

PENYUSUNAN CORE COMPETENCY PADA PERUSAHAAN BERBASIS NILAI KEISLAMAN

¹⁾ Rizka Dara Vonna, ²⁾ Annisa Miranti Nurendra

^{1),2)}Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia,
Yogyakarta, 55584
rizkadv13@gmail.com

Abstrak

Core competency diperlukan sebagai upaya menciptakan sebuah keunggulan yang akan membedakan perusahaan dengan kompetitor. Penelitian ini bertujuan melakukan sebuah intervensi dengan membangun kompetensi inti pada perusahaan fashion muslim X Bandung. Dengan latarbelakang budaya organisasi yang memiliki nilai-nilai inti yang dijalankan seperti nilai-nilai islami yang diterapkan maka akan dapat diperkuat dengan meningkatkan skill dan pengetahuan karyawan dengan adanya kompetensi yang ada. Desain penelitian adalah action research, dengan metode pengambilan data menggunakan wawancara, observasi dan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT X mampu mengelola lebih baik sumberdaya manusia dengan mengetahui kompetensi-kompetensi karyawan yang ada. Core competency juga dapat mendukung nilai-nilai inti atau core value yang dijalankan.

Kata kunci : Core competency, budaya organisasi, nilai-nilai islami

Abstract

Core competency is needed as an effort to create an advantage that will differentiate the company from competitors. This study aims to intervene by building core competencies in the Muslim fashion company X Bandung. With an organizational culture background that has core values that are carried out such as Islamic values that are applied, it can be strengthened by increasing the skills and knowledge of employees with existing competencies. Research design is action research, with data collection methods using interviews, observation and questionnaires. The results showed that PT X was able to better manage human resources by knowing the competencies of existing employees. Core competency can also support core values that are run.

Keywords: islamic culture, core competency, islamic value

Pendahuluan

Dewasa ini, fashion di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Industri fashion menjadi salah satu sektor industri yang cukup mampu membantu pendapatan Negara. Begitu juga halnya dengan busana muslim di Indonesia semakin berkembang dan terkenal bagi semua kalangan. Semakin berkembangnya teknologi dan pengetahuan, semakin tinggi pula peminat fashion muslim. Hal tersebut juga didukung dengan penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam.

Berkembangnya fashion muslim di Indonesia juga terlihat dari perusahaan busana muslim yang semakin banyak didirikan.

Perusahaan yang bergerak di fashion muslim tidak terlepas dari penanaman nilai-nilai islami dalam bekerja untuk mendukung produk yang di ciptakan. Semakin karyawan memahami, meyakini dan mengamalkan nilai-nilai budaya di perusahaan, maka akan semakin mudah bagi organisasi untuk bisa mendorong efektivitasnya. Sebaliknya, organisasi akan berjalan kurang efektif apabila karyawan mengabaikan nilai-nilai positif dan konstruktif yang terkandung didalam budaya tersebut. Cesilya (2016) menyatakan bahwa budaya organisasi mencerminkan nilai, norma dan kebiasaan-kebiasaan yang dipahami dan dihayati oleh seluruh anggota organisasi.

Sebagai perusahaan yang memiliki orientasi terhadap profit dituntut untuk memiliki nilai tambah yang dimiliki sebagai pembeda dengan perusahaan kompetitor. Budaya organisasi atau nilai-nilai yang diterapkan saja tidak akan cukup untuk membantu perusahaan tersebut menjadi lebih efektif. Peran sumberdaya manusia juga sangat mempengaruhi keberhasilan perusahaan. Aziz (2014) mengatakan bahwa karyawan merupakan salah satu sumber daya yang dimiliki perusahaan yang penting dalam menunjang perputaran suatu bisnis. Karyawan yang bekerja untuk perusahaan memiliki berbagai kemampuan mulai dari bakat, tenaga, dan kreativitas. Oleh karena itu perusahaan sebaiknya memiliki core competency sebagai sebuah strategi untuk tetap unggul.

Seiring dengan perkembangan zaman maka kehadiran kompetitor dibidang yang sama yaitu perusahaan fashion muslim pun semakin banyak. Banyaknya kompetitor juga sangat mempengaruhi bagaimana PT.X tetap bisa berkembang dan tidak terkalahkan. Semua perusahaan yang menjadi kompetitor akan terus berusaha bersaing untuk menjadi unggul dari semua perusahaan fashion khususnya fashion muslim. Kompetitor-kompetitor yang ada akan terus bersaing ketat untuk mendapatkan pelanggan, pemasukan, dan pangsa pasar dengan produk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Paparan diatas menggambarkan kondisi persaingan di jaman sekarang, maka strategi bersaing untuk unggul dalam produk atau jasa tidak lagi cukup (Agha, Alrubaiee, dan Jamhour, 2012). Memang benar dalam jangka pendek, daya saing suatu perusahaan berasal dari harga dan kinerja produknya sekarang. Tetapi dalam jangka panjang, keunggulan bersaing berasal dari kemampuan untuk membangun core competencies yang akan menghasilkan produk-produk yang dibutuhkan oleh pelanggan tetapi yang belum pernah terbayangkan sebelumnya (Prahalad dan Hamel, 1990).

PT. X adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang fashion muslim. PT. X memiliki kantor yang berpusat di Bandung dan memiliki banyak store tersebar di seluruh Indonesia. Perusahaan ini didirikan dengan pemikiran awal masih banyak yang menganggap busana muslim yang ada di pasaran adalah busana yang tidak modern. Perusahaan ini berdiri dengan dasar nilai-nilai islam dan didirikan sebagai jalan dakwah islam melalui perdagangan. Sudah berdiri hampir 30 tahun dengan terus berusaha memperluas jaringan pasar dan meningkatkan kualitas produknya. PT.X tidak

hanya berfokus pada produk yang dipasarkan akan tetapi sebagai perusahaan muslim yang memiliki tujuan sebagai wadah dalam berbagi. Perusahaan ini juga memiliki foundation yang dikelola sebagai sebuah program yang bergerak dalam bidang pendidikan, penanganan bencana dan aktivitas sosial kemasyarakatan lainnya. Foundation ini didirikan oleh komisaris dan manajemen PT.X pada tahun 2004 yang diawali dengan kepedulian terhadap rendahnya kualitas pendidikan, moral, kesehatan, ekonomi masyarakat Indonesia.

Busana muslim adalah ciri khas dari kaum muslim, dimana merupakan kewajiban menutupi seluruh anggota tubuh sebagai suatu syariat dan salah satu bentuk akhlak muslim, dengan demikian, dalam busana muslimah sangat erat hubungannya dengan nilai-nilai Islam yang kemudian tercerminkan dalam bentuk budaya Islam. Sehingga, busana muslim harus sejalan dengan nilai serta budaya Islam. (Purbasari, 2016) Oleh karena itu paparan diatas menjadikan dasar peneliti untuk melakukan penelitian dengan desain action research dengan penyusunan core competency pada perusahaan X Bandung yang menerapkan nilai-nilai serta budaya islami.

Core competencies adalah sumber yang membedakan bagi perusahaan yang bisa membuat mereka untuk memproduksi dan menawarkan produk, layanan dan solusi yang unik bagi pelanggan (Smith, 2008). Kemampuan yang dimiliki sebuah perusahaan dapat dikategorikan sebagai kemampuan yang core (inti), hanya jika kemampuan tersebut dapat membedakan suatu perusahaan dari pesaingnya secara strategis (Leonard-Barton, 1992). Secara garis besar, kamus kompetensi terbagi menjadi tiga bagian, yaitu core competency, managerial competency, dan technical competency. Core competency adalah kompetensi inti yang harus dimiliki oleh setiap karyawan yang tergabung dalam sebuah perusahaan.

Kompetensi inti ini memiliki kaitan erat dengan nilai budaya yang ada pada perusahaan tersebut. Sebagai contoh adalah Customer Service Orientation (CSO) karena berlatar belakang perusahaan yang menawarkan produk, sehingga CSO menjadi kompetensi inti. Core competencies adalah gabungan dari kompetensi-kompetensi yang tersebar luas di dalam perusahaan, dan merupakan sesuatu yang dapat dilakukan dengan sangat baik oleh perusahaan. Misalnya kompetensi pada pengembangan produk baru di salah satu divisi dari suatu perusahaan mungkin merupakan hasil dari pengintegrasian kemampuan pengelolaan sistem informasi, pemasaran, research & development, dan produksi. Maka pengembangan produk baru merupakan core competencies jika melampaui satu divisi (Wheelen & Hunger, 2012). Perusahaan perlu untuk lebih fokus pada kekuatan internal mereka yang berbeda untuk memberikan nilai tambah bagi pelanggan, kemampuan diferensiasi, dan pengembangan yang kuat, dengan kata lain untuk lebih mengandalkan pada core competencies mereka (Prahalad & Hamel, 1990).

Core competencies adalah pengetahuan perusahaan yang kolektif tentang bagaimana mengkoordinasi ketrampilan produksi dan teknologi yang beragam (Prahalad dan Hamel, 1990). Sejalan dengan paparan definisi tersebut, Fiol berpendapat bahwa core competencies merupakan gabungan tertentu dari keterampilan dan sumber daya yang dimiliki perusahaan, serta cara sumber daya tersebut digunakan

untuk memproduksi sebuah hasil (dalam Bani-Hani dan Faleh, 2009). Dengan kata lain, core competencies adalah ketrampilan dan area pengetahuan yang secara bersama-sama digunakan oleh unit-unit bisnis dalam perusahaan, dan merupakan hasil dari integrasi dan harmonisasi dari competencies tiap-tiap unit bisnis (Agha, Alrubaiee, & Jamhour, 2012). Core competencies dinilai sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk meningkatkan efektivitasnya. Hal tersebut dibuktikan bahwa banyak penelitian menunjukkan bahwa core competencies sangat mempengaruhi keberhasilan sebuah perusahaan. Antara lain seperti, penelitian Teguh & Devie (2013), dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa core competencies memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Pengaruh yang dihasilkan oleh core competencies terhadap kinerja perusahaan adalah positif yang berarti apabila perusahaan menerapkan core competencies maka akan meningkatkan kinerja perusahaan. Kekuatan strategis dari suatu perusahaan terletak pada core competencies yang dimilikinya. Kekuatan tersebut adalah hal-hal yang menjadi keunggulan dari sebuah perusahaan dan yang seharusnya pada bidang tersebut tidak boleh dilakukan outsourcing (Bani, hani & Faleh, 2009). Dengan menaruh fokus pada core competencies, sebuah perusahaan berdiri untuk menang karena mereka melakukan hal-hal di mana mereka unggul dibandingkan dengan pesaing (Srivastava, 2005).

Budaya organisasi adalah suatu persepsi bersama yang dianut oleh anggota-anggota organisasi itu. Budaya organisasi merupakan suatu sistem pemaknaan bersama dibentuk oleh para warganya yang sekaligus menjadi pembeda dengan organisasi lain Robbins (2015). Budaya organisasi adalah pola dasar yang diterima oleh organisasi untuk bertindak dan memecahkan masalah, membentuk karyawan yang mampu beradaptasi dengan lingkungan dan mempersatukan anggota-anggota organisasi. Untuk itu harus diajarkan kepada anggota termasuk anggota yang baru sebagai suatu cara yang benar dalam mengkaji, berpikir dan merasakan masalah yang dihadapi. Schein juga mengatakan, budaya organisasi mengacu ke suatu sistem makna bersama dianut oleh anggota-anggota yang membedakan organisasi itu dengan organisasi-organisasi lainnya. Schein (1992).

Budaya organisasi Islami merupakan sebuah nilai yang diambil dan dikembangkan untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari atau kegiatan dengan menggunakan nilai-nilai Islam yang sesuai dengan pedoman Islam yaitu Alqur'an dan Hadits (Hakim, 2012). Budaya organisasi Islam yang dilakukan akan menimbulkan perspektif Islami di dalam budaya tersebut agar memberikan dasar atau pijakan yang dapat menjadikan bentuk serta cara yang perlu diselenggarakan secara kolektif melalui suatu organisasi, menjadikan seruan atau ajakan kepada seseorang pemimpin untuk mengikuti ajaran dan aturan yang ada di dalamnya.

Berdasarkan penelitian hakim (2012), mengenai karakteristik budaya organisasi islam terdiri dari: 1) Smiling: To create the atmosphere of attention. Dengan senyum akan mampu menciptakan suasana dengan penuh perhatian sehingga dapat meningkatkan interaksi antar individu. 2) Greetings: To create welfare atmosphere. Dengan adanya salam mampu menciptakan suasana lebih sejahtera 3) Friendship:

Good relationship among the employees both managers and staffs. Memelihara hubungan baik anatar atasan dengan bawahan. 4) Helping among the others, having good cooperation. Membangun kerjasama yang baik dengan saling membantu satu sama lain. 5) Never telling a lie, Berhubungan dengan jujur tanpa kebohongan. 6) Discipline: Using the time as well as possible. Jujur juga merupakan karakteristik penting yang harus dimiliki dan diterapkan dengan menggunakan waktu sebaik mungkin.

Karakteristik di atas merupakan sistem nilai yang di ambil dan dikembangkan dari Al-quran dan Hadist yang di praktekan dalam kehidupan sehari-hari. Karakteristik tersebut menjadi gambaran nilai-nilai islami yang dapat diterapkan dalam sebuah organisasi khususnya organisasi yang memiliki budaya kerja yang islami.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan action research. Menurut Gunawan (2007), action research adalah kegiatan dan atau tindakan perbaikan sesuatu yang terperinci seperti adanya perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasinya dilakukan secara sistematis sehingga validitas dan reliabilitasnya mencapai tingkatan riset. Action research juga merupakan proses yang mencakup siklus aksi, yang mendasarkan pada refleksi seperti umpan balik (feedback), bukti (evidence) dan evaluasi atas aksi sebelumnya dan situasi sekarang. Penelitian tindakan ditujukan untuk memberikan andil pada pemecahan masalah praktis dalam situasi problematik yang mendesak dan pada pencapaian tujuan ilmu sosial melalui kolaborasi patungan dalam rangka kerja etis yang saling berterima (Madya, 2006).

Proses penelitian bersifat dari waktu ke waktu, antara finding pada saat penelitian, dan action learning. Dengan demikian action research menghubungkan antara teori dengan praktek. Baskerville (1999) menjelaskan bahwa ia membagi action research berdasarkan karakteristik model (iteratif, reflektif atau linear), struktur (kaku atau dinamis), tujuan (untuk pengembangan organisasi, desain sistem atau ilmu pengetahuan ilmiah) dan bentuk keterlibatan peneliti berupa kolaborasi, fasilitatif atau ahli.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, pembagian kuesioner serta studi dokumentasi. Observasi adalah metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi sebagaimana yang disaksikan selama penelitian. Penyaksian peristiwa tersebut bisa dengan melihat, mendengarkan, merasakan dan kemudian dicatat dengan objektif (Gulo, 2010). Observasi menurut Sudaryono (2017) yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan.

Wawancara menurut Sudaryono (2017) adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari narasumber dalam bentuk komunikasi verbal seperti sedang melakukan percakapan. Dalam pelaksanaan wawancara, pertanyaan akan dikembangkan lebih lanjut sesuai dengan kondisinya. Pengembangan pertanyaan pokok menjadi pertanyaan lanjutan yang lebih terurai adalah probing.

Angket adalah suatu teknik pengumpulan data secara tidak langsung. Angket merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna (Sudaryono, 2017). Angket merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain atau responden dengan tujuan agar orang tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan. Angket merupakan suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan responden akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut (Umar, 2005). Jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah model tertutup dimana dalam angket terdapat alternatif-alternatif jawaban yang telah disediakan. Kemudian untuk metode analisis dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dokumen atau arsip perusahaan, yang dapat dijadikan sebagai data tambahan yang mendukung proses pengambilan data khususnya untuk penyusunan core competency. Studi dokumentasi tidak dikumpulkan langsung dari responden, tetapi dari sumber sekunder seperti catatan perusahaan atau arsip (Cummings dan Worley, 2008).

Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya penyusunan core competency maka perusahaan terbantu dalam pengembangan sumberdaya manusia salah satunya dapat melakukan pemetaan potensi dengan menggunakan core competency yang sudah disusun sebagai panduan dalam mengukur grade kompetensi karyawan khususnya terkait kompetensi inti yang harus dimiliki oleh setiap karyawan. Dengan adanya core competency juga perusahaan tersebut dapat mengoptimalkan kinerja karyawan dalam bekerja juga mendukung nilai-nilai yang jalankan. Berikut ada enam hasil penyusunan core competency yang telah disusun yang disesuaikan dengan core value dan budaya organisasi yang ada pada perusahaan X. 1) Integritas yang artinya menaati kode etik dan berpikir serta berperilaku terpuji. 2) Komitmen organisasi artinya dorongan dan kemampuan seseorang untuk menyesuaikan perilakunya dengan kebutuhan, prioritas dan tujuan organisasi, untuk bertindak dengan cara yang menunjang tujuan organisasi atau memenuhi kebutuhan organisasi. 3) Orientasi terhadap pelanggan artinya memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan untuk menjadikan PT. X sebagai perusahaan retail yang terpercaya dan profesional. 4) Dorongan berprestasi artinya berupaya untuk selalu menyelesaikan tuntutan pekerjaan sesulit apapun. 5) Fleksibilitas artinya kemampuan untuk menerima, beradaptasi, mendorong dan menciptakan perubahan dalam rangka menyempurnakan pekerjaan dan organisasi. 6) Inisiatif artinya dorongan bertindak untuk melebihi yang dibutuhkan atau yang dituntut oleh pekerjaan dan tindakan ini dilakukan untuk memperbaiki atau meningkatkan hasil pekerjaan atau menghindari timbulnya masalah atau menciptakan peluang baru.

Core competency yang telah disusun diatas dilengkapi dengan grading dalam bentuk lima level yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan atas pedoman leveling taxonomy bloom. Core competency menjadi salah satu daya saing yang sangat

mempengaruhi keberhasilan sebuah perusahaan. Kekuatan strategis dari suatu perusahaan terletak pada core competency yang dimilikinya. Kekuatan tersebut adalah hal-hal yang menjadi keunggulan dari sebuah perusahaan dan yang seharusnya pada bidang tersebut tidak boleh dilakukan outsourcing (Bani dan Faleh, 2009). Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa dengan menaruh fokus pada core competency, sebuah perusahaan berdiri untuk menang karena mereka melakukan hal-hal di mana mereka unggul dibandingkan dengan pesaing (Srivastava, 2005).

Core competency atau kompetensi inti adalah sumber diferensiasi bagi perusahaan yang memungkinkan mereka untuk membuat dan menawarkan produk, layanan dan solusi yang unik bagi pelanggan (Smith, 2008). Kemampuan yang dimiliki sebuah perusahaan dapat dikategorikan sebagai kemampuan yang core (inti), hanya jika kemampuan tersebut dapat membedakan suatu perusahaan dari pesaingnya secara strategis. Core competency adalah pengetahuan perusahaan yang kolektif tentang bagaimana mengkoordinasi ketrampilan produksi dan teknologi yang beragam (Prahalad dan Hamel, 1990). Terdapat tiga kriteria yang harus dipenuhi untuk mengidentifikasi core competency suatu perusahaan (Prahalad and Hamel, 1990). Pertama adalah bahwa core competency harus dapat diaplikasikan untuk penciptaan jenis-jenis produk baru, atau dalam kata lain memberikan potensi akses bagi perusahaan kepada berbagai pasar yang luas (Srivastava, 2005). Yang kedua, core competency harus dapat memberikan kontribusi yang signifikan kepada nilai yang dirasakan pelanggan dari produk/jasa yang dikonsumsi. Dan yang terakhir, core competency harus dapat menjadi pembeda sebuah perusahaan dengan pesaingnya dan sulit untuk ditiru (Barney, 1991).

Tujuan penyusunan core competency model atau model kompetensi inti Perusahaan X adalah sebagai upaya membangun sebuah keunggulan sehingga Perusahaan X memiliki kompetensi inti yang akan membedakannya dengan kompetitor dan dalam pengembangan sistem sumberdaya manusia sehingga dengan adanya Kamus kompetensi menjadikan perusahaan X lebih efektif dalam pengelolaan sistem sumberdaya manusia dan sistem pengukuran dan dapat mendukung budaya organisasi yang ada sebagai upaya pengoptimalan efektifitas organisasi.

Waktu penyusunan core competency model berjalan satu bulan lebih yang dimulai pada akhir bulan Oktober 2017 sd awal Desember 2017. Dan semua proses penyusunan dilakukan di Head Office PT. X Bandung. Kemudian adapun beberapa proses tahapan yang dijalankan peneliti dalam menyusun core competency. Tahapan penyusunan core competency model yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan tahapan kajian kompetensi Spencer dan Spencer (1993) dengan menyesuaikan pada situasi dan kebutuhan Perusahaan X. Adapun langkah atau tahapan penyusunan yang berpedoman pada penyusunan kompetensi dari Spencer dan Spencer sebagai berikut, 1) Pertama Pembentukan TIM, tahapan pembentukan tim adalah peneliti membentuk tim untuk penyusunan core competency model menjadi satu kelompok kecil terdiri dari tiga orang. Dengan tujuan agar penyusunan core competency sesuai dengan kebutuhannya. Peneliti bekerjasama dengan karyawan di bidang pengembangan pada perusahaan X

sehingga menjadikan peneliti memperoleh informasi yang lebih akurat dalam penyusunannya. 2) Pengumpulan data, tahapan kedua setelah terbentuk tim penyusun adalah mengumpulkan data yang akan menjadi informasi untuk penyusunan core competency. Data yang dikumpulkan yaitu, dokumen perencanaan strategis perusahaan seperti visi, misi, tujuan, core value, sasaran, nilai-nilai atau budaya organisasi yang diterapkan dalam lingkungan kerja dan program kerja. Semua data tersebut akan mempengaruhi isi kompetensi yang disusun. Selain mengumpulkan data yang ada, peneliti melakukan observasi dan wawancara sebagai penguat dalam penyusunan indikator perilaku pada setiap level. Wawancara dilakukan untuk meniadakan informasi terkait perilaku yang ditunjukkan oleh karyawan Perusahaan X. Perilaku-perilaku tersebut terkait intensitas perilaku yang ditunjukkan, dampak dari perilaku dan usaha-usaha yang dikeluarkan, sehingga akan menjadi pertimbangan peneliti dalam penyusunan leveling. Wawancara dilakukan peneliti pada beberapa karyawan yang menjadi key person yang mampu memberikan gambaran terkait perilaku karyawan yang menjadi tolak ukur penyusunan core competency. 3) Analisis data dan Pengembangan Core Competency model, tahapan selanjutnya adalah analisis data yang telah diperoleh dengan mendiskusikan dengan tim dan meminta pendapat pada pihak-pihak yang bersangkutan seperti pada supervisor dan manager . Kemudian dengan memilih beberapa kompetensi yang dijadikan core competency yang akan di bangun. Pada penelitian ini core competency yang dibangun diturunkan dari core value. Sehingga peneliti membuat matrik untuk mempermudah dalam menyesuaikan core competency yang dibentuk sesuai dengan core value yang ada. Core value yang ada dijadikan panduan sebagai penyusunan definisi dan indikator perilaku yang harus muncul pada indikator perilaku dalam kamus kompetensi. Selain dari core value, indikator dan leveling kompetensi juga dipertimbangkan dari hasil wawancara dan pengalaman beberapa key person yang bekerja di Perusahaan X. Pada tahap ini peneliti membentuk sebuah model kamus kompetensi pada penelitian ini penyusunan core competency dengan design yang sesuai dengan latarbelakang Perusahaan X.

Dari hasil penyusunan core competency digunakan untuk panduan pemetaan potensi karyawan. Adanya pemetaan potensi tersebut diharapkan akan berdampak pada daya saing Perusahaan X dengan mengetahui gambaran kompetensi inti sumberdaya yang ada. Dan membantu pengelolaan sistem sumberdaya manusia dalam pengembangan karyawan. Tidak hanya memperoleh gambaran kompetensi inti yang dimiliki karyawan, dengan adanya lanjutan penyusunan kamus kompetensi oleh pihak manajemen juga dapat dipergunakan dalam proses seleksi yaitu dapat menjadi panduan sebagai tolak ukur prediksi kerja kedepan dengan metode wawancara Behavioral Event Interview (BEI). Selain itu juga dengan adanya kamus kompetensi sebagai panduan dapat lebih efektif dalam program individual development plan.

Kesimpulan dan Saran

Penyusunan core competency pada perusahaan berbasis nilai keislaman mampu meningkatkan strategi sebagai daya saing yang membedakannya dengan perusahaan lain. Adanya core competency juga dapat menjadikan pengelolaan sumberdaya manusia menjadi lebih efektif sehingga core competencies merupakan penentu yang sangat penting dari kinerja sebuah perusahaan. Perusahaan X juga konsisten dalam menjalankan nilai-nilai islami yang diterapkan dalam bekerja oleh karena itu dapat saling melengkapi untuk pengembangan karyawan dengan adanya core competency.

Core competency yang disusun telah disesuaikan dengan nilai-nilai inti yang ada pada perusahaan yaitu nilai-nilai islami seperti menghormati satu sama lain, rutin beribadah, disiplin dalam bekerja serta nilai-nilai islami lainnya yang menjadikan budaya organisasi di perusahaan tersebut dikatakan budaya organisasi islami. Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian lain yang mengatakan dimensi-dimensi dari core competencies, yaitu berbagi visi, kerjasama, dan pemberdayaan merupakan faktor-faktor yang secara signifikan mempengaruhi kinerja perusahaan (Agha dkk, 2012). Banyak penelitian juga mengungkapkan bahwa core competency menjadi faktor penting dalam sebuah persaingan dalam industri. Adanya core competency menjadikan perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lain. (Teguh dan Devie, 2015)

Daftar Pustaka

- Agha, S., Alrubaiee, L., & Jamhour, M. (2012). Effect of core competence on competitive advantage and organizational performance. *International Journal of Business and Management*, 7(1), 192-204.
- Aziz, Rezy. (2014). Pengaruh Kepemimpinan Islami dan Budaya Islam Terhadap Motivasi Kerja Islami Pada UKMK di Magetan. *JESTT*. vol 1 no 6.
- Bani-Hani, J. S., & Faleh, A. A. (2009). The impact of core competencies on competitive advantage: Strategic challenge. *International Bulletin of Business Administration*, 6, 93-104
- Barney, J. (1991, Mar). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Baskerville, L.R. (1999) *Journal : Investigating Information System with Action Research*, Association for Information Systems: Atlanta
- Cesilya, R. (2015). Budaya Organisasi, Sistem Penghargaan dan efektivitas Organisasi. *Jurnal Administrasi Negara*. 13(1): 300-306

- Cummings, T.G., & Worley, C. G. (2005). *Organization Development and Change*, 8th ed. Mason: Thomson South-Western.
- Gunawan, (2004), Makalah untuk Pertemuan Dosen UKDW yang akan melaksanakan penelitian pada tahun 2005, URL : <http://uny.ac.id>, accersed at 19 Mei 2007, 15.25 WIB
- Hakim. (2012). The Implementation Of Islamic Leadership & Islamic Organizational Culture & Its Influence On Islamic Working Motivation and Islamic Performance PT Bank Mu'amalat Indonesia Tbk. Employee in the Central Java. *Asia Pasific Management Review* 17 (1)(2012)
- Madya, S, (2006) *Teori dan Praktik Penelitian Tindakan (Action Research)*, Alfabeta: Bandung.
- Prahalad, C. K., & Hamel, G. (1990). *The Core Competence Of The Corporation*. Harvard Business Review, product 6528.
- Purbasari, R. (2016). Analysis Of Islamic Organizational Culture In Fostering Organizational Innovation On Rabbani Holdin. *Jurnal aDbispreuner*. Vol 1. no 1: Bandung
- Robbins, S.P dan Timothy A.J. (2015). *Perilaku Organisasi*, Edisi 16. Jakarta: Salemba Empat
- Smith, R. (2008) *Aligning competencies, capabilities and resources*. *Research Technology Management : The Journal of the Industrial Research Institute*
- Srivastava, S. C. (2005). *Managing core competence of the organization*. *Vikalpa*, 30(4), 49-63
- Teguh, E. D & Devie. (2015). Analisa Pengaruh Core Competency terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan. *Business Accounting Review*, Vol 1.