

“No Box” Leadership Blue Bird Menghadapi Era Distrupsi Melalui AMO Model

Nanang Qosim Yusuf¹, Dewi Umronih Yusuf²

Rumah Kesadaran - Naqoy School of Character, Indonesia
naqoy.great@gmail.com¹, dewinaqoy@gmail.com²

Submitted: 17th Jan 2024 | **Edited:** 24th May 2024 | **Issued:** 06th June 2024

Cited on: Yusuf, N. Q., & Yusuf, D. U. (2024). “No Box” Leadership Blue Bird Menghadapi Era Distrupsi Melalui AMO Model. INOVASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, 11(1), 225-239.

Abstract

The aim of this research is to find out the latest management strategy and innovation "No Box" which Blue Bird had not previously implemented throughout its career. Pressures and challenges that have never previously occurred at Blue Bird and what steps BlueBird has taken so that it is able to compete with technology that initially lacked warmth and familiarity. The method uses descriptive qualitative research. Leadership is a key factor in bringing a company through a critical period, it's just not the leadership that is limited to 'Out of the box' but it's time to know "No Box Leadership".

Keywords: Leadership; Strategy; Innovation; Passing a Critical Period; Added Value

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi dan inovasi manajemen yang terbaru “No Box” yang bahkan sebelumnya tidak dilakukan oleh Blue Bird sepanjang karirnya. Tekanan dan tantangan yang bahkan sebelumnya tidak pernah terjadi di Blue Bird serta langkah-langkah seperti apakah yang dilakukan oleh BlueBird sehingga mampu bersaing dengan teknologi yang awalnya kurang hangat dan akrab Metode menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Kepemimpinan adalah faktor kunci dalam membawa perusahaan mampu melewati masa kritis, hanya saja bukan kepemimpinan yang sebatas ‘Out of the box’ namun saatnya mengenalnya “No Box Leadership”.

Kata Kunci: Kepemimpinan; Strategi; Inovasi; Melewati Masa Kritis; Nilai Lebih

PENDAHULUAN

Baru-baru ini Nitizen dikagetkan dengan sebuah tulisan di media sosial oleh seorang CEO yang turun langsung menjadi supir taksi, Namanya Sigit Djokosoetono yang menjadi viral karena langsung menjajal menjadi supir taksi Blue Bird dan beberapa kali berhasil membawa penumpang serta duduk Bersama para supir lainnya di pangkalan taksi, tentu saja ini adalah hal baru yang sebelumnya tidak pernah dilakukan oleh CEO Blue bird, namun dari kegiatannya seharian menjadi supir dirinya menemukan banyak hal yang akan berdampak kepada manajemen organisasi perusahaan kedepan (Naqoy & Umi Rusilowati,2001).

Terkadang masa krisis adalah pil pahit bagi kesehatan, perusahaan besar memiliki masa krisis yang akhirnya mereka lakukan cara-cara baru yang bahkan

sebelumnya tidak pernah dilakukan sama sekali. Inilah yang disebut “*No Box Strategy*” sebuah terobosan yang memberikan kesadaran baru cara-cara lama ternyata sudah usang. Dalam *One Minute Awareness* dijelaskan bahwa salah satu cara melejitkan perusahaan adalah diberikan tekanan yang keras dan dalam namun akhirnya melejitkannya di waktu yang akan datang (Yusuf, 2019).

Tahun 2022 menjadi tahun yang bersejarah bagi PT Blue Bird Tbk karena menjadi penanda usia ke 50 tahun perjalanan Perseroan melayani masyarakat Indonesia dengan solusi mobilitas yang aman, nyaman, mudah, dan *personalised* (ANDAL). Sepanjang tahun 2022, Bluebird berhasil mencatatkan pendapatan bersih sebesar Rp3,59 triliun atau tumbuh 62% *Year on Year* (YoY) dibandingkan pendapatan tahun sebelumnya di angka Rp2,2 triliun. Sementara itu, perseroan juga membukukan peningkatan EBITDA yang signifikan hingga dua kali lipat menjadi Rp868 miliar dari Rp432 miliar dibandingkan tahun 2021. Pertumbuhan ini didukung oleh meredanya kasus Covid-19 dan pencabutan aturan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM).

Sepanjang tahun 2022, Bluebird mencatatkan laba bersih sebesar Rp364 miliar, meningkat tajam hingga mencapai lebih dari 40x lipat dibandingkan tahun sebelumnya di angka Rp9 miliar. Pencapaian tersebut diraih seiring dengan upaya Perseroan mempertahankan posisi kas dan neraca yang sehat dan kuat. Bahkan pencapaian ini lebih tinggi dibandingkan periode pra-pandemi di tahun 2019, dimana Bluebird mencetak keuntungan sebesar Rp317 miliar. Hal ini merupakan wujud nyata ketangguhan Perseroan untuk bangkit dari krisis melalui berbagai upaya transformasi untuk memberikan layanan mobilitas yang relevan dan kembali menjadi pemimpin pasar di industri layanan mobilitas di Indonesia.

LANDASAN TEORI

Pihak manajemen Blue Bird dalam suatu organisasi saat ini menghadapi beberapa aspek yang sulit dihadapi, salah satunya yaitu bagaimana caranya agar karyawan menerapkan efisiensi dalam melakukan pekerjaannya. Albanese & Mitchell (1983) berpendapat bahwa bila ingin suatu organisasi tersebut dikatakan “sukses”, apabila seluruh anggota memiliki keinginan “mau” dan “mampu” untuk menggunakan kemampuan yang dimilikinya dalam melakukan suatu pekerjaan. Pandangan tersebut mengisyaratkan bahwa motivasi (*Motivation*) dan kemampuan (*Ability*) secara bersama-sama akan menentukan kinerja anggota organisasi.

Hal ini juga didukung oleh Feldman dan Daniel (1983) yang menyatakan bahwa kemampuan (*Ability*) dan motivasi (*Motivation*) memang bersama-sama akan menentukan kinerja. Dalam organisasi, kemampuan (*Ability*) dan motivasi (*Motivation*) merupakan bagian penting yang dapat menentukan dan mempengaruhi efektif tidaknya suatu kinerja (Gana, 2011). Menurut penelitian dari Frans Farlen (2011) menyatakan kinerja karyawan dipengaruhi oleh motivasi dan kemampuan yang mempunyai pengaruh secara signifikan, artinya apabila kemampuan kerja atau motivasi kerja dari seorang karyawan semakin baik maka akan berdampak terhadap kinerja karyawan yang akan mengalami kenaikan juga.

Hal tersebut juga didukung penelitian dari Andree Wijaya (2011) yang membuktikan bahwa kinerja karyawan memang dipengaruhi secara positif oleh motivasi dan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan. Namun, masih kurang

bila hanya kemampuan (*Ability*) dan motivasi (*Motivation*) saja yang menentukan kinerja karyawan. Robbins (2001), berpendapat prestasi kerja (kinerja) karyawan disimbolkan sebagai fungsi (f) dari hubungan antara *ability* (A) dan *motivation* (M), sehingga dalam sebuah formula, prestasi kerja = (AxM). Bila ada yang memiliki nilai dibawah standar maka akan berpengaruh secara negatif pada prestasi kerja itu sendiri. Kemudian Robbins (2001) memberikan saran untuk ditambahkan faktor *opportunity* (O) sehingga persamaannya menjadi; prestasikerja = f (AxMxO).

Senada dengan pendapat Robbins (2001) yang menyarankan untuk ditambahkan faktor *opportunity* (O) dalam prestasi kerja, dalam buku *Performance Management* (Sue Hutchinson, 2003) mengatakan bahwa *ability*, *motivation*, dan *opportunity* (*AMO Theory*), yang awalnya diusulkan oleh Bailey (1993) dan dikembangkan oleh Appelbaum et al (2000), telah menjadi kerangka kerja yang diterima secara umum untuk menjelaskan bagaimana kebijakan Sumber Daya Manusia (SDM) dapat berjalan dan berdampak pada kinerja, dan sangat membantu dalam memutuskan kebijakan SDM mana yang harus dikembangkan dan diimplementasikan. Menurut beberapa peneliti (Huselid, 1995; Appelbaum et al, 2000; MacDuffie, 1995; Purcell et al, 2003) dalam Macky dan Boxall (2007), sebagian besar studi tentang praktik kerja berkinerja tinggi menggunakan kerangka AMO (*Ability, Motivation, Opportunities*), baik secara eksplisit maupun implisit. Model tersebut mengusulkan agar praktik Sumber Daya Manusia (SDM) berkontribusi pada peningkatan kinerja karyawan dengan mengembangkan kemampuan (*Ability*) dan ketrampilan karyawan untuk melakukan pekerjaan mereka, meningkatkan motivasi (*Motivation*) kerja karyawan, serta memberikan peluang (*Opportunities*) kepada karyawan untuk memanfaatkan sepenuhnya keterampilan mereka dan termotivasi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, bukan angka-angka. Menurut Bogdan dan Taylor, sebagaimana yang dikutip oleh Lexy J. Moleong, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Sementara itu, penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun rekayasa manusia.

Metode adalah cara melakukan sesuatu dengan teratur (sistematis). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis bersifat induktif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi. Metode penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi sesuai dengan yang terumuskan dalam permasalahan atau tujuan penelitian. Dengan demikian perlu adanya sesuatu desain atau rencana menyeluruh tentang urutan kerja penelitian dalam bentuk suatu rumusan operasional suatu metode ilmiah, rincian garis-garis besar keputusan sebagai suatu pilihan beserta dasar-dasar atau alasan-alasan ilmiahnya.

Melalui penelitian kualitatif Basrowi & Suwandi (2008: 2) menuturkan bahwa peneliti dapat mengenali subjek, merasakan apa yang dialami subjek dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian kualitatif di dalamnya melibatkan peneliti sehingga akan paham mengenai konteks dengan situasi dan setting fenomena alami sesuai yang sedang diteliti. Dari setiap fenomena merupakan sesuatu yang unik, berbeda dengan yang lainnya karena berbeda konteksnya. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk memahami kondisi suatu konteks dengan mengarahkan pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi dalam suatu konteks yang alami (natural setting), tentang apa yang sebenarnya terjadi menurut apa adanya yang di lapangan studi.

Penelitian dari Yusanto (2019) bahwa penelitian kualitatif memiliki ragam pendekatannya tersendiri, sehingga para peneliti dapat memilih dari ragam tersebut untuk menyesuaikan objek yang akan ditelitinya. Lebih lanjut Yulianty & Jufri (2020), dalam penelitian kualitatif analisis data harus dilakukan dengan teliti agar data-data yang sudah diperoleh mampu dinarasikan dengan baik, sehingga menjadi hasil penelitian yang layak. Sedangkan dalam artikel ini, ingin mengkaji secara komprehensif dalam memahami desain penelitian kualitatif mulai dari pengkonsepan sampai pada pengkodean hasil data-data yang sudah diperoleh, inilah yang menjadi tujuan dalam jurnal ini.

Metode jurnal ini menggunakan studi pustaka (library research) yaitu metode pengumpulan data dengan cara memahami dan mempelajari teoriteori dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian. Menurut Zed (2004) ada empat tahap studi pustaka yaitu menyiapkan perlengkapan alat yang diperlukan, menyiapkan bibliografi kerja, mengorganisasikan waktu dan membaca serta mencatat bahan penelitian. Pengumpulan data dengan cara mencari sumber dan merkontruksi dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan riset-riset yang sudah ada. Metode analisis menggunakan analisis konten dan analisis deskriptif. Bahan pustaka yang didapat dari berbagai referensi dianalisis secara kritis dan mendalam agar dapat mendukung proposisi dan gagasan.

HASIL PENELITIAN

Bluebird saat ini beroperasi di 18 kota besar di Indonesia, didukung oleh 54 depo yang tersebar secara nasional. Per akhir tahun 2022, Perseroan mengoperasikan lebih dari 20 ribu armada, naik 4,4% dibandingkan tahun 2021 yang mencakup semua segmen taksi Bluebird. Selama lebih dari 50 tahun perjalanan melayani negeri, Bluebird telah berhasil melewati berbagai krisis dan berdiri tegak sebagai garda terdepan untuk membangun ekosistem transportasi darat di Indonesia. Pertumbuhan kinerja tersebut dipengaruhi oleh mobilitas masyarakat yang kembali normal dan berbagai strategi bisnis Perseroan termasuk penguatan fundamental, pendekatan *Engage Everybody*, dan peningkatan layanan *Mobility as a Service* (MaaS) yang cermat melalui strategi layanan, **Multi-Channel** yang memberikan kemudahan aksesibilitas dalam mendapatkan layanan Bluebird, **Multi-Payment** yang memberikan kemudahan transaksi melalui berbagai metode pembayaran, dan **Multi-Product** yang memberikan beragam pilihan layanan mobilitas yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

Selain fokus pada transformasi bisnisnya, Perseroan juga berkomitmen untuk menciptakan **“Setiap Kilometer Berarti”** yang terlihat bukan hanya

dalam hal layanan namun juga melalui komitmen Perseroan dalam mewujudkan Visi Keberlanjutan Bluebird 50:30 untuk mengurangi dampak emisi dan gas buang operasional hingga 50% pada 2030. Komitmen ini juga akan menjadi landasan keberlanjutan bisnis Perseroan yang ditopang melalui tiga pilar keberlanjutan-BlueLife, BlueSky dan BlueCorps yang diimplementasikan dalam strategi bisnis perseroan.

Krisis adalah sesuatu yang bisa menimpa organisasi manapun. Tidak ada perusahaan yang bisa luput dengan krisis yang bisa disebabkan oleh faktor internal (bisnis) maupun eksternal (komunikasi dan hubungan yang kurang baik). Sebuah perusahaan bisa hancur karena keduanya, misalnya dari faktor internal bisa saja terjadi karena sebuah perusahaan tidak beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Sedangkan faktor eksternal seperti hubungan yang tidak baik dengan pemegang saham dan stakeholder lainnya. Sifat krisis seperti mata uang yang berlainan, di sisi lain menguntungkan, di sisi lain merugikan jika tidak tertangani dengan baik.

Umumnya krisis dilihat sebagai kejadian yang lebih banyak mempunyai dampak negatif pada organisasi daripada sebaliknya, krisis dapat merubah banyak situasi yang tidak terduga, *“crises take many forms and are inherently dynamic and unpredictable”* (Seeger, 2006). Dalam buku *The One Minute Awareness*, Naqoy mendefinisikan krisis sebagai *“the perception of an event that threatens important experiences of stakeholders and can impact the organization’s performances”*. Krisis adalah persepsi dari sebuah kejadian yang dapat mengancam pengalaman buruk yang penting dari stakeholder sehingga akan berdampak terhadap kelangsungan perusahaan.

Di China, ada filosofi yang menggambarkan krisis, “dalam bahasa Cina, krisis diucapkan dengan 危机 Weiji, yaitu ‘bahaya’ dan ‘peluang’. *Two side in the same coin.*” (Firsan Nova, 2009). Dalam filosofi Tiongkok Lama, “Wei berasal dari kata wei-sien yang berarti bahaya. Adapun ji dari ji-wei yang makananya adalah peluang. Jadi, wei-ji berarti ada bahaya, tetapi juga ada peluang.” Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan sebelumnya dapat dikatakan bahwa pada kondisi kritis ada potensial bahaya yang terjadi sekaligus peluang atau kesempatan untuk mendapatkan kebaikan, kebaikan ini diartikan keuntungan dalam perdagangan/business. Untuk itu diperlukan strategi mengubah krisis menjadi peluang, salah satunya dengan pendekatan AMO.

Sejarah singkat Blue Bird

Pangkalan taksi pertama yang didirikan oleh PT Sewindu Taxi terletak di Jalan Garuda tepatnya di daerah Kemayoran Jakarta Pusat. Pangkalam tersebut menjadi pusat berkumpulnya ratusan taksi yang beroperasi di Jakarta. Di masa itu DLLAJ DKI Jakarta hanyamemperbolehkan dua taksi yang beroperasi di sekitaran Kemayoran yaitu taksi Ratax dan Blue Bird saja. Hal tersebut telah memenuhi syarat yang telah ditentukan oleh dinas terkait salah satunya seperti, sudah dilengkapinya radio-radio penghubung ke masingmasing kantor pusat. Pada pertengahan tahun 70an taksi Blue Bird semakin bertambah hingga 200 lebih taksi.

Ditengah perkembangannya, taksi Blue Bird menerima plakat rekomendasi sebagai perusahaan yantelah berjasa dalam bidang pariwisata Jakarta. Moda transportasi ini merupakan peran penting bagi pariwisata disuatu wikayah. Semakin mudah akses moda transportasinya, semakin baik pula pariwisatanya.

Di tahun 1978 telah terjadi perebutan penumpang di bandar udara Kemayoran antara President Taxi dengan Blue Bird dan Ratax Taxi. Perebutan terjadi saat President Taxi yang awalnya dari kumpulan taksi-taksi gelap sudah memiliki izin untuk membuka pangkalan Khusus di beberapa hotel dan di tempat rekreasi Taman Impian Jaya Ancol, merebut pangkalan taksi lainnya yang berada di Bandar Udara kemayoran. President Taxi ini menguasai area parkir taksi Blue Bird dan Ratax, memasang tarif dengan sistem yang lama yaitu sistem borongan, tanpa memikirkan aturan yang ada membuat kecewa para pengemudi dua perusahaan tersebut.

Sikap keamanan setempat pun tidak ada yang merespon keluhan para pengemudi kedua perusahaan tersebut, sehingga menimbulkan kekecewaan yang cukup besar pada petugas keamanan Bandar udara Kemayoran. Ali Sadikin yang pada saat itu menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta memberikan instruksi untuk mengadakan seminar tentang sistem argometer selama 3 hari berturut-turut. Sistem argometer ini menjadi angin segar bagi Bu Djoko, karena sistem ini sudah menghitung secara otomatis berapa besaran biaya yang akan dibayarkan oleh penumpang berdasarkan hitungan jarak yang akan ditempuh. Sehingga penumpang dan pengemudi tidak perlu melakukan transaksi tawar-menawar lagi.

Awal tahun 1980 PT Sewindu Taxi yang membawahi taksi Blue Bird, mempertahankan posisinya di dunia pertaksian ini. Blue Bird mampu bertahan, setelah di tahun-tahun sebelumnya mengalami beberapa permasalahan. Selama kurun waktu 8 tahun, Blue Bird baru bisa menambah jumlah armada hingga 500 armada, sedangkan ditahun 70an pemprov DKI Jakarta membuat syarat bagi perusahaan taksi supaya memiliki minimal 500 armada. Setahun kemudian, PT Express Trasindo Utama berdiri dan menjadi perusahaan kompetitor PT Sewindu Taxi hingga saat ini. Persaingan yang terjadi antara PT Sewindu Taxi dan PT Express Trasindo Utama mewarnai jalan ibukota dan meramaikan usaha transportasi massal. Kedua perusahaan tersebut bersaing dalam menarik perhatian calon penumpang dengan cara menawarkan kenyamanan dan keselamatan bagi penumpang mereka.

Di tahun yang sama PT Sewindu Taxi merubah nama perusahaan mereka menjadi PT Blue Bird Taxi. Hingga di pertengahan tahun 80an PT Blue Bird mampu menambah jumlah armada hampir 3000 unit. Hal itu tidak terlepas dari banyak masyarakat nyaman menggunakan taksi Blue Bird untuk kegiatan sehari-hari mereka. Faktor lainnya adalah semakin bertambah jumlah pusat-pusat hiburan, perbelanjaan, dan hotelhotel baru di Jakarta. Sehingga para pemilik gedung-gedung tersebut membuat kerjasama resmi dengan Blue Bird sebagai taksi resmi mereka, sebagai alternatif transportasi umum, jika para pelanggan tidak membawa kendaraan pribadi. Pada tahun 1990an keberadaan taksi Blue Bird semakin baik dan semakin eksis. Semakin banyak orang yang menggunakan taksi Blue Bird sebagai transportasi yang bisa diandalkan. Argometer yang dahulunya menjadi hal ditakutkan oleh para pelaku usaha taksi dan dianggap tidak menguntungkan untuk memajukan usaha, ternyata hal tersebut tidak terbukti. Justru argometer yang dipakai Blue Bird menjadi standar paling pas yang dicari penumpang. Jumlah armada pun semakin bertambah hingga hampir mencapai 5000 armada, hingga dapat membuka pool-pool baru di sejumlah provinsi di Indonesia.

Melewati Masa Kritis

Terkadang masa krisis adalah pil pahit bagi kesehatan, perusahaan besar memiliki masa krisis yang akhirnya mereka lakukan cara-cara baru yang bahkan sebelumnya tidak pernah dilakukan sama sekali. Inilah yang disebut “*No Box Strategy*” sebuah terobosan yang memberikan kesadaran baru baru cara-cara lama ternyata sudah usang. Dalam *One Minute Awareness* dijelaskan bahwa salah satu cara melejitkan perusahaan adalah diberikan tekanan yang keras dan dalam namun akhirnya melejitkannya diwaktu yang akan datang.

Krisis adalah sesuatu yang bisa menimpa organisasi manapun. Tidak ada perusahaan yang bisa luput dengan krisis yang bisa disebabkan oleh faktor internal (bisnis) maupun eksternal (komunikasi dan hubungan yang kurang baik). Sebuah perusahaan bisa hancur karena keduanya, misalnya dari faktor internal bisa saja terjadi karena sebuah perusahaan tidak beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Sedangkan faktor eksternal seperti hubungan yang tidak baik dengan pemegang saham dan stakeholder lainnya. Sifat krisis seperti mata uang yang berlainan, di sisi lain menguntungkan, di sisi lain merugikan jika tidak tertangani dengan baik.

Umumnya krisis dilihat sebagai kejadian yang lebih banyak mempunyai dampak negatif pada organisasi daripada sebaliknya, krisis dapat merubah banyak situasi yang tidak terduga, “*crises take many forms and are inherently dynamic and unpredictable*” (Seeger, 2006). Dalam buku *The Handbook of Crisis Communication*, Coombs mendefinisikan krisis sebagai “*the perception of an event that threatens important experiences of stakeholders and can impact the organization’s performances*”. Krisis adalah persepsi dari sebuah kejadian yang dapat mengancam pengalaman buruk yang penting dari stakeholder sehingga akan berdampak terhadap kelangsungan perusahaan.

Di China, ada filosofi yang menggambarkan krisis, “dalam bahasa Cina, krisis diucapkan dengan 危机 Weiji, yaitu ‘bahaya’ dan ‘peluang’. *Two side in the same coin.*” (Firsan Nova, 2009). Dalam filosofi Tiongkok Lama, “Wei berasal dari kata wei-sien yang berarti bahaya. Adapun ji dari ji-wei yang maknanya adalah peluang. Jadi, wei-ji berarti ada bahaya, tetapi juga ada peluang.” Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan sebelumnya dapat dikatakan bahwa pada kondisi kritis ada potensial bahaya yang terjadi sekaligus peluang atau kesempatan untuk mendapatkan kebaikan, kebaikan ini diartikan keuntungan dalam perdagangan/business. Untuk itu diperlukan strategi mengubah krisis menjadi peluang, salah satunya dengan pendekatan kesadaran diri (*Self awareness*).

No Box Strategi Blue Bird

Dalam era sekarang bukan lagi “*Out of the Box*” namun “*No Box*”, Jika Blue Bird ingin menjadi “*History of Tomorrow*” maka langkahnya adalah yang bahkan sebelumnya tidak dilakukan oleh manajemen yang ada. Berikut ada langkah-langkah yang dilakukan diantaranya adalah :

1. Digital Teknologi

Awalnya Blue Bird yang termasuk menolak Gocar, Grab dan sebagainya ketika mereka ada namun BlueBird menyadari dengan cepat untuk berubah bahkan akhirnya memilih bergabung dengan teknologi Go Car, Dalam TOWS (Matrix TOWS digunakan untuk meningkatkan strategi secara sistematis dengan mempertimbangkan hubungan

antara kekuatan (*stenghts*), kelemahan (*threats*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threarts*). Konsekuensi dari faktor internal dan eskternal dapat digantikan didalam sebuah matrix yang disebut matrix TOWS. Matrik TOWS dapat digunakan untuk menghasilkan perusahaan serta strategi pemasaran pada bisnis (whelen dan hungger,2012).

Analisis TOWS ditemukan bahwa jika pesaing yang kita hadapi terlalu kuat dan besar maka salah satu opsinya adalah bergabung dan menemukan cara-cara baru untuk bangkit kembali, ketika banyak orang mengira bahwa Blue Bird akan hilang namun justru semakin teradaptasi dengan perubahan teknologi digital era sekarang, walau tentu saja Blue Bird tidak akan sama dengan yang sudah berlalu. Dalam Republika.co.id dijelaskan sebuah catatan sebagai berikut :

REPUBLIKA.CO.ID, JAKARTA -- *Guna mewujudkan komitmen untuk menyediakan layanan transportasi yang aman dan nyaman, kini para pelanggan Gocar di Jakarta bisa mendapat taksi Blue Bird ketika melakukan pemesanan kendaraan. Kolaborasi antara Gojek dan Blue Bird ini merupakan salah satu realisasi penandatanganan nota kesepahaman yang dilakukan oleh Gojek dan Blue Bird pada 2016 lalu. Guna menikmati kolaborasi ini, pengguna layanan Gojek hanya perlu memperbarui (update) aplikasi Gojek mereka melalui Playstore untuk pengguna android dan App Store untuk pengguna Iphone. "Kami percaya kolaborasi antara Gojek dan Blue Bird ini akan membuat masyarakat semakin mudah mendapatkan layanan transportasi roda empat yang aman dan nyaman. Apalagi, Blue Bird terkenal sebagai penyedia layanan transportasi yang nyaman dan reliabel. Kolaborasi ini juga akan menambah armada Gocar yang ada di Jakarta," kata CEO Gojek Indonesia Nadiem Makarim melalui siaran pers yang diterima Republika.co.id, Rabu (1/2).*

Para pelanggan Gojek yang mendapatkan taksi Blue Bird sebagai armada Gocar, akan menikmati tarif dan promo yang sama dengan armada Gojek lainnya. Pelanggan juga tetap bisa membayar taksi Blue Bird menggunakan Gopay mereka, termasuk menikmati diskon 30 persen yang kami tawarkan saat ini," kata Nadiem. Sementara itu, menurut Andre Djokosoetono selaku direktur PT Blue Bird Indonesia Tbk, perusahaannya bangga bisa bekerja sama dengan Gojek dalam melayani masyarakat. Kerja sama ini juga merupakan respons nyata dari kedua perusahaan dalam menjawab kebutuhan masyarakat. "Kami percaya layanan ini akan semakin mempermudah akses masyarakat dalam mendapatkan layanan transportasi yang berkualitas melalui multiaccess channel dari Blue Bird. Pelanggan dapat memberhentikan taksi di jalan, melalui pangkalan, aplikasi My Blue Bird, Call Center dan saat ini kami membuka akses melalui aplikasi Gojek ," kata Andre.

Change , seperti yang Rhenald Kasali sampaikan dalam bukunya bahwa *"Tidak penting seberapa jauh melangkah jika salah, maka berputar arah"*, apa yang dilakukan oleh BluBird menjadi contoh kepada kita bahwa *"setiap orang ada zamanya dan setiap zaman pasti ada orangnya"*, untuk memasuki duina teknologi maka dibutuhkan kesadaran dari CEO untuk mengambil langkah strategi, walhasil Bluebird berhasil mendapatkan prestasi yang membanggakan , seperti diambil dari website resminya.

SDM yang Solid

Sebuah perusahaan terkadang menjadi kuat ketika ada tekanan yang berat yang justru semakin fokus dan membuahkan maha karya yang akan menyelamatkan masa depan perusahaan. Seperti halnya BlueBird yang mengalami banyak tekanan yang bertubi-tubi bahkan ketika pandemi namun berhasil bisa beradaptasi dengan baik salah satu faktor utama adalah SDM handal. Blue Bird memiliki SDM yang milineal terkoneksi dengan digital everyday.

Dalam *The7Awareness* bagian ketiga yaitu *the art of esoteric success* dijelaskan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi diantaranya adalah:

1. Anggota tim memiliki peran yang jelas, jika tim tidak memiliki kejelasan dalam peran mereka seperti sebuah tim sepakbola yang tuganya diserahkan kepada mereka tanpa ada yang mengarahkan maka masing-masing bekerja sendiri-sendiri dan menyebabkan kegagalan dalam sebuah tim. Ketika tim memiliki tugas yang berbeda dan jelas maka akan mempercepat sebuah tim mencapai puncak .
2. Fokus pada tugasnya, jika tim memiliki kekuatan fokus dan kekuatan itu digunakan untuk tugasnya maka hampir sulit menemukan jalan gagal, seorang manajer akan mengalami kegagalan ketika tidak bisa membagi tugas tim dan sebuah tim menemukan kebingungan dalam menjalankan kerjasama tim tersebut. Disinilah letak sebuah komitmen bahwa tim yang sukses adalah tim yang fokus bukan sebaliknya.
3. Berusaha mendukung satu dengan yang lain, jika sebuah tim berjalan masing-masing dan kehilangan rasa empati dan simpati dengan yang lainnya maka akan mudah rapuh di tengah jalan, sebuah tim. Dalam filosofis *The7Awareness* bagaikan sebuah jari, yang memiliki perbedaan model dan bentuk namun akarnya tetap satu tangan, sebuah tim yang berbeda tugas dan peran adalah hal terbaik dan natural, bayangkan jika tangan anda memiliki jari yang sama yaitu jempol semua atau kelingking semuanya kira-kira semakin terlihat bagus atau sebaliknya.
4. Menghargai kontribusi setiap tim, tidak harus yang besar dan istimewa bahkan sebuah prestasi yang kecil dan biasa tetap membutuhkan apresiasi sesama tim, sebuah apresiasi sesama tim adalah kata kunci untuk maju Bersama-sama. Uang memang penting namun tidak semua tim bisa diselesaikan hanya sebatas uang, seperti sikap saling menghargai satu dengan yang lainnya.

Investasi Mobil Baru

PT Blue Bird Tbk (BIRD) mengebut untuk merealisasikan pembelian armada anyar. BIRD berharap, sudah bisa merealisasi setidaknya separuh dari total rencana pembelian sekitar 4.000-5.000 armada baru pada akhir kuartal III-2022. Direktur Utama BIRD Sigit Priawan Djokosoetono mengatakan, perusahaan baru memulai ekspansi pembelian armada di semester II-2022 lantaran masalah ketersediaan pasokan di pasar. Mulanya, agenda pembelian 4.000 unit-5.000 unit armada baru direncanakan dimulai pada kuartal II-2022.

Kehadiran armada baru nantinya akan menambah jumlah armada BIRD. Di mana, hingga akhir 2021 lalu, armada BIRD telah mencapai 20.017 unit, dengan rincian 13.487 taksi reguler, 1.032 taksi eksekutif, 4.882 limosin dan mobil sewaan, 456 bus, dan 160 *shuttle*. Pembelian armada baru menjadi salah

satu cara BIRD untuk memacu kinerja. Sigit berujar, BIRD berstrategi untuk tetap melakukan penambahan armada sembari terus mempertahankan tingkat utilitasnya. Dengan cara itu, BIRD berharap bisa menjaga kinerja pencapaian *market share* di tengah pasar yang terus berkembang.

Bagian yang terpenting dalam bisnis blue Bird adalah inovasi armada barunya, bahkan mobil lamanya bisa dimiliki oleh masyarakat yang terbatas kantongnya karena dijual secara murah, bagi manajemen BlueBird keterbaruan armada adalah bagian dari strteginya bahkan satu-satunya bisnis transportasi yang menawarkan armada terbaru dan termahal seperti Alpard, Tesla dan BYD.

Melalui terobosan inovasi dari kendaraan listrik ini, Bluebird tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan dan kenyamanan bagi pelanggan, namun juga menjadi bagian dari komitmen perusahaan dalam mendukung pelestarian lingkungan, khususnya peningkatan kualitas udara di Jakarta. dengan rencana pengoperasian sebanyak 200 mobil listrik hingga tahun 2020, Bluebird akan menghilangkan 434,095 kg emisi CO₂ atau konsumsi BBM sebanyak 1.898.182 liter; dan penambahan 2000 unit mobil listrik pada periode tahun 2020 - 2025 akan menghilangkan 21.704.760 kg emisi CO₂ atau setara dengan konsumsi BBM sebanyak 94.909.091 liter.

Fokus pada Solusi

Bisnis pada hakikatnya adalah memberikan solusi dalam membuat sebuah persoalan yang ada, semakin memberikan dampak kepada solusi nyata maka akan semakin diminati. Blue Bird sendiri mampu mendobrak tembok pembatasnya dan tidak terbelunggu oleh kisah sukses masa lalunya, kita semua pernah atau masih ingat ketika dulu penumpang harus mencari taksi di jalan raya dan membutuhkan waktu yang lama, taksi Blue bird menjadi harapan banyak orang, bahkan bisa disebutkan bahwa Blue Bird adalah Primadona bagi kota-kota metropolitan seperti Jakarta, Surabaya dan Makassar, para penumpang Blue Bird kala itu juga hanya orang-orang yang memiliki uang banyak karena naik taksi Blue Bird seperti sebuah eksistensi dan lebih cenderung “gaya”.

Seandainya Blue Bird masih tetap menggunakan cara-cara lama dalam mengelola Manajemennya maka dipastikan akan ditinggalkan oleh penumpangnya, namun kini bluebird yang akan datang ke alamat pemesan melalui fitur onlin-nya, bahkan gang-gang kecil armada Bluebird bisa memasukinya untuk menjemput penumpangnya, ibaratnya Blue Bird sekarang “Menjemput rezeki” bukan hanya menunggu rezeki. Akhirnya BlueBird bisa menyesuaikan diri untuk menjemput rezekinya dengan cara -cara yang sebelumnya tidak pernah terbayangkan untuk dilakukannya.

Merubah Strategi

Ada kalanya strategi sukses di masa lalu tidak akan sama dengan sukses di masa sekarang. Strategi menjadi usang dan tidak ada gunanya sama sekali,ada banyak perusahaan yang eksis dimasa lalu namun hilang saat ini, seperti NOKIA, WARTEL. Adapun yang dilakukan Blue Bird adalah berkolaborasi dengan Pendidikan dengan program Kampus Merdeka program Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia (Kemendikbudristek), melalui program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) Kampus Merdeka.

Perguruan tinggi bertanggung jawab menyelenggarakan pendidikan berkualitas, serta mempersiapkan lulusan siap kerja memasuki dunia usaha dan

industri, sementara industri memegang peranan penting membantu menciptakan lapangan kerja dan memperkuat ekonomi nasional. Mendapatkan energi dari anak-anak muda (mahasiswa) adalah bagian dari No Box Strategy Blue Bird sehingga ide-ide segar dan terobosan datang dari luar Bluebird sendiri.

Melibatkan "*Millineal power*" adalah bagian terpenting dalam meningkatkan SDM BlueBird, seperti kita ketahui bahwa anak-anak milineal adalah anak-anak yang mudah belajar cepat dan memiliki pandangan yang jujur dan akurat, anak-anak milineal ini hanya membutuhkan para mentor yang dirinya sukai, ketika sudah ada rasa suka atau hormat maka semuanya menjadi mudah dan masuk akal bagi mereka. Memahami kebutuhan mahasiswa di era Nadim Makarim yang membolehkan mahasiswa belajar proyek langsung ditempat kerja dan dianggap telah menyelesaikan SKS-nya merupakan tawaran yang menarik, Hal ini menjadi kebutuhan Bersama bagi anak-anak milineal dan Blue bird sendiri.

AMO MODEL

Keluar dari masa-masa sulit bagi perusahaan besar tidaklah semudah membalikan tangan, NOKIA adalah contohnya, bagaimana beradaptasi dengan perubahan adalah hal yang tidak mudah, berbeda dengan Blue Bird, penulis melihat bahwa Blue Bird cepat beradaptasi terhadap tuntutan zaman (digital dan milineal), No Box Manajemen Blue bird melakukan 3 langkah besar yaitu

1. *Ablity*, hal yang mendasar adalah para pengemudi BlueBird dilatih untuk tidak menolak atau meninggalkan digital namun sebaliknya bisa berdamai bersama dalam dunia pekerjaan, BlueBird membuka lowongan pekerjaan bagi driver muda untuk bergabung dengan teknologi baru. Kini Blue Bird tidak lagi merasa tertinggal dan tersaingi oleh gempuran taksi online namun sebaliknya menjadi bagian dari kelompok Taksi Online yang siap beradaptasi dengan kehidupan baru. Ketrampilan khusus (Softskills) juga diberikan kepada tim Blue Bird untuk bisa mememangkan ere Disrupsi, digitalisasi pekerjaan sehingga para supir mengenal dan menganggap mudah teknologi serta yang menarik adalah SDM Blue Bird melakukan banyak terobosan dalam penguatan pegawai di berbagai pelatihan dan kursus yang meningkatkan potensi karyawan menjadi lebih kuat, sabar dan bahagia.
2. *Motivation*, Hal ini memiliki peran yang sangat penting dalam dunia kerja. Bagi karyawan, motivasi dapat memberikan berbagai manfaat yang berdampak positif pada kinerja individu, tim, dan organisasi secara keseluruhan. Motivasi karyawan adalah kunci untuk mencapai kinerja optimal dan kesuksesan jangka panjang dalam organisasi. Dengan menerapkan strategi yang efektif untuk meningkatkan motivasi, perusahaan dapat menikmati berbagai manfaat yang berkontribusi pada lingkungan kerja yang lebih produktif, harmonis, dan berkelanjutan. Motivasi adalah api yang harus selalu dimiliki oleh setiap karyawan Blue Bird, seperti halnya Abraham Maslow yang menyatakan bahwa kebutuhan manusia dapat disusun dalam bentuk hierarki. Kebutuhan tersebut adalah:
 - a. Kebutuhan Fisiologis: Makanan, air, tempat tinggal.
 - b. Kebutuhan Keamanan: Keamanan fisik dan emosional.
 - c. Kebutuhan Sosial: Rasa cinta, afiliasi, dan penerimaan dari kelompok sosial.
 - d. Kebutuhan Penghargaan: Pengakuan, status, dan harga diri.

- e. **Kebutuhan Aktualisasi Diri:** Mencapai potensi penuh dan self-fulfillment.

Setiap pegawai di Blue Bird dipenuhi kebutuhannya sesuai tahapannya masing-masing sehingga bekerja bisa lebih fokus dan melayani dengan tulus. Kebutuhan setiap pegawai tentu berbeda namun juga memiliki kesamaan yang unik.

3. **Trigger** yang dalam konsep *The 7 Awareness* disebut “*One Minute Awareness*”, bagaimana daya ungkit yang membuat pegawai atau pimpinan memiliki antusiasme dan fokus dalam bekerja keras, kerja cerdas dan kerja ikhlas. Trigger adalah faktor atau stimulus yang memicu respons motivasi dalam diri seseorang. Dalam lingkungan kerja, trigger dapat berupa aspek-aspek yang dirancang atau diatur sedemikian rupa untuk meningkatkan semangat, keterlibatan, dan produktivitas karyawan.

Trigger dalam konteks motivasi kerja adalah pemicu atau faktor yang dapat meningkatkan atau merangsang motivasi individu untuk bekerja lebih baik dan lebih produktif. Trigger ini dapat berupa berbagai elemen atau kondisi dalam lingkungan kerja yang mempengaruhi semangat dan dorongan seseorang untuk mencapai tujuan kerja.

Blue Bird mengalami Trigger ketika harus bersaing dengan taksi online yang massif, Grab, Uber dan Go-Car adalah tekanan saingan yang memaksa Blue Bird harus melakukan lompatan yang tidak bisa sama seperti sebelumnya. Dalam *One Minute Awareness* dijelaskan bahwa seringkali dikalahkan, ditinggal bahkan mendekati kehancuran organisasi justru bisa menjadi pemicu untuk maju dan menang menghadapi era perubahan yang keras (Naqoy, 2020).

KESIMPULAN

No Box atau lebih tepat “*No Management Box*” yang dilakukan oleh Blue Bird adalah cara-cara baru yang bahkan oleh para pakar bisnis merupakan langkah penyelamatan dari kehancuran bisnis. Melampaui kebiasaan lama dengan kebiasaan baru yang konsisten walau menemukan jalan-jalan buntu dan kesulitan namun terobosan dan keberanian menjadi sebuah inovasi yang kelak akan berguna bagi roda organisasi melewati masa kritis. Blue Bird, sebagai perusahaan transportasi taksi terbesar di Indonesia, menghadapi tantangan besar dengan munculnya layanan ride-hailing seperti Gojek dan Grab. Namun, perusahaan berhasil bangkit dengan berbagai strategi yang diterapkan untuk tetap kompetitif di pasar. Berikut beberapa langkah kunci yang diambil oleh Blue Bird untuk bangkit kembali seperti (1). **Digitalisasi dan Inovasi Teknologi** (2). **Aplikasi Mobile:** Blue Bird meluncurkan aplikasi mobile sendiri yang memungkinkan pelanggan untuk memesan taksi dengan mudah, mirip dengan aplikasi ride-hailing. (3). **Kerjasama dengan Gojek:** Blue Bird bermitra dengan Gojek, sehingga pengguna aplikasi Gojek dapat memesan taksi Blue Bird langsung dari aplikasi tersebut. Ini memperluas jangkauan pasar Blue Bird. (4). **Peningkatan Kualitas Layanan** (5). **Pelatihan Pengemudi:** Blue Bird meningkatkan pelatihan bagi pengemudinya untuk memastikan standar pelayanan yang tinggi dan profesionalisme. (6). **Kualitas Armada:** Memastikan bahwa armada taksi selalu dalam kondisi baik dan bersih, memberikan kenyamanan dan keamanan bagi penumpang. (7). **Diversifikasi Layanan Blue**

Bird Life: Meluncurkan layanan taksi premium dan taksi khusus wanita untuk memenuhi kebutuhan berbagai segmen pasar. (8). **Logistik dan Pengiriman:** Blue Bird juga masuk ke layanan logistik dan pengiriman barang, memanfaatkan armada yang ada untuk berbagai keperluan. (9). **Strategi Harga Penyesuaian Tarif:** Blue Bird menyesuaikan tarif agar lebih kompetitif dengan layanan ride-hailing, memberikan penawaran yang lebih menarik bagi pelanggan. (10). **Penggunaan Data dan Analitik Pelanggan:** Menggunakan data analitik untuk memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, serta untuk merancang layanan yang lebih sesuai.

Berikutnya adalah (11). **Optimasi Rute:** Menggunakan teknologi untuk mengoptimalkan rute dan meningkatkan efisiensi operasional. (12). **Peningkatan Keberlanjutan Armada Ramah Lingkungan:** Blue Bird mulai mengadopsi kendaraan listrik untuk mengurangi jejak karbon dan mendukung keberlanjutan lingkungan. (13). **Peningkatan Citra Perusahaan** (14). **Kampanye Pemasaran:** Melakukan kampanye pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kesadaran merek dan citra perusahaan di mata publik. (15). **CSR (Corporate Social Responsibility):** Terlibat dalam kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan untuk membangun hubungan baik dengan komunitas dan meningkatkan citra positif. (16). **Ekspansi dan Kemitraan Ekspansi Regional:** Meningkatkan kehadiran di berbagai wilayah di Indonesia untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. (17). **Kemitraan Strategis:** Menjalin kemitraan dengan berbagai pihak, termasuk hotel, pusat perbelanjaan, dan perusahaan besar untuk menyediakan layanan transportasi yang terintegrasi. Blue Bird berhasil bangkit dengan mengadopsi teknologi, meningkatkan kualitas layanan, diversifikasi layanan, dan melakukan strategi harga yang kompetitif. Kemitraan strategis dan inovasi berkelanjutan juga memainkan peran penting dalam menjaga relevansi dan daya saing perusahaan di pasar yang terus berkembang. Dengan fokus pada kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional, Blue Bird mampu merespon tantangan pasar dan tetap menjadi pemain utama dalam industri transportasi di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar. (2017). "Pengaruh Motivasi Kerja dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai (studi pada karyawan perusahaan daerah air minum PDAM Kota Malang)". *Jurnal Universitas Brawijaya*, Vol. 12, No. 2, Hal: 1-10.
- Bangun, Wilson. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga.
- Bernardine, Wirjana. (2010). *Mencapai Manajemen Berkualitas*. Yogyakarta: Andi
- Can, Afni. (2013). "Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank Nagari". *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 6, No. 3, Hal: 1-26.
- Darmawan, Satya. (2010). "Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan". *Jurnal Universitas Negeri Malang*, Vol. 11, No. 1, Hal: 1-9.
- Flippo, Edwin. (2003). *Manajemen Personalialia*. Edisi VII Jilid II. Terjemahan: Alponso. S. Jakarta: Erlangga.

- Gibson, et.al. (2010). Organisasi dan Manajemen. Edisi Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Gomez. (2001). Managing Human Resources. Englewood Cliffs: Prentice-Hall International, Inc.
- Ghozali, Imam. (2005). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2017). "Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja Dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Banjar". Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, Vol. 3, No. 1, Hal: 130-137.
- Hasibuan. (2007). Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hersey, Blanchard. (2001). Manajemen Perilaku Organisasi: Pendayagunaan Sumber Daya Manusia (Terjemahan Oleh Dharma Agus). Jakarta: erlangga.
- Ismawati, Ida. (2016). "Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dibagian Produksi (Studi Kasus Pada PT. Gatra Mapan Ngijo Karangploso)". E-Jurnal Riset Manajemen, Vol. 1, No.2, Hal: 1-15.
- Kaleta, Dorota. (2006). Lifestyle Index and Work Ability. International Journal of Occupational Medicine and Environmental Health, Vol. 19, No. 3, Hal: 170-177.
- Karjantoro, Handoko. (2004). Mengelola Kinerja. Jakarta: PT. Mahakam
- Kaswan. (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Keunggulan Bersaing Organisasi. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Katidijan. (2017). "Pengaruh Kompensasi, Pengembangan Karir dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan". Jakarta. Jurnal Universitas Mercu Buana Jakarta. Vol. 3, No. 05, Hal: 1-10.
- Kreitner, Kinichi. (2005). Organization Behavior. Boston: McGraw-Hill.
- Kristiani. (2013). "Pengaruh Kemampuan Kerja, dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan". Diponegoro Journal Of Social and Politic, Vol. 3, No. 1, Hal: 1-7.
- Kurniawan. (2010). "Pengaruh Budaya Organisasi Perusahaan, dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Perusahaan Gas Negara Medan". Jurnal Manajemen & Bisnis, Vol. 14, No. 02, Hal: 176-184
- Mangkunegara. (2013). Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia. Jakarta: Refika Aditama.
- Mawoli, Babandako. (2011). An Evaluation Of Staff Motivation, Dissatisfaction And Job. Terjemahan. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Mondy. (2001). Human Resource Management. Massachusetts: Allyn and Bacon.
- Murty. (2012). "Pengaruh Kompensasi, Motivasi dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Akuntansi (studi kasus pada Perusahaan Manufaktur Di Surabaya)". Jurnal STIE Perbanas Surabaya, Vol. 11, No.1, Hal: 4-18.
- Priansa. (2017). Manajemen Kinerja Kepegawaian. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Phida. (2017). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di Wisata Alam Kalibaru. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.

- Prasetyo. (2015). "Pengaruh Kemampuan Kerja dan Lingkungann Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (studi pada karyawan PT. Tembakau Djajasakti Sari Malang)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 3, No. 1, Hal: 1-9.
- Prawirosentono. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Kebijakan Kinerja Karyawan, Kiat Menuju Organisasi Kompetitif Dalam Perdagangan Bebas Dunia*. Yogyakarta: BPFE.
- Rachmawati. (2006). "Pengaruh Motivasi Kerja, Kemampuan Kerja dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Badan Kesatuan Bangsa dan Perlindungan Masyarakat Provinsi Jawa Tengah". *Jurnal Ilmu Adaministrasi dan Kebijakan Publik*, Vol. 3, No. 1, Hal: 89-97
- Yusuf, N. Q. (2013). *The 7 Awareness*. Gramedia Pustaka Utama.
- Yusuf, N. Q. (2008). *The Heart of Awareness*. Hikmah.
- Yusuf, N. Q. (2013). *One Minute Awareness*. Gramedia Pustaka Utama.
- Yusuf, N. Q., & Yusuf, D. U. (2024). Flexing, the Fake Rich Phenomenon. *Journal of Social Research*, 3(4), 1052-1061.