



Model Followership pada perusahaan gas LPG Di Bali

Wahyu eko pujianto

Wahyueko.mnj@unusida.ic.id

Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo

Laila ulul ilmi

31420072.mhs@unusida.ac.id

Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo

Abstrak. A number of issues are a challenge for researchers in carrying out qualitative research, one of the techniques that will be used in this qualitative research is interviews, This study aims to model followership several different processes of followers who are willing to follow leaders who will work together to achieve company goals. This research was conducted to determine the followership model in the process at LPG Gas companies in Bali and the relationship between followership and leaders to achieve company goals. Followership is defined as a willingness to work together to achieve the company's mission, showing good teamwork. Good followership is the foundation of good followership. Very good for achieving effective leadership and achieving company goals. This research was conducted using qualitative methods that apply existing theories on the board follower to develop, we need to define the followership construct and place it in the context of the followership model theory through interviews with 20 employees who are included in the company's followership model This research will identify the followership model theory as research material in the Corporate leadership process.

Keywords: Model followership, leadership

Abstrak. Sejumlah isue menjadi tantangan bagi para peneliti dalam melaksanakan penelitian kualitatif, salah satu teknik yang akan digunakan dalam penelitian kualitatif ini yaitu wawancara. Penelitian ini bertujuan untuk model followership beberapa ragam proses para pengikut yang bersedia mengikuti pemimpin yang akan bekerjasama mencapai tujuan perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui model followership dalam proses kepemimpinan pada perusahaan gas LPG Di Bali bersama pemimpin untuk mencapai tujuan perusahaan. Followership didefinisikan sebagai kesediaan untuk bekerja sama dalam mencapai misi perusahaan, menunjukkan kerjasama tim yang baik. Followership yang baik merupakan landasan pengikut yang sangat baik untuk mencapai kepemimpinan yang efektif serta tercapainya tujuan dari perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif yang menerapkan teori-teori yang ada pada model kepemimpinan yang luas kedalam penelitian ini. Namun, agar penelitian tentang model followership ini dapat berkembang, kita perlu mendefinisikan konstruksi pengikut dan menempatkannya dalam konteks teori model followership melalui wawancara 20 karyawan yang mana termasuk dalam Model followership perusahaan. Penelitian ini akan mengidentifikasi teori model followership sebagai bahan penelitian dalam proses kepemimpinan perusahaan.

Kata Kunci: Model followership, kepemimpinan.

PENDAHULUAN

Perusahaan tidak dapat bergerak secara efektif apabila seorang pemimpin tidak memiliki pengikut. Para peneliti telah meneliti bahwasannya pengikut mendominasi kehidupan dan organisasi kita maupun diperusahaan, dengan menggunakan beragam pendekatan teori dan

metodologi. Meskipun pendekatan ini banyak menghasilkan kesimpulan yang berguna dan signifikan, semakin banyak literature yang menunjukkan bahwa tidak semua pengikut itu sama. Dalam penelitian ini akan focus pada model pengikut untuk berproses dalam kepemimpinan dari pekerjaannya.

Kepemimpinan dalam perkumpulan seringkali ditemukan dalam perusahaan, namun jika pemimpin sendiri tidak memiliki pengikut maka tidak akan terwujudnya tujuan dari sebuah perusahaan. Permasalahan yang sering diabaikan oleh perusahaan adalah apa tujuan dari adanya followership yang berkaitan dengan pekerjaan, namun jika pemimpin sendiri tidak memiliki pengikut yang berarti tidak ada yang melaksanakan arahan dari pemimpinnya. (Setiawan, 2014). Dengan demikian followership merupakan bagian terpenting dari factor kondisi lingkungan kepemimpinan dan pengikut sebagai bagian dari konteks sosial para pemimpin. Followership merupakan konsep yang terkait dengan leadership yang tidak dapat dipisahkan dalam hal ini, akan tetapi dalam jurnal ini leadership tidak akan dibahas.

Followership ialah seorang yang bisa menerima motivasi dorongan dari orang lain untuk mencapai tujuan perusahaan secara bersama. Followership yang diinginkan oleh sebuah perusahaan maupun pemimpin adalah pengikut yang mampu berkontribusi memberikan motivasi positif seperti halnya pemimpin bahwa pengikut yang lebih aktif untuk mengungkapkan pendapatnya sendiri dan tidak menutupi kemungkinan memiliki inisiatif yang tinggi dalam berperan, hal ini model followership berdampak pada hasil tujuan perusahaan. (Johnson, 2011).

Model followership dijelaskan di dalam buku Robert Kelley yang berjudul *in praise of follower* yang diterbitkan oleh Havard School of business tahun 1988.¹ (kelley, 1988) yang menjelaskan perbedaan pengikut yang efektif maupun yang tidak efektif dilihat dari berpartisipasi yang antusias, cerdas dalam mengambil keputusan dan mandiri untuk mencapai tujuan perusahaan.

Ketiadaan penelitian semacam ini membuat sulit untuk secara konkrit mengonseptualisasikan sifat followership, termasuk apa yang mendefinisikan pengikut dan bagaimana pengikut berkontribusi pada proses kepemimpinan. Pemimpin belum tentu menjadi pimpinan yang terbaik, pengikut juga belum tentu efektif. Banyak followership menghindari peran tersebut yang tidak berpartisipasi dalam pekerjaannya. Sesuai dengan masing-masing jenjang karier mereka, atau bahkan seiring berjalannya waktu yang berbeda. Jadi model followership mendominasi kehidupan dan keadaan di perusahaan tersebut dalam mencapai tujuan. Beberapa followership sebagai peran utama di tempat kerja dalam perusahaan dan bertindak sebagai tim yang mendapatkan kepuasan dalam membantu memajukan suatu tujuan, layanan konsumen. (Kelley, 1988). Beberapa followership mampu berpotensi efektif yang memperoleh motivasi dari seorang pemimpin perusahaan. Dengan membuktikan diri dalam peran sebagai followership pasti akan bisa menjadi seorang pemimpin atau manajer dalam perusahaan tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yaitu dengan cara prosedur penelitian yang kita terima berupa wawancara lisan dan kalimat tertulis dari informan atau orang yang bekerja di dalam perusahaan tersebut beserta perilaku yang dapat dicermati oleh peneliti.

¹ Silvena Dencheva Yordanova, "Followership Qualities and Models," *SSRN Electronic Journal*, no. July 2014 (2014), <https://doi.org/10.2139/ssrn.2534351>.

(Moleong, 2010:4). Penelitian ini menggunakan suatu pertanyaan yang akan diberikan kepada informan untuk menerima informasi mengenai model followership pada perusahaan Gas LPG Di Bali.² penelitian kualitatif merupakan suatu proses penelitian pada fenomena lapangan yang diteliti dengan menggambarkan seluruh dan kompleks yang sudah disajikan dengan kata-kata. Dengan menggunakan metode kualitatif tersebut, peneliti dapat menggali informasi mengenai model followership yang ada di perusahaan gas LPG di Bali ini,

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data harus dilakukan agar proses pengumpulan datanya baik dan peneliti juga harus melakukan berbagai tata cara dan prosedur yang berlaku agar pengumpulan data tersebut dapat menghasilkan data yang lebih valid. Teknik pengumpulan data memerlukan langkah yang tepat, sistematis dan strategis agar bisa mendapatkan data yang valid dan akurat sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lapangan. Teknik pengumpulan data ini digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi yang berdasarkan fakta pendukung yang ada di lapangan demi keperluan peneliti dan juga teknik ditentukan oleh metodologi penelitian yang telah dipilih oleh peneliti untuk menyelesaikan suatu jurnal.³

Wawancara

Wawancara merupakan salah satu dari beberapa teknik dalam mengumpulkan informasi atau data. Teknik wawancara merupakan cara sistematis untuk mendapatkan informasi dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan lisan yang telah disusun untuk melengkapi informasi yang dibutuhkan peneliti pada karyawan perusahaan Gas LPG di Bali. Analisis data wawancara juga sangat penting bergantung pada kecakapan peneliti yang terlibat dalam mengelola dan menganalisis data yang tersedia.⁴ Slamet (2011) mengatakan bahwa wawancara adalah cara yang dipakai untuk memperoleh informasi melalui kegiatan interaksi sosial antar peneliti dengan yang diteliti, menurut Djuharie (2012) wawancara adalah bagian dari proses penerimaan atau perekrutan karyawan anggota mempunyai berbagai tujuan. Sedangkan menurut⁵ mendefinisikan wawancara sebagai proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden. Disisi lain Rich (dalam baker, 1990) mengklasifikasikan tujuan dari sebuah wawancara menjadi 5 hal yaitu; 1). Fact finding interviews, yaitu wawancara wawancara yang dilakukan dengan tujuan untuk menggali data atau informasi tentang suatu topik. Contohnya seperti dalam data pribadi yang diwawancarai baik itu latar belakang dan pekerjaannya atau informasi lain yang mendukung tercapainya tujuan dari wawancara. 2). Fact giving interviews, yaitu wawancara dilakukan dimana pewawancara memberikan keterangan atau penjelasan kepada orang yang diwawancarai. Contohnya, seorang supervisor yang memberikan instruksi atau data yang meningkatkan performance nya. 3). Manipulative interviews, yaitu wawancara yang bertujuan untuk mengarahkan atau membuat subjek melakukan apa yang diinginkan (menuju kondisi yang lebih baik). 4). Treatment interviews, yaitu wawancara yang bertujuan untuk memberikan support, konseling atau menumbuhkan insight kepada subjek. 5). Demonstrative

² Nathaniel E Helwig, Sungjin Hong, and Elizabeth T Hsiao-wecksler, *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析* Title, n.d.

³ w Gulo, "Download Buku Metodologi Penelitian.Pdf," 2000.

⁴ Ionela Corina Chersan et al., "Green Public Procurement in the Academic Literature," *Amfiteatru Economic* 22, no. 53 (2020): 83–102, <https://doi.org/10.24818/EA/2019/53/82>.

⁵ Nazir, "Nazir_M_2003_Metode_Penelitian_Jakarta_G," 2005.

interviews, yaitu wawancara yang dilakukan untuk mengilustrasikan atau mendemonstrasikan teknik atau hal-hal penting kepada subjek. Demonstrative interview ini memungkinkan untuk digunakan dalam model pembelajaran atau untuk tujuan penelitian.

Informan peneliti

Informan memiliki kedudukan sama seperti halnya responden dalam suatu penelitian, informan digunakan dalam penelitian dengan teknik pengumpulan data yang menggunakan wawancara mendalam. sehingga jumlah informan yang diwawancarai menyesuaikan dengan kebutuhan data. Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh dikarenakan jumlah karyawan di perusahaan Gas LPG di Bali kurang dari 50 karyawan, yakni sejumlah 20 seorang karyawan, untuk menentukan informan penelitian ini, Peneliti akan bertindak sebagai alat pengumpul data, pengolah data, serta penganalisis data karena kesesuaian atau keberlanjutan informasi diperlukan dalam penelitian kualitatif. ⁶

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Followership

Followership bisa diartikan sebagai kesediaan team untuk kerjasama mencapai tujuan perusahaan atau suatu organisasi, yaitu pengikut yang baik setia dan berkomitmen terhadap organisasi dan tujuan. ⁷. Tipologi model followership yang dibahas dalam jurnal ini memberuikan kriteria tentang apa yang biasanya dilakukan para karyawan dalam situasi berbeda mereka dipengaruhi oleh pemimpin dan situasi kerja. Kategori followership bermanfaat karena membantu kita memahami cara orang bertindak ketika menduduki peran sebagai followership.

Perspektif baru tentang followership, untuk memajukan penelitian tentang pengikut dan menggambarkan pengikut secara positif, Carsten dkk. (2004) menyatakan beberapa perspektif praktis tentang pengikut telah diusulkan. Perspektif ini bertujuan untuk membantu organisasi pada perusahaan untuk memahami pengikut dan individu memahami aspek positif menjadi followership. Perspektif 1). followership menyelesaikan pekerjaan. Para karyawan untuk ke depannya lebih memperhatikan kepribadian, kemampuan kognitif, ketrampilan interpersonal, dan kemampuan pemecahan masalah. 2). Followership bekerja demi kepentingan terbaik dari misi perusahaan, yang artinya pengikut yang proaktif berkomitmen mencapai tujuan dalam suatu organisasi atau diperusahaan. Pengikut proaktif mampu menjaga organisasi tetap makmur terdepan, dan terpusat. 3). Followership menantang pemimpin, seperti yang diilustrasikan dalam tipologi yang diuraikan sebelumnya dalam bab ini, melibatkan aktif, dan tantangannya adalah mengidentifikasi karakteristik pengikut yang efektif. Namun pengikut yang menantang pemimpin juga dapat membantu membuat organisasi berjalan lebih efektif dan sukses. Ketika followership mempunyai pengetahuan tentang suatu proses atau prosedur yang tidak disadari oleh pemimpin, pengikut menjadi asset yang kuat baik bagi pemimpin maupun organisasi dalam perusahaan. Followership menjadi mata tambahan untuk memastikan pemimpin melihat organisasi perusahaan dari sudut yang lain. Selain itu, pengikut yang proaktif dan menantang pemimpin dapat menjaga pemimpin tetap selaras dengan misi organisasi perusahaan secara keseluruhan. 4). Followership mendukung pemimpin, selain menantang pemimpin, penting juga bagi pengikut untuk mendukung pemimpin tersebut. Untuk memajukan misi organisasi perusahaan, sangatlah

⁶ Ionela-corina Chersan et al., "Green Public Procurement in the Academic Literature Green Public Procurement in the Academic Literature," no. January (2020), <https://doi.org/10.24818/EA/2019/53/82>.

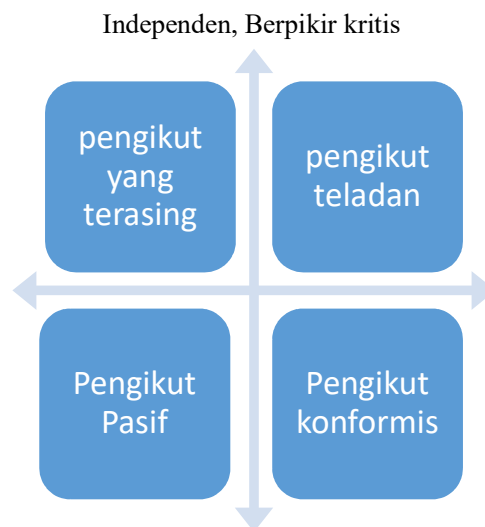
⁷ Yordanova, "Followership Qualities and Models."

berharga bagi para pemimpin ketika pengikut memvalidasi dan menegaskan niat para pemimpin. Bagi seorang pemimpin, memiliki pengikut yang mendukung, seperti halnya letnan. Letnan menegaskan ide-ide pemimpin. 5). Pengikut belajar dari pemimpin, hasil yang kebetulan dari menjadi followership adalah bahwasannya mempelajari proses menjadi seorang pemimpin di suatu organisasi maupun di perusahaan, followership dapat mengamati yang berhasil atau tidak bagi seorang pemimpin, dapat mempelajari pendekatan atau metode kepemimpinan mana yang efektif atau tidak efektif dan menerapkan pembelajaran jika followership menjadi pemimpin. Dari sudut semua itu, followership sedang memainkan peran mengikuti dalam prosesnya menjadi peran seorang pemimpin di suatu organisasi maupun perusahaan.

Pengikut sangat penting dalam proses kepemimpinan perusahaan dilihat dari Aspek model masing-masing followership. Model followership perusahaan gas LPG di Bali ini ada dalam teori Kelley (1992) ada dua sumbu yaitu; pemikiran independen yang kritis bergantung pada pemikiran tidak kritis, aktif dan pasif. Menerapkan 5 peran terdapat dalam pengikut perusahaan diantaranya;

1. Model followership pasif adalah followership yang mana selalu bergantung pada arahan dan motivasi dari seorang pemimpin dan memiliki gaya dependen. Model followership ini hanya melakukan apa yang diperintahkan oleh pemimpin dan menerima tanggung jawab terhadap pekerjaannya.
2. Model followership konformis (berjumlah sekitar 20 karyawan pada perusahaan Gas LPG di Bali) yang mana followership bisa berada dalam posisi sebagai pemimpin tetapi tetap mengikuti arahan dan didikan dari pemimpinnya.
3. Model followership yang terasing artinya seorang followership mampu berfikir sendiri dan menunjukkan banyak energi negatif.
4. Model follower pragmatic, yang artinya penjaga pagar yang selalu mendukung namun tidak bisa maju tetap bertahan dari yang lain.
5. Model followership yang teladan yang mempunyai sikap aktif dan positif, serta memberikan kritik konstruktif yang independen.

Gambar 1.1 tipologi pengikut Kelley



Tabel 1.1 Data Narasumber

Tabel 1.2 Teori konstruk

No.	Nama Responden	Model followership pasif	Model followership konformis	Model followership yang terasing	Model followership pragmatic	Model followership yang teladan
1.	BA		√			
2.	PAN				√	
3.	B.K			√		√
4.	B.J		√			
5.	B.B			√		
6.	TO		√			√
7.	LA	√	√		√	
Karakteristik pengikut		Karakteristik pemimpin		Pengikut dan (kepemimpinan perilaku)		Pengikut Hasil
1. kepercayaan diri. 2. Kurang percaya diri 3. Tidak percaya diri		1. Pemimpin 1 Tegas dan memberi motivasi 2. Pemimpin 2 sabar dan penyayang 3. Pemimpin 3 tebal muka dan pasif		1. Mampu memberikan motivasi pada semua orang		
Sifat pengikut		Kekuatan pemimpin		Perilaku pengikut		Hasil pengikut individu
1. Team Dollar 1. Cerdas 2. Keras 3. Penyabar 4. egois 2. Team Paris 1. Percaya diri 2. Sabar 3. Kerjasama 4. Saling menghargai 3. team Kansas 1. Ingin selalu sendiri		- Team Dollar Pemimpin 1 - Team paris Pemimpin 2 - Team Kansas Pemimpin 3		1. Tegas 2. sederhana 3. pendiam		

2. Tidak mau bergabung			
3. Tidak ingin makmur			
Motivasi pengikut	Persepsi dan konstruksi	Perilaku kepemimpinan	Hasil pemimpin individu
1. Ingin mengejar karir seiring berjalannya pekerjaan			
2. Mencari uang.			
3. Menambah wawasan dan pengalaman bagi luar Bali yang hidupnya merantau.			
Persepsi dan konstruksi pengikut	Pengaruh pemimpin		Hasil hubungan
			Hasil proses kepemimpinan

Perusahaan Gas LPG di Bali

Perusahaan Gas LPG yakni UD KUTA NUSA RAYA yang bergerak di bidang konsultan teknik, distribusi perlengkapan penggunaan Gas LPG cabang BALI yang bertepatan di Jl. Nangka Selatan Gang Cendrawasih No. 2 Denpasar. Yang dimana sistem kerjanya model followership sebagai sales barang perlengkapan penggunaan Gas LPG seperti regulator dan selang. Bagi para pemimpin berusaha agar followership bisa komitmen dalam pekerjaannya dalam perusahaan tersebut. Beberapa model followership karyawan perusahaan yang dilakukan untuk berproses menjadi seorang pemimpin dalam team perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, model followership meningkatkan pentingnya dan nilai pengikut. Selama bertahun tahun peran pemimpin dalam proses kepemimpinan telah dihargai jatu diatas pern pengikut sebagaimana dibuktikan oleh ribuan penelitian yang ada mengenai pendekatan kepemimpinan telah dan kepemimpinan sangat sedikit yang telah dilakukan mengenai followership. Namun dengan berfokus pada followership, kita berfikir dengan cara baru tentang model followership melakukan pekerjaan kepemimpinan dan untuk mengeksplorasi manfaat orang-orang yang melakukan pengikut untuk dioperasikan. Penelitian followership sangatlah penting yang dipenuhi pengikut dalam aspek setiap aspek pencapaian sutau tujuan organisasi perusahaan. model followership ini menggambarkan karakteristik dan tindakan para followership merupakan komponen penting dalam proses kepemimpinan. Dan mampu menyelesaikan masalah dalam situasi pekerjaannya. di Berhubungan dengan cara masing-masing model followership karyawan bertindak di tempat kerja. Penelitian ini berguna mengetahui perbedaan gaya pengikut untuk mengetahui model followership, memahami peran penting dan kompleks yang dimainkan

pengikut terhadap pemimpin. Ini model followership dari sangat aktif dan positif, hingga sangat tidak aktif dan negative. Ketika diterapkan di kehidupan perusahaan, pengetahuan mengenai pengikut dan peran serta perilaku mereka memperluas pemahaman tentang komponen utama yang berkontribusi terhadap keberhasilan organisasi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chersan, Ionela-corina, Universitatea Alexandru, Ioan Cuza, Valentin Florentin Dumitru, Catalina Gorgan, and Vasile Gorgan. "Green Public Procurement in the Academic Literature Green Public Procurement in the Academic Literature," no. January (2020). <https://doi.org/10.24818/EA/2019/53/82>.
- Chersan, Ionela Corina, Valentin Florentin Dumitru, Cătălina Gorgan, and Vasile Gorgan. "Green Public Procurement in the Academic Literature." *Amfiteatru Economic* 22, no. 53 (2020): 83–102. <https://doi.org/10.24818/EA/2019/53/82>.
- Gulo, w. "Download Buku Metodologi Penelitian.Pdf," 2000.
- Helwig, Nathaniel E, Sungjin Hong, and Elizabeth T Hsiao-wecksler. *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析* Title, n.d.
- Nazir. "Nazir_M_2003_Metode_Penelitian_Jakarta_G," 2005.
- Yordanova, Silvena Dencheva. "Followership Qualities and Models." *SSRN Electronic Journal*, no. July 2014 (2014). <https://doi.org/10.2139/ssrn.2534351>.