dan memberikan efek pada lipatan kelopak mata agar mata lebih besar. Keempat, teknik mengalis tanpa melakukan cukur pada bulu alis. Kelima, memberikan inovasi terhadap produk *foundation* atau bedak untuk menyamaratakan sesuai dengan warna kulit konsumen. Keenam, melakukan teknik makeup yang dapat membuat makeup tidak luntur ketika terkena air dan tentunya dapat mempertahankan hasil makeup hingga 12 jam.

Dilihat dari sisi dimensi inovasi yang dilakukan oleh tokoh merupakan sebuah proses. Proses yang dilakukan secara kolaborasi antara *incremental dan radical* ini akan disalurkan ke dalam karya *makeupnya* yang akan diberikan kepada konsumen bahwa proses teknik tersebut akan memberikan dampak yang positif bagi para konsumen, tentunya dengan keadaan makeup yang masih *on point* dalam segala situasi dan juga beberapa teknik lainnya.

Proses model inovasi yang dilakukan oleh tokoh melalui 4 tahap yaitu:

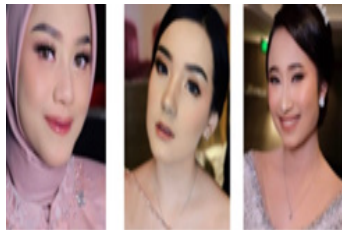
1. Melihat peluang. Peluang muncul ketika tokoh menyadari bahwa hobi nya dapat menjadi sebuah pekerjaan yang menguntungkan dalam jangka waktu yang panjang;
2. Mencari sumber daya. Setelah peluang muncul dan dari peluang terdapat ide maka hal tersebut harus diperiksa dengan sumber daya yang dimiliki oleh tokoh, seperti model, peralatan, dll.;
3. Mengembangkan ide-ide yang telah ada harus dikembangkan dengan mengimplementasikan beberapa konsekuensi, tanggung jawab, dan juga anggaran yang sesuai;
4. Menangkap nilai yang dihasilkan dari inovasi yang dilakukan dengan cara evaluasi disetiap percobaannya.

Sumber inovasi yang hadir dalam perkembangan masa ke masa yang dilakukan oleh tokoh adalah *the process* yang dikolaborasikan dengan *changes in perception*, yang dimana hal ini terjadi karna timbulnya sebuah tuntutan untuk menjadikan sebuah ciri khas dalam hasil karya makeup nya dan dapat menyempurnakan hasil karyanya menjadi lebih baik. Serta perubahan terhadap persepsi masyarakat terhadap dampak mencukur alis dan juga menggunakan *soflens* terlalu lama, karena adanya persepsi tersebut tokoh membuat inovasi untuk membuat alis tetap rapih tanpa harus mencukur dan juga melakukan teknik jahit bulu mata disertai dengan tenik membuat lipatan kelopak mata menjadi lebih besar sehingga tidak perlu memaksakan konsumen untuk cukur alis dan menggunakan *soflens*.

Nilai yang dapat diambil dari tokoh yang merupakan sosok inspirasi untuk menjadi seorang *entrepreneur* adalah dengan kerja kerasnya dalam menekuni profesinya hingga menjadi MUA terkenal hingga saat ini, dengan kesabarannya dalam

menghadapi berbagai macam konsumen dan kesabarannya dalam merintis bisnis MUA, tokoh tidak pernah lelah untuk terus belajar agar selalu berkembang agar dapat menciptakan sebuah inovasi lainnya untuk mempertahankan bisnisnya dari masa ke masa yang akan datang, dan tokoh selalu mau berusaha mencoba segala sesuatu yang baru selama itu baik untuk ke depannya, dan juga kejujurannya dalam menyediakan produk yang berkualitas untuk konsumen. Tokoh juga memiliki moto hidup yang menjadi pegangan dalam menjalankan bisnisnya, moto hidup tokoh adalah senyuman merupakan riasan terbaik yang bisa dipakai gadis manapun. Kreativitaskan diri untuk keterampilan make-up terbaikmu, jangan pernah takut untuk melakukan hal baru dan keluar dari zona nyaman. Jangan sampai ketakutanmu membuatmu menyesal diakhir perjuanganmu.

Berikut merupakan sebuah contoh ciri khas hasil karya *make-up* dari ibu Faza Amila:



Gambar 2 Ciri Khas dari *Makeup Faza Amila Makeup Artist*
Sumber: Instagram fasyamua

Pola Pikir Wirausaha

Mengembangkan dan menerapkan pola pikir wirausaha yang kreatif pada masyarakat membutuhkan waktu yang berkelanjutan, hal tersebut tidak terjadi secara cepat dan instan. Selain itu, semangat untuk terus berinovasi bagi seorang kewirausahaan juga dapat memberikan dampak yang positif terhadap pertumbuhan perekonomian negara.

Referensi

- Helisia Margahana, E. T. (2019). Membangun Tradisi Entrepreneurship Pada Masyarakat. *Edunomika*, 03(02), 2007–2010.
- Nurhaida, T., I, D. K. W., & Bina, M. (2016). *Sebagai Motor Penggerak Ekonomi Bangsa*. 2, 147–151.
- Paramitha, T. (2019). *Identifikasi Hambatan Ecopreneur (Studi Kasus pada Batik Warna Alam Si Putri di Semarang)*. 2015, 16–25.
- Pelipa, E. D., & Marganingsih, A. (2020). Membangun Jiwa Wirausahawan (Entrepreneurship) Menjadi Mahasiswa Pengusaha (Entrepreneur Student) Sebagai Modal Untuk Menjadi Pelaku Usaha Baru. *JURKAMI : Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(2), 125–136. <https://doi.org/10.31932/jpe.v5i2.901>
- Rama, A., Ganefri, G., & Yulastri, A. (2022). Konsep Entrepreneur Dalam Dunia Pendidikan. *Jurnal EDUCATIO (Jurnal Pendidikan Indonesia)*, 8(1), 87–92.
- Safira, A. N., Dwiyantri, S., Megasari, D. S., & Puspitorini, A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan Makeup Artist (MUA) Hits Di Indonesia dalam Menjalankan Usaha Di Bidang Jasa Makeup. *E-Journal*, Volume 10, 165–176.
- Wahyudi, S. (2023). *KEWIRAUSAHAAN Slamet Wahyudi Tinjauan Intrapreneurship, Entrepreneurship, dan Etos Kerja untuk Mencegah Korups* (M. . Drs. Agus Wijaya, S.Pd. (ed.)). Brilian Internasional Surabaya.

SONAYA FEBRIANY: KECANTIKAN, KEWIRAUSAHAAN, DAN INSPIRASI

Maudy Arina Ivanda Jaya, Maya Malinda

Mengenal Sonaya Febriany

Sonaya Febriany, lahir di Pekanbaru pada tanggal 21 Februari 1991, adalah seorang wanita berbakat yang akan menjadi inspirasi bagi banyak individu di dunia kewirausahaan, khususnya dunia kecantikan. Lulus dari Universitas Kristen Maranatha dengan gelar Sarjana Ekonomi, Sonaya memiliki landasan pendidikan yang kuat yang menjadi kesuksesannya di dunia bisnis.

Setelah menyelesaikan pendidikannya di perguruan tinggi, Sonaya tidak segera melompat ke dalam dunia kewirausahaan. Sebaliknya, ia memutuskan untuk memulai karir profesionalnya di dunia perbankan. Berawal dari hobi, minatnya dalam dunia kecantikan menjadi sebuah tekad dan semangat kewirausahaan yang tinggi, membuatnya memutuskan untuk memulai perjalanan bisnisnya.

Bellbrow (Bellbrow Studio, 2023), adalah nama dari bisnisnya, dimana ia memfokuskan bisnisnya pada berbagai aspek kecantikan seperti *semi-permanen make-up*, perawatan bulu mata (*eyelash extension* dan *lash lift*), seni kuku (*nail art*), perawatan wajah dan tubuh, serta waxing. Selain layanan kecantikan, Sonaya juga menawarkan kelas kecantikan, dimana ia akan mengajarkan ilmu-ilmu dan praktik dari *semi-permanen make-up* (sulam alis), dan perawatan bulu mata (*eyelash extension* dan *lash lift*).

Keputusan ini membawa Sonaya ke dalam dunia yang penuh tantangan, tetapi juga peluang besar.

Dengan dedikasi yang tinggi, Sonaya berhasil membangun merek kecantikan yang dikenal dan dipercaya oleh banyak pelanggan. Keberhasilannya adalah hasil dari kombinasi antara pendidikan, pengalaman kerja, dan hasratnya untuk memberikan pelayanan berkualitas tinggi di dunia kecantikan yang terus berkembang. Dalam buku ini, kita akan mengeksplorasi perjalanan Sonaya Febriany dalam dunia kewirausahaan kecantikan, kerta pelajaran berharga yang dapat kita ambil dari kisah hidupnya.



Gambar 1 Sonaya Beserta Suami
Sumber: Febriany (2023b)



Gambar 2 Sonaya Beserta Suami dan Tim Bellbrow
Sumber: Instagram tokoh @nayaa_febriany

Gambar 1 adalah foto Sonaya dengan suami, Kristian Hermawan, saat syukuran pembukaan Bellbrow cabang ke 2 yang berlokasi di Jl Prof. Dr. Sutami No 58. Gambar 2 adalah foto Sonaya dengan suami berfoto bersama tim Bellbrow saat ulang tahunnya yang ke-29.

Karakteristik Wirausaha

Entrepreneur atau wirausahaan adalah fenomena kompleks yang melibatkan serangkaian kegiatan dengan karakteristik teknis, manusia, manajerial, dan kewirausahaan, yang kinerjanya memerlukan beragam keterampilan (Jacques, 2021). Menurut Jacques (2021), istilah '*entrepreneur*' atau 'wirausahawan' berasal dari kata Perancis yang berasal dari kata kerja '*entreprendre*' yang berarti melakukan. Kata ini dapat dibagi menjadi dua bagian, '*entre*' yang berarti '*between*' atau 'antara', dan '*preneur*' yang berarti 'taker' atau 'pengambil'. Jadi, secara harafiah wirausahawan adalah 'pengambil di antara', atau 'perantara'. Menurut Richard (1959), *entrepreneur* digambarkan sebagai orang yang membeli bahan mentah dengan harga yang diketahui untuk menjualnya pada harga yang tidak diketahui. Dalam definisi Richard (1959), peran *entrepreneur* terletak di antara dua atau lebih aktor lain, sehingga menjadikan *entrepreneur* sebagai perantara yang memicu transformasi. Perspektif ini menyoroti semangat kewirausahaan sebagai penggerak perubahan, pengambil risiko, dan inovator yang menavigasi ketidakpastian pasar dengan memfasilitasi pertukaran antar pihak. Jelas bahwa *entrepreneur* bukan sekadar partisipan, melainkan katalisator yang mengambil risiko yang telah diperhitungkan untuk menciptakan nilai dan mendorong pertumbuhan ekonomi dengan menghubungkan titik-titik antara penawaran dan permintaan, harga yang diketahui dan tidak diketahui, serta gagasan dan realisasi.

Jean-Baptiste (1815) adalah salah satu tokoh terkemuka, yang memberikan definisi *entrepreneur* atau wirausahawan adalah individu yang mampu memperkenalkan hal-hal baru, mencapai lebih banyak dengan lebih sedikit, dan menemukan cara baru atau berbeda untuk menciptakan sebuah nilai. Pandangan Jean-Baptiste menyoroti semangat *entrepreneur* sebagai kekuatan pendorong kemajuan ekonomi, di mana individu-individu inovatif dapat memberikan nilai tambah melalui tindakan mereka (Jacques, 2021). Berdasarkan gagasan Jean-Baptiste, Joseph Alois Schumpeter (1949) memperluas gagasan *entrepreneur* sebagai pihak penting untuk merevitalisasi perekonomian dan organisasi. Schumpeter menyadari bahwa *entrepreneur* sangat penting bagi dinamisme perekonomian, karena mereka membawa kehancuran kreatif, memperkenalkan produk, proses, dan model bisnis baru yang mengubah struktur yang ada serta mengarah pada pertumbuhan dan pembaruan. Dalam pandangan ini, *entrepreneur* adalah katalisator perubahan, yang terus-menerus mendorong batas-batas yang mungkin dicapai dan mendorong kemajuan dalam masyarakat dan dunia bisnis. Penting untuk dicatat bahwa definisi *entrepreneur* dapat berbeda-beda tergantung pada sudut pandang pengamat dan konteks pertimbangannya. Bagi banyak orang, *entrepreneur* adalah seseorang yang memiliki dan memimpin bisnis. Namun, seperti yang dikemukakan Jacques (2021), *entrepreneur* menonjol bukan hanya karena kepemilikannya namun karena kemampuannya untuk bertindak mandiri dan mewujudkan idenya menjadi tindakan. Mereka adalah individu yang bermimpi, berpikir, dan yang paling penting, melakukan, menunjukkan kapasitas unik untuk membentuk dunia di sekitar mereka melalui upaya inovatif dan *visioner*. *Entrepreneur* adalah pemimpi dan pemikir yang membawa perubahan melalui komitmen teguh mereka untuk mengubah berbagai kemungkinan menjadi kenyataan.

Menurut Kaufmann dan Dant (1998), *entrepreneur* memiliki serangkaian karakteristik yang menentukan peran mereka dalam dunia bisnis. *Entrepreneurs* berada di garis depan dalam mendorong perubahan mendasar, terus mencari solusi inovatif terhadap tantangan dan peluang. Fleksibilitasnya memungkinkan mereka beradaptasi dengan kondisi pasar yang terus berubah dan mengikuti tren yang sedang berkembang. Ciri khas *entrepreneurs* adalah kesediaan mereka untuk mengambil risiko, karena mereka menyadari bahwa risiko yang diperhitungkan sering kali diperlukan untuk mendapatkan imbalan yang besar. Terlebih lagi, para *entrepreneurs* selalu waspada, selaras dengan lingkungan dinamis tempat mereka beroperasi. Keinginan mereka untuk sukses dan ambisi menjadi kekuatan pendorong di balik upaya mereka untuk mencapai tujuan dan aspirasi tanpa henti.

Entrepreneurs juga memiliki keterampilan kepemimpinan yang penting dan kemampuan memecahkan masalah, seperti yang disoroti oleh Cadar dan Badulescu (2015), mereka mahir mengarahkan perusahaan mereka melewati krisis, menunjukkan ketahanan dan kecerdikan dalam menghadapi kesulitan. *Entrepreneurs* adalah pemimpin alami, yang mampu menginspirasi dan membimbing timnya menuju tujuan bersama. Motivasi bawaan mereka untuk mengambil risiko semakin menegaskan peran mereka sebagai pencari jalan, tidak takut untuk menjelajah ke hal-hal baru untuk membawa perubahan positif. Secara kolektif, karakteristik-karakteristik ini menjadikan *entrepreneurs* sangat diperlukan dalam mendorong inovasi, pertumbuhan ekonomi, dan kemajuan dalam lanskap bisnis yang terus berkembang. *Entrepreneur* sebagaimana dikemukakan oleh Petrella dkk. (2014), sering dikaitkan dengan peran penting mereka dalam menciptakan nilai ekonomi dan mendorong perubahan. Fokus mereka adalah pada inovasi dan pertumbuhan bisnis, biasanya dengan perspektif

berorientasi keuntungan. Sebaliknya, *social entrepreneur*, menurut Carraher dkk. (2021) mengambil pendekatan yang berbeda. Mereka memanfaatkan bakat kewirausahaan mereka tidak hanya untuk mencapai keuntungan finansial tetapi juga untuk mendanai misi utama mereka, yang berpusat pada mengatasi tantangan sosial. Individu-individu ini, sebagaimana ditekankan oleh Leadbeater (1997), pada dasarnya didorong oleh misi sosial, yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kesejahteraan masyarakat daripada mengejar keuntungan.

Petrella dkk. (2014) lebih lanjut menekankan bahwa *social entrepreneur* memiliki sifat proaktif dalam mengantisipasi dan mengatur tindakan mereka untuk menghasilkan manfaat yang signifikan bagi masyarakat, dengan tujuan akhir untuk membangun dan mempertahankan keseimbangan masyarakat yang baru. Mereka terlibat dengan perusahaan nirlaba, menciptakan perusahaan baru, atau membawa inovasi pada struktur yang sudah ada, sebagaimana dicatat oleh Carraher dkk. (2021). Dengan melakukan hal ini, *social entrepreneur* muncul sebagai motivasi untuk perubahan sosial yang positif, menjembatani kesenjangan antara keahlian kewirausahaan dan upaya mencapai upaya yang bermakna dan berdampak. *Social entrepreneurs* atau *sociopreneurs* banyak ditemukan di dalam sektor sukarela, di mana mereka mengelola organisasi nirlaba yang sangat bergantung pada bantuan dan upaya sukarela, sebagaimana dicatat oleh Leadbeater (1997). *Sociopreneurs* memiliki serangkaian karakteristik yang berkontribusi terhadap keberhasilan mereka dalam mendorong perubahan sosial. Di antara ciri-ciri utama ini adalah kepemimpinan, penyampaian cerita, pengelolaan sumber daya manusia, oportunisme visioner, dan pembangunan aliansi.

Pertama, kepemimpinan. Kepemimpinan adalah kualitas terpenting yang dimiliki oleh semua *sociopreneurs*

yang sukses. Mereka unggul dalam menetapkan misi yang jelas untuk organisasi mereka dan memobilisasi orang-orang di sekitarnya. Kemampuan bawaan mereka untuk menginspirasi dan membimbing orang lain menuju tujuan bersama merupakan aspek mendasar dari kesuksesan mereka. Kedua, selain kepemimpinan, *sociopreneurs* juga merupakan pendongeng yang efektif. Mereka menguasai seni komunikasi, menyampaikan misi, nilai, dan motif organisasinya melalui narasi dan perumpamaan yang menarik. Kemampuan bercerita ini membuat mereka menjadi pihak yang persuasif untuk tujuan mereka.

Ketiga pengelolaan sumber daya manusia, dimana *sociopreneurs* menyadari pentingnya pengetahuan dan gagasan staf, relawan, dan pengguna mereka. Mereka memandang manusia dan peluang sebagai sumber daya mereka yang paling berharga, dengan fokus pada pengembangan hubungan antar manusia dan inovasi dibandingkan rencana dan prosedur yang kaku. Keempat, para *sociopreneurs* ini visioner, mendasarkan tujuan mereka pada prinsip-prinsip moral dan tujuan yang mendalam. Meskipun mereka berpikiran maju, mereka juga mempertahankan perspektif realistis mengenai tantangan yang dihadapi penggunanya.

Terakhir, *sociopreneurs* mahir membangun aliansi. Mereka memahami bahwa keberhasilan mereka bergantung pada kemampuan mereka untuk membangun jaringan yang dapat mendukung, baik di dalam organisasi mereka maupun dengan mitra eksternal. Aliansi ini memungkinkan mereka memanfaatkan sumber daya dan keahlian dari berbagai sumber, sehingga pada akhirnya meningkatkan kapasitas mereka untuk menciptakan dampak sosial yang positif. Singkatnya, *sociopreneurs* mewujudkan perpaduan kualitas unik yang memungkinkan mereka memimpin, menginspirasi, dan membuat perbedaan nyata di sektor sukarela dan sektor

lainnya. *Social entrepreneur* adalah jenis wirausahawan yang memiliki tujuan yang sama yaitu menghasilkan keuntungan, sebagaimana dikemukakan oleh Darshani (2015). Menurut Leadbeater (1997), pendekatan mereka berbeda, karena mereka adalah individu yang memiliki cara-cara inovatif dalam memenuhi kebutuhan sosio-ekonomi yang belum terpenuhi. Individu-individu visioner ini, seperti dijelaskan oleh Santos (2009), dapat memainkan peran penting dalam mengurangi pengangguran dengan mendirikan usaha kecil-kecilan, sehingga menjunjung tinggi hak asasi manusia dan mendorong kesetaraan kesempatan kerja bagi perempuan.

Social entrepreneur biasanya memulai perjalanan mereka dengan inisiatif sederhana berbasis komunitas, yang menyoroti isu-isu yang relevan secara lokal dan global, seperti yang disoroti oleh Santos (2009). Industri kecantikan menjadi contoh utama, yang telah mencapai relevansi global dalam beberapa tahun terakhir. Seperti yang ditekankan oleh Darshani (2015), sektor kecantikan telah menjadi usaha yang sangat menguntungkan, khususnya di kalangan perempuan, sehingga menjadi peluang yang menarik untuk dijelajahi oleh *social entrepreneur*.

Darshani (2015) menyampaikan bahwa bagi perempuan yang ingin memasuki dunia *entrepreneur* atau *social entrepreneur*, industri kecantikan menawarkan peluang kerja dan pemberdayaan yang menjanjikan. *Social entrepreneur*, sebagaimana ditekankan oleh Darshani (2015), mempunyai potensi untuk memberikan pendidikan dan bimbingan yang lebih baik kepada mereka yang ingin mendirikan usaha sendiri dan meningkatkan kondisi keuangan mereka. Pendidikan ini tidak hanya mencakup layanan kecantikan tetapi juga mencakup bidang-bidang seperti riasan semi permanen dan perawatan bulu mata, termasuk *extension* dan *lift*, seperti yang dicontohkan oleh Sonaya. Dedikasinya dalam menawarkan pendidikan dan kelas kecantikan

menunjukkan komitmennya untuk memberdayakan perempuan yang bercita-cita terjun ke sektor kecantikan dan mencapai impian kewirausahaan mereka.

Profesionalisme di Mata Tokoh

Sonaya Febriany, seorang profesional kewirausahaan yang menginspirasi, lahir pada tanggal 21 Februari 1991, di Pekanbaru, ia kemudian besar di Lampung sebelum memutuskan untuk melanjutkan studinya di Bandung. Ia merupakan alumni Universitas Kristen Maranatha, Fakultas Ekonomi dan Jurusan Manajemen, memulai perjalanan akademiknya pada tahun 2008. Sebelum merambah dunia kecantikan, terutama dalam aspek seperti *semi-permanen make-up*, perawatan bulu mata (*eyelash extension* dan *lash lift*), seni kuku (*nail art*), perawatan wajah dan tubuh, serta waxing, Sonaya memiliki pengalaman kerja di sektor perbankan selama beberapa tahun.

Sonaya Febriany adalah contoh nyata seorang *social entrepreneur*. Dia menganggap bisnis yang dijalankannya sebagai solusi inovatif bagi wanita yang ingin meningkatkan rasa percaya diri dengan memiliki alis yang sempurna, bulu mata yang indah, kuku, dan tubuh yang terawat. Bellbrow, usahanya yang bermula dari hobi, mencerminkan dedikasinya terhadap pekerjaan yang membutuhkan keterampilan tangan dan ketelitian. Sonaya menyadari bahwa banyak wanita cantik yang mungkin merasa bingung tentang cara mempertegas kecantikan wajah mereka melalui alis. Awalnya, dia terinspirasi untuk memberikan solusi dengan menawarkan jasa *semi-permanen make-up* seperti sulam alis. Menurutnya, menggambar alis setiap hari bisa menjadi tugas yang rumit, dan dengan adanya teknik sulam alis semi-permanen, Sonaya berharap dapat mengurangi beban perawatan harian wanita dalam merawat alis mereka. Dalam perjalanan wirausaha ini, Sonaya tidak hanya

berhasil menciptakan peluang bisnis yang sukses, tetapi juga membantu meningkatkan rasa percaya diri dan kecantikan wanita-wanita yang menjadi klien Bellbrow. Kesuksesannya bukan hanya dalam mencapai tujuan bisnis, tetapi juga dalam memenuhi kebutuhan emosional dan psikologis para klien, membuatnya menjadi inspirasi bagi banyak orang yang ingin menjalani wirausaha dengan semangat sosial dan inovatif.

Sonaya Febriany adalah contoh nyata seorang pengusaha sosial. Dia merasa bahwa bisnis yang ditekuninya merupakan penyedia solusi inovatif untuk wanita-wanita yang ingin merasa lebih percaya diri dengan alis yang rapi, bulu mata yang cantik, dan kuku yang terawat. Bellbrow, bisnisnya yang dimulai dari hobi, adalah hasil dari dedikasinya terhadap pekerjaan yang membutuhkan keterampilan tangan dan fokus. Sonaya merasa bahwa banyak wanita cantik yang mungkin merasa bingung tentang bagaimana menggarisbawahi kecantikan wajah mereka melalui alis. Awalnya, dia terinspirasi untuk memberikan solusi dengan menawarkan jasa semi-permanen make-up seperti sulam alis. Menurutnya, menggambar alis setiap hari bisa menjadi pekerjaan yang rumit, dan dengan adanya semi-permanen make-up sulam alis, Sonaya berharap bisa mengurangi kerepotan para wanita dalam merawat alis mereka. Dalam perjalanan wirausaha ini, ia tidak hanya menciptakan peluang bisnis yang sukses tetapi juga membantu meningkatkan rasa percaya diri dan keindahan wanita-wanita yang menjadi klien Bellbrow.

Sonaya Febriany adalah seorang wirausahawan yang memahami betul pentingnya profesionalisme dalam bisnisnya. Menurutnya, bisnis kecantikan yang telah berjalan hampir 8 tahun ini sudah mencapai tingkat kematangan sekitar 50%, dengan sebagian besar sistem berjalan secara autopilot. Therapis yang melakukan layanan seperti *eyelash*

extension, *nail art*, dan *waxing* hampir semuanya dapat bekerja tanpa pengawasan langsung, karena hasil pekerjaan mereka dapat diandalkan. Namun, Sonaya tetap merasa bahwa sebagai pemilik bisnis, terutama di industri jasa, dia tidak boleh melepaskan kendali sepenuhnya. Kontrol yang teliti tetap diperlukan untuk menjaga tingkat kepuasan dan kepercayaan pelanggan Bellbrow.

Sonaya memiliki ambisi besar untuk terus meningkatkan bisnisnya. Salah satu tujuannya adalah memiliki lebih banyak tim yang dapat menjalankan operasional secara autopilot, sehingga bisnis dapat mencapai tingkat kematangan 100%. Ini memberinya keyakinan bahwa bahkan jika dia tidak bisa terlibat langsung dalam pengendalian operasional, timnya dapat menjalankannya dengan baik. Baginya, kontrol adalah kunci untuk menghindari masalah dan menjaga kualitas layanan.

Dalam bisnis kecantikan ini, Sonaya menekankan inovasi sebagai aspek penting. Dia selalu berusaha untuk meningkatkan keterampilan baik dirinya maupun timnya agar selalu mengikuti perkembangan tren dan gaya terbaru di industri kecantikan. Selain itu, dia terus berinvestasi dalam peralatan canggih untuk memastikan bahwa bisnisnya tetap *up-to-date* dan efisien.

Menurut Sonaya, dalam bisnis apa pun, baik itu jasa atau produk, kunci utama adalah memberikan yang terbaik, dengan sungguh-sungguh dan sepenuh hati. Ini adalah cara terbaik untuk membangun kepercayaan pelanggan dan memastikan bahwa bisnisnya selalu berjalan dengan baik. Selama kariernya, ia selalu menghayati moto hidupnya: “*Do the Best, Let God Do the Rest*” dan “Tabur Tuai”, yang menggambarkan dedikasinya untuk memberikan yang terbaik dan mengharapkan hasil yang baik pula.

Social Entrepreneur

Sonaya Febriany adalah seorang *social entrepreneur* dalam industri kecantikan yang inspiratif. Ia meraih gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Kristen Maranatha. Meskipun awalnya berkarir di perbankan, Sonaya mengikuti hasratnya dalam dunia kecantikan yang bermula dari hobi. Ia mendirikan Bellbrow pada tahun 2016, fokus pada beragam aspek kecantikan dan juga menawarkan kelas kecantikan untuk berbagi pengetahuan dan keahliannya. Dedikasinya, ditambah dengan komitmennya yang tak tergoyahkan terhadap industri kecantikan, menjadi katalis bagi perjalanan bisnisnya. Kisahnya adalah bukti bahwa kita semua memiliki potensi untuk mengikuti *passion* kita dan menjadi wirausahawan yang sukses.



Gambar 3 Sulam Alis Karya Sonaya
Sumber: Febriany (2023) dan Bellbrow Studio (2023)

Penjelasan Gambar 3: Sulam alis karya Sonaya, tipe Phi Brows yaitu sulam alis dengan tampilan natural. Rambut alis digambar dengan detail dan semirip mungkin dengan rambut asli. Teknik ini berasal dari Eropa. Penjelasan Gambar 4: Proses melentikkan bulu mata yang diperuntukkan bagi pemilik bulu mata alami yang pada dasarnya tebal dan panjang tapi tumbuh ke bawah/turun. Hasil dari proses ini

adalah tampilan bulu mata yang lebih lentik, naik namun tetap terlihat sangat natural



Gambar 4 Penyambungan bulu mata artifisial
Sumber: Febriany (2023) dan Bellbrow Studio (2023)

Penjelasan Gambar 5: Proses penyambungan bulu mata artifisial pada bulu mata asli untuk memberikan tampilan bulu mata yang lebih lentik, panjang, dan tebal. Tersedia dalam beragam alternatif pilihan yang dapat disesuaikan dengan selera maupun kebutuhan personal, seperti *Dolly Eyes*, *Cat Eyes*, dan *Wispy Eyes*.

Referensi

- Bellbrow Studio*. (2023, November 2). *Bellbrow Studio - Tentang Kami*. <https://bellbrowstudio.co.id/>
- Cadar, O. & Badulescu, D. (2015). *Entrepreneur, Entrepreneurship and Intrapreneurship: A Literature Review*. Institution of Oradea. Munich Personal RePEc Archive: MPRA Paper No. 78871, 658–664. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/78871/>
- Cantillon Richard. (1959). *Essai sur la Nature du Commerce en General* (Higgs Henry, Ed.). *The Royal Economic Society by Frank Cass and Company Ltd*. <https://oll.libertyfund.org/title/higgs-essay-on-the-nature-of-trade-in-general-higgs-ed>

- Carraher, S. C., Carraher, S. M., & Welsh, D. H. B. (2021). *Social Entrepreneurship*. Dalam Dana Leo-Paul (Ed.), *World Encyclopedia of Entrepreneurships* (2nd ed., pp. 597–598). Edward Elgar Publishing Limited. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4337/9781839104145>
- Darshani, R. K. N. D. (2015). *Reclaiming the Space of Social Entrepreneurship: A Case from Cosmetology Industry*. *Kelaniya Journal of Human Resource Management*, 10(1–2), 45–66. <https://doi.org/10.4038/kjhrm.v10i1-2.20>
- Febriany, S. (2023a, November 2). *Phibrows by Naya*. https://instagram.com/phibrows_naya?igshid=OGQ5ZDc2ODk2ZA==
- Febriany, S. (2023b, November 6). *Instagram: @nayaa_febriany*. https://instagram.com/nayaa_febriany?igshid=YTQwZjQONmI0OA==
- Filion Louis Jacques. (2021). *Defining The Entrepreneur*. Dalam Dana Leo-Paul (Ed.), *World Encyclopedia of Entrepreneurship* (2nd ed., hal. 72–83). Edward Elgar Publishing Limited.
- Jean-Baptiste, S. (1815). *Catechism of Political Economy; or Familiar Conversations on The Manner in Which Wealth Is Produced, Distributed, and Consumed by Society* (Ritcher John, Ed.; 1st ed.). Barnard and Farley, <https://books.google.co.id/id=RF9XAAAAYAAJ&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- Kaufmann, P. J. & Dant, R. P. (1998). *Franchising And The Domain of Entrepreneurship Research*. *Journal of Business Venturing*, 14(1), 5–16.
- Leadbeater, C. (1997). *The Rise of The Social Entrepreneur*. Demos. www.demos.co.uk/openaccess
- Petrella, F., Richez-Battesti, N., & Supérieur, B. (2014). *Social Entrepreneur, Social Entrepreneurship and Social Enterprise: Semantics and Controversies*. *Journal of Innovation Economics & Management*, 2(14), 143–156. <https://www.cairn.info/revue-journal-of-innovation-economics-2014-2-page-143.htm>
- Santos, F. M. (2009). *A Positive Theory of Social Entrepreneurship*. INSEAD Working Paper No. 2009/23/

EFE/INSEAD Social Innovation Centre. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1553072>

*Schumpeter Joseph Alois. (1949). *The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and The Business Cycle* (Opie Redvers, Ed.). Harvard University Press. <https://ia601402.us.archive.org/10/items/in.ernet.dli.2015.187354/2015.187354.The-Theory-Of-Economic-Development.pdf>*

PERJALANAN KARIER *INTRAPRENEUR* MUDA BERJENJANG *SUPERVISOR*

Fadila Agesya Pikaranti, Nunik Lestari Dewi

Mengenal Profil *Intrapreneur*

Enrico Goiyardi adalah seorang tokoh *intrapreneur*. Beliau bekerja di perusahaan BDO (*Binder Dijker Otte*) Indonesia sebagai *supervisor*. BDO sendiri merupakan salah satu firma akuntansi di Indonesia yang memberikan jasa audit dan *assurance*, pajak, dan berbagai layanan konsultasi dan penasehat bisnis di Indonesia. Beliau merupakan alumni lulusan tahun 2019 dari program studi S-1 Akuntansi, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Maranatha. Saat masih berstatus mahasiswa, beliau pernah menjadi asisten laboratorium pengauditan dan aktif di himpunan mahasiswa. Beliau berkiprah di civitas akademika Universitas Kristen Maranatha sebagai pengajar mata kuliah pengauditan, yang tergabung dalam program praktisi mengajar.



Gambar 1 Foto Profil Enrico Goiyardi
Sumber: Dokumentasi Tokoh

Teori *Intrapreneur*

Intrapreneurship adalah rahasia kesuksesan yang meningkat dan bertahan lama. Dengan adanya program intrapreneurship yang efektif, organisasi dapat meningkatkan modal pengetahuan, memicu inovasi, merekrut dan mempertahankan karyawan, membuka peluang, penciptaan produk dan layanan baru, memperluas pangsa pasar, mempertahankan laba yang lebih tinggi, dan meningkatkan kepuasan kerja (Haller, 2014).

Di zaman perubahan ekonomi dan teknologi yang cepat ini, jiwa *entrepreneurial* dapat merupakan suatu keuntungan yang penting dan unik, dengan syarat kita tahu cara penggunaannya. *Intrapreneurship* merupakan suatu cara untuk menggunakan jiwa *entrepreneurial* di mana banyak orang dan sumber daya terbaik kita berada dalam perusahaan (Pinchot, 1985).

Dahulu kita percaya bahwa proses produk baru yang direncanakan dengan cermat dapat menggantikan semangat *entrepreneurial* yang tidak terorganisir dengan baik. Studi yang berkali-kali dilakukan telah membuktikan bahwa hal itu tidak benar. Inovasi hampir tidak pernah terjadi di perusahaan besar tanpa adanya ketekunan seseorang atau sekelompok orang untuk melakukannya. Jika orang seperti ini mendirikan perusahaan baru, mereka dinamakan *entrepreneur*, dan jika berada dalam perusahaan besar dinamakan intrapreneur (Pinchot, 1985).

Peranan penting *intrapreneur* terbukti pula dalam kegagalan. Contohnya, ketika *Texas Instrument's* meneliti kira-kira lima puluh dari produknya yang baru dikenalkan, baik produk yang berhasil maupun yang tidak, ditemukan suatu fakta yang mengejutkan. Setiap produk yang gagal, tanpa kecuali, ternyata tidak ditangani pekerja sukarela yang tekun. Apa yang tidak ada ialah *intrapreneur*. Dalam

kenyataannya, semakin banyak kita melihat inovasi, semakin banyak kita menemukan *intrapreneur* (Pinchot, 1985).

Istilah *intrapreneur* dalam perkembangannya diwujudkan secara berbeda sesuai dengan kondisi masalah kelembagaan yang melatarbelakangi kelahirannya. Kemudian para ilmuwan menggunakan dengan istilah berbeda-beda, misalnya; *Strategic Entrepreneurship*, *Corporate Venturing*, *Strategic Renewal*, dan *Corporate Entrepreneurship*. Istilah tersebut mempunyai kerangka pemahaman yang mirip, yaitu bagaimana organisasi atau perusahaan menjawab tantangan lingkungan untuk memperbaharui diri, dengan pendekatan *entrepreneur* (Zarkasyi, 2021).

Mata uang yang paling berharga bagi para *intrapreneur* adalah waktu dan kebebasan untuk mengembangkan ide mereka sendiri. Namun para manajer di organisasi sering kali menemukan sejumlah alasan untuk menolak memberikan waktu dan kebebasan kepada karyawan. Mereka akan merasa bahwa jadwal terlalu ketat, prioritas sudah ditetapkan, dan karyawan tidak akan melakukan apapun selain menyia-nyaiakan waktu kebebasan mereka pada aktivitas yang tidak produktif (Molotsi, 2023).

Bahayanya ketika manajemen mendukung suatu ide dan membentuk tim implementasi adalah bahwa pemimpin yang ditunjuk mungkin bukan seorang *intrapreneur*. Tanpa fokus, monomaniac, keberanian, kreativitas, dan kemauan untuk menghadapi masukan dari seorang *intrapreneur* yang memimpin, sebuah ide bagus mungkin akan kandas (Pinchot, 1999).

Karakteristik *Intrapreneur*

Antonic dan Hisrich (2003) mengemukakan karakter *intrapreneurship* sebagai berikut:

1. Memahami lingkungan (*understand the environment*);

2. *Intrapreneur* harus mengerti semua aspek lingkungannya, baik dari lingkungan intern perusahaan maupun lingkungan ekstern perusahaan;
3. Memiliki visi dan dapat menyesuaikan diri (*visionary and flexible*);
4. *Intrapreneur* harus memiliki kemampuan untuk mewujudkan ide-idenya menjadi kenyataan, dapat beradaptasi dan bekerja secara efektif dalam situasi yang berbeda;
5. Mendorong terbentuknya tim kerja (*encourage teamwork*);
6. *Intrapreneur* harus memiliki kemampuan untuk membangun tim kerja dan tim tersebut bekerja dengan disiplin;
7. Mendorong terbentuknya diskusi terbuka (*encourage open discussion*);
8. *Intrapreneur* harus mengadakan diskusi terbuka dalam usahanya membentuk tim kerja yang bagus;
9. Membangun koalisi pendukung (*builds a coalition supporters*);
10. *Intrapreneur* dapat mencapai tujuannya dengan membangun koalisi untuk mendukung inovasinya. Koalisi dapat terdiri dari pekerja dan manajemen puncak;
11. Gigih (*persist*);
12. *Intrapreneur* harus tekun dan gigih dalam bekerja agar tujuan dapat tercapai.

Terdapat tiga puluh tiga cara untuk mendorong jiwa *intrapreneurship*, antara lain, riset pasar internal, penelitian dan pengembangan internal, pelacakan dan penilaian pesaing, piset pasar dengan menggunakan konsultan, usaha kolaboratif dengan orang lain, memantau pameran dagang, sistem penyaringan produk baru, kelompok fokus pelanggan, sistem kotak saran, penetapan tujuan dan standar kinerja inovasi, tim/satuan tugas inovasi, grup usaha baru yang

berdedikasi, merekrut staf baru untuk melahirkan ide-ide inovatif, perencanaan skenario, pemberian lisensi teknologi baru, memantau kegiatan penelitian dan pengembangan federal, program rotasi staf, hubungan dengan laboratorium universitas, perencanaan strategis berfokus pada inovasi, peramalan teknologi, publikasi inovasi pada organ rumah perusahaan, kontrak untuk penelitian dan pengembangan eksternal, pelatihan berpikir kreatif, akuisisi perusahaan wirausaha, lokakarya kreativitas/inovasi, sistem bonus terkait dengan inovasi, mengakses modal ventura eksternal, pelatihan kewirausahaan, komite penyaringan inovasi manajemen senior, dana modal ventura internal, program sabat, pameran inovasi internal, dan program penemu eksternal (Rule dkk., 1988).

Disebutkan oleh Rule dkk. (1988), tentang 33 cara mendorong jiwa *intrapreneursip* adalah usaha kolaboratif dengan orang lain, perencanaan strategis berfokus pada inovasi, pelatihan berpikir kreatif, dan lainnya. Salah satu profesi yang relevan dengan *intrapreneurship* yaitu auditor. Auditor tidak hanya melakukan kesesuaian apakah laporan keuangan telah disusun dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia. Tetapi sejatinya ada hal lain yang jauh lebih rumit ambigu, lebih sulit untuk dibunyikan pada bunyi yang ada, atau sulit dikatakan dari yang ingin dikatakan, disadari atau tanpa disadari (Apollo, 2022).

Audit merupakan suatu kegiatan mengumpulkan, mengevaluasi bukti-bukti dan informasi untuk menentukan dan melaporkan tingkat kesesuaian antara informasi dan kriteria yang telah ditetapkan sebagai suatu parameter. Audit meliputi bidang yang luas, tidak hanya terkait dengan persoalan keuangan. Seiring dengan perkembangan dunia bisnis, aneka ragam bidang layanan public, serta meningkatnya pengetahuan manusia tentang kehidupan yang berkualitas (Mangesti, 2021).

Konsultan manajemen *Deloitte Digital*, menyebutkan bahwa untuk menjalan *intrapreneur* dalam organisasi, agar dapat terjadi inovasi berkelanjutan, diperlukan *mindset intrapreneur*. *Mindset intrapreneur* dapat menjamin perusahaan untuk tumbuh secara konsisten sambil mempertahankan pola pikir kewirausahaan di dalam organisasi. *Mindset intrapreneur* terdiri dari lima cara pandang, sebagai berikut (Zarkasyi, 2021):

1. *Intrapreneurship* menggambarkan pendekatan yang berpusat pada orang, dari bawah ke atas untuk mengembangkan inovasi radikal di dalam organisasi;
2. *Intrapreneurship* terbayar berkali-kali lipat dalam hal pertumbuhan perusahaan, budaya, dan bakat;
3. Ini bukan tentang menciptakan *intrapreneur*, ini tentang menemukan dan mengenali mereka;
4. *Intrapreneur* mengetahui aturan dan bagaimana cara melanggar secara efektif;
5. *Intrapreneurship* membutuhkan pendekatan manajemen yang berbeda.

Mengenal Perjalanan *Intrapreneur* Enrico Giyardi

Enrico Goiyardi adalah seorang *intrapreneur* yang lahir di Pontianak pada tanggal 12 Oktober 1997. Beliau merupakan anak pertama dari tiga bersaudara. Awal kehidupannya dihabiskan di kota Pontianak Kalimantan Barat, namun perjalanan hidupnya mengalami perubahan besar ketika keluarga mengambil keputusan untuk pindah ke Kabupaten Purwakarta Jawa Barat karena ayah beliau menjalankan usaha disana. Perpindahan ke lingkungan baru membuat beliau awalnya kesulitan untuk menyesuaikan diri, terutama dalam hal perubahan bahasa. Namun, seiring berjalannya waktu, beliau mulai merasa terbiasa dengan kehidupan di Purwakarta.

Setelah menetap di Purwakarta sejak kelas lima sekolah dasar, beliau melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 2 Purwakarta dan mengambil jurusan Ilmu Pengetahuan Alam. Setelah lulus dari SMA, beliau memutuskan untuk melanjutkan pendidikan tinggi dan memilih untuk kuliah di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Maranatha. Beliau mengambil jurusan akuntansi dan menyelesaikan gelar S-1 dalam waktu 3,5 tahun.

Lulus dari Universitas Kristen Maranatha, beliau bekerja sebagai auditor di Kantor Akuntan Publik Tanubarta Sutanto Fahmi Bambang & Rekan (BDO Indonesia). Saat ini beliau diposisi jenjang karier sebagai *supervisor*. Auditor merupakan profesi yang berfokus pada kegiatan *auditing*/ pemeriksaan. Sambil bekerja sebagai auditor, beliau juga mengemban tanggung jawab yang besar dengan menjadi bagian civitas akademika di Universitas Kristen Maranatha sebagai dosen pengajar audit dalam program praktisi mengajar. Kegemarannya dalam mengajar membuat beliau selalu ingin memberikan informasi dan edukasi, baik bagi mahasiswa dan rekan-rekannya.

Saat masih berstatus mahasiswa, beliau memiliki ekspektasi menjadi seorang auditor. Dosen dan senior beliau membagikan pengalaman mereka sebagai auditor, yang penuh dengan pelajaran berharga. Namun, dibalik pelajaran berharga yang didapat, tentu saja banyak tantangan dan rintangan yang dihadapi seorang auditor, antara lain harus menghadapi tenggat waktu yang ketat, beberapa pekerjaan memerlukan tambahan waktu kerja (lembur sabtu dan minggu) dan harus memahami bisnis klien yang terkadang jenisnya berbeda-beda.

Ilmu yang diperoleh di bangku kuliah ternyata hanya sebagian kecil dari realitas praktiknya. Realitanya, setiap klien memiliki karakteristik yang unik, sehingga beliau dan tim audit harus selalu meningkatkan kemampuan dan

kemahiran dalam memecahkan berbagai masalah yang muncul selama proses audit. Bahkan beberapa kali mereka menemukan *fraud* saat proses audit berlangsung. Bekerja menjadi auditor itu tidak sendiri tapi dibentuk tim audit. Hal tersebut yang menuntut beliau untuk bekerja dalam tim, harus saling menghargai pendapat, menurunkan ego masing-masing, belajar cara berkomunikasi tidak hanya terhadap klien tetapi rekan satu tim, serta rendah hati.

Selama perjalanan karier menjadi auditor, beliau jarang mendapati situasi *burn out*, tetapi bukan berarti beliau tidak pernah lelah dalam bekerja. Beliau mengatasi hal tersebut, dengan cara mengambil waktu senggang untuk *refreshing* atau sekedar mengerjakan hobinya. Selain itu di beberapa waktunya, terkadang beliau bertemu dengan alumni lain yang bekerja di daerah yang sama, untuk saling *sharing* dan *life update*.

Walaupun profesi auditor dipandang sulit, tetapi ada juga banyak hal yang menyenangkan berprofesi sebagai auditor. Berdasarkan pengalaman beliau, profesi auditor bukanlah profesi yang monoton. Tetapi ada beberapa pekerjaan yang mengharuskan beliau untuk keluar kantor. Contohnya saat melakukan *stock opname*, beliau berkesempatan untuk mengunjungi berbagai tempat di Indonesia. Beliau pernah melakukan *stock opname* untuk kelapa sawit di Jambi, Ketapang, dan Palembang. Beliau juga pernah melakukan *stock opname* kerang dan mutiara di Bali. Beliau juga pernah melakukan *stock opname* klien jasa pertambangan yang berlokasi di *Freeport*, Papua serta *stock opname* untuk klien manufaktur pembuatan produk pertambangan di Batam. Beliau juga pernah melakukan *stock opname* kopi di Medan. “Saya sudah 8 tahun tidak ke Pontianak, tapi karena pekerjaan ini saya bisa ke kota kelahiran saya lagi di Pontianak. Selain itu saya juga bisa ke *Freeport*, walaupun biasanya saya hanya tau saja, tapi

saat itu saya bisa lihat langsung” tambah beliau. Beliau juga senang karena manfaat dari perjalanan ini membuat beliau tahu proses bisnis klien. Selain itu perjalanan ini juga menyenangkan karena bisa keliling Indonesia sambil bekerja.



Gambar 2 Foto Enrico Goyardi pada *Stock Opname* di Palembang

Sumber: Dokumentasi Tokoh

Selama perjalanan kariernya, beliau banyak berkontribusi dalam pengembangan tim, misalnya dalam perusahaan biasanya terdapat perwakilan setiap tim untuk melakukan *training* penggunaan perangkat lunak APT (*Audit Process Tool*) dan tim beliau menjadi salah satu perwakilan sebagai *trainee* dan kemudian mereka akan melakukan *training* kepada rekan-rekan tim lain. Sebagai *supervisor*, beliau memiliki peran penting dalam memberikan bimbingan dan pelatihan kepada rekan-rekan kerjanya, khususnya auditor junior.

Beliau memiliki tujuan yang sama dengan perusahaan, yaitu memberikan pelayanan yang optimal kepada klien karena perusahaan BDO merupakan perusahaan jasa yang mengharuskan mereka untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi klien. Sehingga yang menjadi tolak ukur keberhasilan mereka adalah dari tingkat kepuasan klien.

Apabila klien puas dengan layanan audit yang diberikan, berarti mereka telah berhasil dan akan terus dipercaya oleh klien.

Beliau memiliki keinginan untuk berada di posisi partner, sehingga kelak dapat membuka kantor akuntan publik sendiri. Harapan beliau adalah, jika beliau dapat membuka kantor akuntan publik, maka akan membuka lapangan pekerjaan juga bagi orang lain.

Menilik jenjang karier di perusahaan sebagai *supervisor*, hal itu merupakan salah satu pencapaian yang sangat besar. Beliau mencapai jenjang karier sebagai *supervisor* dalam jangka waktu yang relatif cepat.

Saat beliau masih junior, beliau selalu menerapkan untuk terus proaktif. Apabila ada hal yang tidak dimengerti, beliau akan menggali informasi dan terus belajar. Apabila pekerjaannya selesai juga, beliau langsung bertanya pada seniornya, apakah ada pekerjaan lain yang bisa dikerjakan.

Beliau juga menanamkan pada dirinya untuk tidak cepat merasa puas dan terus belajar menjadi auditor yang baik dan dapat dipercaya serta menaati hukum dan peraturan yang berlaku. Selain itu beliau juga menanamkan pada dirinya untuk selalu disiplin, mulai dari tenggat pekerjaan dan jam kerja. Dari situ beliau percaya bahwa ketika bisa menyelesaikan hal-hal kecil, maka akan dipercayakan tanggung jawab yang lebih besar. Sebagai *intrapreneur*, beliau merupakan orang yang inisiatifnya tinggi. Menurut beliau, menjadi seorang auditor harus memiliki kemampuan analisis, berpikir logis dan sistematis, kemampuan berkomunikasi, mengenai teknologi informasi, menguasai Bahasa Inggris, detail dan teliti, serta memiliki kemampuan *problem solving*.

Dari poin-poin yang beliau lakukan, membuat beliau diberi kesempatan menjadi *supervisor* dalam waktu yang

cepat. Tentu saja sikap rendah hati, integritas, dan ketekunan juga diterapkan oleh beliau saat menjalankan pekerjaan, terutama karena beliau bekerja di bidang jasa. “Kesuksesan terjadi ketika kesiapan bertemu dengan kesempatan. Artinya ketika kita mempersiapkan semuanya dengan baik, siapa tahu suatu saat nanti akan ada kesempatan untuk kita menggunakan kemampuan kita tersebut, untuk itu semuanya perlu dipersiapkan,” tambah beliau.

Beliau memiliki *role model* praktisi yaitu Bapak Frendy Susanto (salah satu partner KAP BDO Indonesia) yang menginspirasi beliau di bidang pengauditan dan *role model* akademisi yaitu Ibu Se Tin yang menginspirasi beliau mengenai ilmu akuntansi. Beliau mengutip nilai-nilai yang diberikan oleh para *role model* nya. Sehingga banyak nilai yang diterapkan beliau dalam karier. Alhasil beliau dapat berhasil dalam karier.

Selama berkarir, beliau memegang moto hidup dari Mahatma Gandhi yang berbunyi “Terus hidup sebaik mungkin seolah besok kita meninggal, dan harus terus belajar seolah kita akan hidup selamanya.” Moto hidup tersebut membuat beliau terus memberikan usaha yang maksimal bagi orang-orang. Selain itu juga, harus terus meningkatkan kemampuan diri sehingga bisa memberikan dampak yang bermanfaat bagi orang lain.

Beliau memberikan tips bagi mahasiswa yang ingin berkarier sebagai auditor yaitu:

1. Harus rajin belajar dan aktif di kelas;
2. Bergabung dalam organisasi kemahasiswaan;
3. Aktif mengikuti kompetisi dan menjadi kontributor karya ilmiah;
4. Ikut serta dalam program magang;
5. Mengembangkan relasi dan mencari kesempatan karier lewat media sosial;

6. Meningkatkan kapasitas diri melalui seminar, pelatihan maupun sertifikasi.


Integritas dan Inisiatif

Profesi *auditor* tidak hanya menawarkan pelajaran berharga, tetapi pengalaman yang luar biasa. Meskipun tantangan dalam profesi ini besar, tetapi hal itu dapat memperluas wawasan mereka tentang berbagai bisnis, dan juga memberikan pengalaman yang menyenangkan. Perjalanan auditor menunjukkan pentingnya sikap proaktif, disiplin, rendah hati, tidak egois, tekun, berintegritas, dan inisiatif. Sikap ini memainkan peran penting dalam mencapai kesuksesan. Selain itu, belajar dari *role model* dan menerapkan nilai-nilai yang mereka ajarkan dapat memberikan panduan yang berharga dalam perjalanan karir.

Referensi

- Antonic, B. And Hisrich, R. D. (2003). *Clarifying the Intrapreneurship ConcePT* <https://doi.org/10.1108/14626000310461187>
- Apollo. (2022). *Filsafat Auditing*. Nas Media Pustaka.
- Haller, H.E. (2014). *Intrapreneurship: Ignite Innovation*. Silver Eagle Press.
- Mangesti, Y.A., Suhartono, S., & Asmara, G.Y.P. (2021). *Mengenal Audit Hukum [Legal Audit]*. Karanganyar: CV. Cipta Mandiri Solusindo.
- Molotsi, H., Mzyece, M., Soumonni, O., & Zias, J. (2023). *The Intrapreneur's Journey: Empowering Employees to Drive Growth*. Wits University Press.
- Rule, E. G. dkk. (1988). Fostering Intrapreneurship: The New Competitive Edge, *Journal of Business Strategy*, 9 (3), pp. 44-47. <https://doi.org/10.1108/eb039227>
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan. https://www.scribd.com/embeds/455640260/content?start_page=1&view_mode=scroll&access_key=key-fFexxf7r1bzEfWu3HKwf

- Pinchot III, G. (1985). *Intrapreneuring: Mengapa Anda tidak Meninggalkan Perusahaan Tempat Anda Bekerja untuk Menjadi Seorang Wiraswastawan*. University of Illionois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
- Pinchot III, G. & Pellman, R. (1999). *Intrapreneuring in Action: A Handbook for Business Innovation*. United States of America.
- Zarkasyi, M. R. (2021). *Entrepreneurship – Intrapreneursip untuk Kemandirian dan Kelestarian Bisnis*. Kampus Pusat Universitas Darussalam Gontor.



Dengan menggunakan kreativitas, wirausahawan dapat menciptakan strategi pemasaran yang unik dan menarik untuk menjangkau pasar target mereka dan membedakan merek mereka di benak konsumen. Kreativitas dapat membantu wirausahawan dalam menemukan solusi yang inovatif untuk masalah yang muncul dalam menjalankan bisnis mereka sehingga memungkinkan mereka untuk terus berkembang dan bersaing. Kreativitas dan inovasi memungkinkan wirausahawan untuk tetap fleksibel dan adaptif terhadap perubahan di lingkungan bisnis agar mereka dapat terus berkembang dan bertahan dalam pasar yang dinamis. Dengan menggabungkan kreativitas dan inovasi dalam strategi bisnis mereka, wirausahawan dapat menciptakan nilai tambah yang signifikan, membedakan diri dari pesaing, dan menciptakan peluang pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang bagi bisnis mereka.



✉ zahirpublishing@gmail.com
🌐 www.zahirpublishing.net

