

ANALISIS GAYA KEPEMIMPINAN PADA PERUSAHAAN KOSMETIK

Andreas Avellino

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: andreasavellino30@gmail.com

Abstrak—Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya kepemimpinan apa yang diterapkan pada Perusahaan kosmetik. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, menggunakan tiga narasumber, dengan teknik pengambilan data yaitu wawancara. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa gaya kepemimpinan yang diterapkan pada Perusahaan kosmetik adalah gaya kepemimpinan transformasional, Gaya kepemimpinan yang diterapkan menjadikan karyawan terinspirasi oleh pemimpin dan memiliki panutan dalam bekerja, memicu karyawan untuk mengemukakan ide-ide baru bagi perusahaan, memberikan semangat dan motivasi bagi karyawan

Kata Kunci—Gaya kepemimpinan transformasional, gaya kepemimpinan transaksional

I. PENDAHULUAN

Kepemimpinan sebagai suatu fenomena sosial yang kompleks telah meningkatkan penelitian terkait dengan pentingnya kepemimpinan dalam perekonomian, kehidupan sosial dan juga kreativitas modern (Radovanovic & Savic, 2013). Selain itu fungsi dari kepemimpinan dalam perusahaan juga di dorong dengan adanya perkembangan pasar yang sangat cepat (Nedovic, Sudaric & Ivankovic, 2013). Beberapa penelitian telah membuktikan adanya gaya kepemimpinan yang berbeda menjadi peran yang signifikan dalam mendorong karyawan dan juga perusahaan (Samad, Reaburn, Davis & Ahmed, 2015). Oleh karena itu, suatu perusahaan yang ingin meningkatkan kualitasnya sudah seharusnya memperhatikan aspek kepemimpinan dalam perusahaan.

Suatu perusahaan harus meningkatkan sumber daya dalam perusahaan. Sumber daya utama yang harus ditingkatkan adalah sumber daya manusia. Sumber daya manusia adalah yang paling utama dibandingkan elemen lainnya seperti uang, modal, teknologi, dan sumber daya manusialah yang menjalankan sumber daya yang lain (Hariandja, 2007). Sumber daya manusia itu sendiri merupakan karyawan–karyawan yang bekerja dalam perusahaan itu dengan tujuan meningkatkan produktifitas perusahaan dan untuk mencapai suatu perusahaan yang berhasil.

Karena sumber daya manusia merupakan elemen yang sangat penting dari suatu organisasi maka dibutuhkan pengelolaan yang tepat terhadap sumber daya manusia. Setiap karyawan yang bekerja dalam perusahaan haruslah memiliki rasa keterlibatan dalam rangka untuk memajukan perusahaan. Karyawan yang mau terlibat dalam perusahaan akan membangun kinerja yang baik bagi perusahaan dan juga menjalin hubungan yang baik antar atasan dan bawahan (Nagara, 2014). Agar suatu perusahaan memiliki sumber daya

manusia yang memiliki kinerja baik, dibutuhkan langkah-langkah yang tepat dalam meningkatkan produktifitas dari masing-masing individu dalam perusahaan. Dalam upaya peningkatan kinerja dari karyawan, pemimpin memiliki peran yang signifikan. Dengan adanya kepemimpinan dalam perusahaan, maka akan mampu mempengaruhi perilaku dari karyawan (Naile & Selesho, 2014)

Wilderom, Berg dan Peter (Belias & Koustelios, 2014) mengatakan bahwa pada praktiknya gaya kepemimpinan dalam organisasi berdampak langsung pada hubungan antar atasan dan karyawan, juga kemudian berpengaruh pada kinerja, ketertarikan kerja, komitmen serta keseluruhan perusahaan. Karakteristik pemimpin yang baik merupakan pemimpin yang tahu bagaimana mengekspresikan dan mengimplementasikan suatu rencana yang telah dibuat (Nedovic, Sudaric & Ivankovic, 2013).

Setiap karyawan dalam perusahaan haruslah mendapat perlakuan yang sama dan tidak ada diskriminasi (gender, agama dan kebiasaan) dari pemimpin (Nedovic, Sudaric, & Ivankovic, 2013) dengan begitu akan meningkatkan produktivitas kerja dan berdampak baik bagi perusahaan. Seorang karyawan yang mempunyai motivasi kerja rendah, mereka akan bekerja seandainya, tidak bertanggung jawab dan tidak berusaha untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Menurut Crossan (2013) kepemimpinan tidaklah berfokus pada posisi, namun kemampuan untuk mendorong yang lain untuk mencapai yang terbaik bagi mereka sehingga bisa berkontribusi bagi kelompok dan perusahaan. Bila dalam perusahaan karyawan yang bekerja tidak termotivasi, maka merupakan tugas pemimpin untuk membantu karyawan tersebut dan memotivasinya untuk mencapai yang terbaik yang mereka bisa.

Menurut ungkapan dari Heskett (Belias & Koustelios, 2014) menyatakan bahwa ketertarikan karyawan melahirkan motivasi karyawan yang tinggi, melahirkan kualitas pelayanan yang tinggi, melahirkan komitmen perusahaan yang tinggi dan juga tingkat kesalahan yang rendah dan secara konsisten meningkatkan laporan tentang ketertarikan pelanggan.

Pemimpin sendiri harus mampu membuat suasana yang nyaman dan positif dalam perusahaan tersebut sehingga merangsang dan memotivasi karyawan. ketika karyawan menyadari karakteristik dari seorang pemimpin yang baik, mereka siap untuk memberikan yang terbaik untuk pencapaian perusahaan (Nedovic, Sudaric, & Ivankovic, 2013). Usaha untuk meningkatkan kemampuan dari pemimpin sendiri akan berpengaruh terhadap efisiensi dari karyawan dan seluruh perusahaan, dan peningkatan ini akan menciptakan suatu iklim organisasi yang positif bersamaan dengan perilaku karyawan yang lebih baik (Nedovic, Sudaric, & Ivankovic, 2013)

Dalam hal kepemimpinan sendiri, terdapat fenomena-fenomena dalam dunia bisnis. Salah satunya adalah fenomena kepemimpinan pada perusahaan yang bergerak di bidang kosmetika. Perusahaan ini memproduksi produk dengan bahan-bahan herbal yang aman bagi konsumennya dengan harapan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen untuk tampil cantik dan tetap sehat tanpa adanya efek samping dari produk. Perusahaan ini dipimpin oleh pemimpin. Berdasarkan wawancara singkat, beliau menyatakan bahwa beliau merupakan seorang pemimpin yang tegas terhadap bawahan dan mengutamakan kedisiplinan dalam perusahaan. Beliau berpendapat dengan memperlakukan karyawan dengan disiplin maka akan membuat karyawan melakukan tugas dengan lebih hati-hati sehingga meminimalisir kesalahan-kesalahan. Beliau mengatakan bahwa dengan gaya kepemimpinan yang beliau terapkan saat ini mampu membuat hal-hal diperusahaan bisa segera dilaksanakan, mudah dalam mengarahkan karyawan, dan dalam pengawasan yang dilakukan pada karyawan juga lebih mudah, sehingga lebih mudah mengontrol pekerjaan yang dilakukan karyawan. Perusahaan ini mendorong karyawan juga melalui pemberian bonus atau reward atas suatu pencapaian yang diraih.

Pada perusahaan ini semua karyawan dan mengikuti seluruh perintah dari atasan. Pemimpin memberikan perintah dan karyawan melaksanakan, dalam perusahaan ini segala keputusan yang telah dibuat harus secepatnya dilaksanakan tanpa menunda-nunda. Pemimpin akan mengejar laporan dari bawahannya mengenai tugas terkait dengan keputusan yang telah dibuat sebelumnya. Bila sekilas diperhatikan, dalam perusahaan ini yang terlihat adalah hubungan atasan-bawahan. Dengan pernyataan yang disampaikan pemimpin yang terlihat adalah gaya kepemimpinan yang cenderung keras dan tegas terhadap bawahannya, tapi pemimpin juga mengatakan bahwa dengan gaya kepemimpinan yang diterapkan ini memungkinkan karyawan untuk membuat dan memunculkan ide-ide baru bagi perkembangan perusahaan. Dengan adanya hal-hal tersebut maka akan di analisis gaya kepemimpinan apa yang sebenarnya diterapkan oleh pemimpin perusahaan kosmetik.

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada perusahaan kosmetik, dapat diketahui bahwa gaya kepemimpinan memiliki peran penting dalam perusahaan. Masing-masing perusahaan memiliki pemimpin dengan gaya kepemimpinannya masing-masing. Gaya kepemimpinan yang cocok dan diterapkan dalam perusahaan akan mampu memberikan kepuasan bagi karyawan. Karyawan yang puas dengan pemimpin mereka akan memiliki kinerja yang lebih baik dan sebaliknya. Untuk itulah dalam proses keberhasilan suatu perusahaan, gaya kepemimpinan seorang pemimpin adalah sesuatu yang penting dan harus diperhatikan.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dipakai yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus ini dimaksudkan untuk mempelajari secara mendalam mengenai latar belakang keadaan dan posisi saat ini yang bersifat apa adanya. Dengan menggunakan metode kualitatif maka penelitian bisa menjadi lebih kritis dan empiris. Sumber data yang di gunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh atau

dikumpulkan secara langsung dari sumber data utama. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat up to date. Data primer harus dikumpulkan secara langsung, teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner (Aedi, 2010).

Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui wawancara. Wawancara dilakukan untuk mengidentifikasi dimensi gaya kepemimpinan yang diterapkan dalam perusahaan. Pada gaya kepemimpinan transformasional akan diidentifikasi dimensi-dimensi pembangunnya antara lain: idealized influence, inspirational motivation, intellectual stimulation, dan individual consideration. Pada gaya kepemimpinan transaksional akan diidentifikasi dimensi-dimensi pembangunnya antaran lain: contingent reward, management-by-expectation, laissez faire. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari sumber-sumber tercetak, dimana data tersebut telah dikumpulkan oleh pihak lain sebelumnya. Sumber data sekunder ini misalnya dari buku, laporan perusahaan, jurnal, internet dan sebagainya. (Wibisono, 2003). Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari company profile dari perusahaan yang diteliti.

Dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan metode pengumpulan data yaitu wawancara. Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan (Sugiyono, 2013). Data yang akan di peroleh berasal dari subjek langsung. Wawancara yang dilakukan bertujuan untuk mengumpulkan data terkait dengan gaya kepemimpinan yang diterapkan pada perusahaan kosmetik. Dalam penelitian ini, mula-mula akan ditanyakan pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian dari pertanyaan-pertanyaan itu akan diperdalam sehingga bisa di dapatkan keterangan yang lebih dalam. Selama proses wawancara berlangsung, pembicaraan akan direkam dengan menggunakan alat rekaman yang sudah disiapkan. Dari hasil rekaman tersebut juga akan dibuat transkripnya dalam bentuk tertulis. Wawancara akan dilakukan pada pemimpin dari perusahaan kosmetik, manajer, serta kepada karyawan pada perusahaan tersebut.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling. Nonprobability sampling adalah pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi (Sugiyono, 2012). Jenis nonprobability sampling yang digunakan adalah purposive sampling yang artinya teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012)

Pada penelitian ini validitas data menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber dipilih karena dengan adanya data dari sumber-sumber yang bervariasi, maka bisa didapatkan jawaban yang bervariasi dan lebih berkembang sehingga data yang didapatkan bisa lebih luas karena berasal dari sumber langsung yang memiliki latar belakang yang berbeda.

Triangulasi sumber dilakukan dengan cara melakukan pengambilan data melalui wawancara kepada sumber yang berbeda, kemudian data yang di dapatkan akan dibandingkan

antara sumber satu dan yang lainnya. Setelah dilakukan perbandingan, maka bisa dilihat apakah jawaban atau data yang diberikan setiap sumber konsisten. Bila data sumber satu dan yang lainnya konsisten, maka data tersebut dianggap valid.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Dimensi Gaya Kepemimpinan Transformasional

1. *Idealized influence*

Karakteristik ini menjelaskan bahwa pemimpin mampu menjadi panutan bagi pengikutnya dan menunjukkan moral yang baik serta prinsip-prinsip etika. terdapat dimensi pembangun dari *Idealized influence* yaitu:

a. Kharisma

Dari hasil wawancara yang dilakukan dapat dikatakan pemimpin berkharisma, karena terdapat indikasi bahwa pemimpin selalu konsisten terhadap sebuah keputusan yang telah disepakati bersama saat *meeting* dan tidak pernah mengganti keputusan yang telah dibuat. Pemimpin memiliki cara berkomunikasi yang baik kepada bawahannya sehingga mampu memberikan pengaruh yang baik bagi bawahannya. Selain itu ditemukan bahwa pemimpin adalah orang yang disegani oleh bawahan karena keramahan dan ketegasan yang ditunjukkan oleh pemimpin perusahaan kosmetik. Dari indikasi yang ditemukan maka bisa diartikan bahwa pemimpin perusahaan kosmetik berkharisma

b. Pemimpin yang kuat

Pemimpin perusahaan kosmetik dikatakan merupakan pemimpin yang kuat, hal tersebut diketahui dari adanya tanggung jawab pemimpin bagi perusahaan. Pemimpin perusahaan kosmetik merupakan orang yang bertanggung jawab bagi perusahaan dikarenakan sifatnya yang selalu mengejar *report* dari bawahannya dan memastikan bahwa setiap keputusan yang dibuat sudah terlaksana, selain bertanggung jawab, pemimpin yang kuat dalam hal ini dilihat dari semangat dari pemimpin tersebut. Pemimpin perusahaan kosmetik merupakan sosok yang memiliki semangat tinggi dalam bekerja. Menurut keterangan dari narasumber, pemimpin merupakan orang yang semangat walaupun ada tekanan dalam perusahaan yaitu masalah-masalah perusahaan. pemimpin juga selalu menunjukkan semangatnya saat berada di depan karyawannya. Dari adanya indikasi tersebut maka dikatakanlah bahwa pemimpin perusahaan kosmetik merupakan pemimpin yang kuat.

c. Percaya diri

Pemimpin perusahaan kosmetik merupakan pemimpin yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi, hal ini dapat dilihat dari sifat pemimpin yang tidak takut dalam mengambil resiko, yakin akan kemampuannya memimpin dan tidak pernah ragu-ragu dalam mengambil keputusan dan menjalankan suatu rencana yang sudah disepakati. Dengan adanya indikasi yang ditunjukkan, maka dapat diartikan bahwa pemimpin perusahaan kosmetik merupakan pemimpin yang percaya diri.

d. Fokus pada nilai-nilai

Dari hasil wawancara ditemukan pemimpin selalu menekankan kepada bawahannya untuk memperhatikan nilai-nilai. Pemimpin menekankan beberapa nilai dalam perusahaan yaitu

kepercayaan, loyalitas, dan kejujuran. Dalam perusahaan kosmetik, tiga hal inilah nilai-nilai yang ditekankan oleh pemimpin perusahaan, dan selalu di ingatkan setiap hari. Berdasarkan indikasi di atas dapat diartikan bahwa pemimpin perusahaan kosmetik adalah orang yang berfokus pada nilai-nilai yang terdapat dalam perusahaan

e. Misi

Menurut keterangan dari narasumber, pemimpin selalu mengingatkan baik langsung maupun melalui perantara manajer, agar karyawan selalu mengingat dan memperhatikan misi yang dimiliki oleh perusahaan yaitu untuk tetap berpartisipasi aktif dalam produk maupun jasa dalam mencerdaskan masyarakat tentang pentingnya tampil cantik dan sehat. Dari indikasi yang ditunjukkan maka dapat diartikan bahwa pemimpin perusahaan kosmetik, berfokus pada misi perusahaan

2. *Inspirational motivation*

Karakteristik ini mencerminkan bagaimana seorang pemimpin juga mampu menjadi seorang penyemangat bagi pengikutnya. Dimensi pembangun dari *inspirational motivation* antara lain:

a. Memberikan motivasi

Pemimpin perusahaan kosmetik adalah pemimpin yang memberikan motivasi bagi bawahannya, karena pemimpin selalu memberikan motivasi bagi karyawannya dengan memberikan semangat bagi karyawan setiap dilakukan *briefing*, berdasarkan keterangan dari karyawan perusahaan, pemimpin akan memberikan bandingan karyawan lain agar karyawan yang belum termotivasi bisa melakukan tugas dengan lebih baik lagi.

b. Menjadi Panutan

Pemimpin perusahaan kosmetik merupakan sosok pemimpin yang menjadi panutan bagi bawahannya. Hal ini dikarenakan bawahannya selalu melihat kerja keras pemimpin dan bagaimana pemimpin memberikan motivasi dan semangat bagi karyawan, selain itu pemimpin menjadi panutan karena sifatnya yang selalu cepat dalam menanggapi pekerjaan.

c. Antusiasme

Dalam wawancara dengan narasumber dikatakan bahwa pemimpin selalu menanggapi suatu hal, suatu gagasan dengan serius dan tidak meremehkan gagasan yang telah diberikan, selain itu, pemimpin selalu menanyakan atau melakukan *follow up* tentang tugas yang telah direncanakan sebelumnya, dengan menanyakan kemajuan dari tugas-tugas yang diberikan. Dengan adanya indikasi-indikasi tersebut dapat diartikan bahwa pemimpin perusahaan kosmetik, merupakan pemimpin yang antusias

d. Memberikan inspirasi pada pengikut

Pemimpin memberikan ide-ide baru dalam pekerjaan, memberikan ide-ide baru bagi pengikut, dan mengembangkan ide-ide mereka. Dari indikasi ini dapat diartikan bahwa pemimpin memberikan inspirasi pada pengikut.

e. Optimisme

Pemimpin dalam hal tugas yang diberikan selalu mengejar kemajuan dari tugas tersebut dan selalu yakin akan keberhasilan suatu rencana yang telah dibuat bersama, pemimpin juga menunjukkan optimismenya di depan bawahan dengan mengajarkan pada karyawan untuk tetap optimis di saat bawahan mulai pesimis juga memberikan dorongan pada

karyawan untuk tetap percaya pada diri sendiri dan tetap optimis. Dengan indikasi yang ditunjukkan maka dapat diartikan bahwa pemimpin perusahaan kosmetik merupakan seorang pemimpin yang optimis.

f. Menekankan komitmen untuk mencapai tujuan

Dalam wawancara dengan narasumber dikatakan bahwa pemimpin memberikan pesan-pesan mengenai komitmen dalam bekerja dan tetap berpegang pada nilai-nilai yang ada di dalam perusahaan. Pemimpin menekankan komitmen dalam bekerja merupakan salah satu hal yang bisa mewujudkan keberhasilan di dalam bekerja di dalam perusahaan. Dari indikasi yang ditunjukkan maka dapat diartikan bahwa pemimpin perusahaan kosmetik merupakan pemimpin yang memperhatikan komitmen dan menekankan komitmen setiap karyawan dalam pekerjaan.

g. Percaya diri

Dalam hasil wawancara dengan narasumber dikatakan bahwa pemimpin tidak takut dalam mengambil resiko, yakin akan kemampuannya memimpin dan tidak pernah ragu-ragu dalam mengambil keputusan dan menjalankan suatu rencana yang sudah disepakati. Dari indikasi yang ditunjukkan, maka dapat diartikan bahwa pemimpin perusahaan kosmetik merupakan pemimpin yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi

h. Ambisius

Pemimpin berambisi terhadap suatu tujuan atau target perusahaan akan diusahakan sedemikian rupa agar bisa tercapai, selain itu dalam keputusan yang sudah dibuat, pemimpin akan mengejar bawahan yang bertanggung jawab dalam menangani tugas tersebut, agar tugas tersebut segera diselesaikan dan terwujud. Dari indikasi tersebut dapat dikatakan bahwa pemimpin perusahaan adalah orang yang memiliki ambisi yang tinggi

3. *Intellectual stimulation*

Kepemimpinan transformasional membangkitkan kreativitas bagi pengikutnya, sehingga pengikutnya mampu memecahkan suatu masalah dengan cara yang berbeda. Terdapat dimensi pembangun dari *intellectual stimulation* yaitu

a. Inovatif

Dari hasil wawancara dengan narasumber, pemimpin perusahaan kosmetik, adalah pemimpin yang inovatif, hal tersebut diketahui dari ide-ide yang di sampaikan kepada bawahannya selama meeting terkait dengan produk yang lebih inovatif. Pemimpin selalu memberikan gagasan-gagasan yang berbeda dengan yang sebelumnya, namun juga memberikan karyawan kesempatan untuk mengembangkan gagasan yang telah disampaikan.

b. Kreatif dalam mengembangkan ide baru

Dari hasil wawancara dengan narasumber, pemimpin perusahaan kosmetik, adalah pemimpin yang kreatif, pemimpin sering memberikan gagasan atau ide-ide yang berbeda dan belum pernah ada sebelumnya, sehingga menciptakan sebuah ide baru dalam perusahaan terkait dengan produk, selain itu pemimpin juga menginspirasi bawahannya lewat ide-ide yang sering disampaikan.

4. *Individual consideration*

Pemimpin transformasional membimbing dan membantu mengembangkan kemampuan pengikutnya, pemimpin menjadi

penasihat, dan pelatih. Terdapat dimensi pembangun dari *individual consideration* yaitu

a. Memberikan bimbingan

Pemimpin perusahaan kosmetik, adalah jenis pemimpin yang mau memberikan bimbingan pada bawahannya. Pemimpin memberikan bimbingan kepada bawahannya melalui *briefing* yang dilakukan di pagi hari, pemimpin akan memberikan bimbingan dalam bentuk nasihat-nasihat tentang bagaimana seharusnya tugas tersebut dilakukan.

b. Memberikan nasihat

Pemimpin perusahaan kosmetik adalah pemimpin yang memberikan nasihat-nasihat bagi bawahannya, pemimpin memberikan nasihat selama dilakukan *briefing*. Setelah dilakukan evaluasi pekerjaan maka nasihat akan diberikan dalam rangka untuk mengatasi kendala-kendala yang terjadi sehingga tidak terulang.

c. Pemberdayaan karyawan

Pemimpin perusahaan kosmetik memberdayakan karyawan. hal ini terbukti karena pemimpin memberikan hak kepada bawahannya untuk memutuskan sendiri suatu hal yang harus ditangani. Pemimpin memberikan hak bila karyawan bisa menyelesaikan tugas itu sendiri, namun bila karyawan kesulitan dan tidak bisa menanganinya langsung, baru keputusan melalui pemimpin dulu yang dilakukan.

Identifikasi Dimensi Gaya Kepemimpinan Transaksional

1. *Contingent Reward*

Menjelaskan tentang transaksi dan pertukaran antara atasan dan bawahan. Bila karyawan mampu mencapai tujuan organisasi maka akan diberikan penghargaan dari atasan. Terdapat dimensi dari *contingent reward* yaitu:

a. Pengakuan terhadap kinerja

Dalam hal pengakuan kinerja, Pemimpin perusahaan kosmetik memberikan pengakuan kinerja. Terbukti dari pemimpin yang selalu memberikan pujian bagi bawahannya bila berhasil melakukan suatu tugas yang diberikan, biasanya terkait dengan target penjualan dan semacamnya. Selain itu, dengan mengadakan pemberian penghargaan bagi karyawan yang memiliki kedisiplinan yang baik selama bekerja pemimpin juga secara tidak langsung mengakui kinerja karyawan

b. Memberikan imbalan

Pemimpin perusahaan kosmetik adalah pemimpin yang memberikan imbalan bagi bawahannya. Pemimpin memberikan imbalan kepada bawahannya dalam beberapa bentuk, yaitu pujian, imbalan berupa uang, dan kadang berupa barang atau produk perusahaan itu sendiri.

2. *Active Management by expectation*

Pemimpin melakukan pengawasan terhadap kinerja dari bawahan

a. Pemimpin melakukan pengawasan langsung

Dalam hal melakukan pengawasan langsung, pemimpin perusahaan tidak melakukan pengawasan secara langsung pada bawahan-bawahannya. Hal tersebut dikarenakan mobilitas pemimpin sehingga tidak bisa melakukan pengawasan secara langsung. Pemimpin melakukan pengawasan melalui manajer-manajernya, melalui telepon dan sosial media yang digunakan.

b. Pemimpin memberikan evaluasi kerja secara langsung

Pemimpin perusahaan kosmetik merupakan pemimpin yang tidak selalu memberikan evaluasi kerja. Hal tersebut bisa dibuktikan dengan manajer yang sering memberikan evaluasi kerja. Pemimpin jarang memberikan evaluasi kerja dikarenakan kesibukan yang dilakukan pemimpin.

3. *Passive Management by Expectation*

Lebih berfokus pada pemecahan masalah saja

a. Pemimpin Tidak melakukan pengawasan secara ketat

Pemimpin perusahaan adalah pemimpin yang tidak melakukan pengawasan secara ketat, pemimpin hanya melakukan pengawasan dari jauh melalui laporan yang diberikan oleh manajer saja dan tidak melakukan pengawasan langsung dilapangan.

b. Tidak memberikan Kritik

Pemimpin perusahaan kosmetik adalah pemimpin yang suka memberikan kritik terhadap kerja bawahannya. Pemimpin merupakan orang yang tegas dalam memberikan kritik. Pemimpin sering memberi kritik bila karyawan melakukan kerja tidak sesuai dengan apa yang tugaskan oleh pemimpin.

4. *Laissez Faire*

Pemimpin yang menghindari keterlibatan dalam pengambilan keputusan terkait isu-isu penting perusahaan

a. Pemimpin menghindari keterlibatan dalam pengambilan keputusan penting

Dalam hal menghindari pengambilan keputusan, pemimpin perusahaan kosmetik merupakan pemimpin yang tidak pernah menghindari pengambilan keputusan penting yang harus segera dibuat. Hal tersebut dapat dibuktikan dari cara pemimpin yang selalu mengerjakan segala sesuatu tanpa menunda bahkan menghindari. Dalam perusahaan dibudayakan apa yang terjadi sekarang harus segera dilaksanakan

b. Pemimpin menunda pengambilan keputusan penting

Pemimpin perusahaan kosmetik adalah pemimpin yang tidak pernah menunda pengambilan keputusan penting, bila ada keputusan yang harus diselesaikan maka akan segera diputuskan dan diselesaikan. Pemimpin membudayakan apa yang terjadi sekarang dalam perusahaan, harus segera dilaksanakan sekarang dan pemimpin akan selalu mengejar apa yang sudah diputuskan.

IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, dari dua gaya kepemimpinan yang di teliti yaitu gaya kepemimpinan transformasional dan transaksional, menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan yang diterapkan pada perusahaan kosmetik adalah gaya kepemimpinan transformasional. Hal itu diketahui dengan dipenuhinya semua dimensi dari gaya kepemimpinan transformasional yaitu *idealized influence, inspirational motivation, intellectual stimulation*, dan *individual consideration*, sedangkan dimensi dari gaya kepemimpinan transaksional tidak semuanya terpenuhi. Dimensi gaya kepemimpinan transaksional yang tidak terpenuhi adalah pengawasan secara langsung, tidak memberikan kritik, menghindari keputusan penting, menunda pengambilan

keputusan penting, dimensi-dimensi tersebut adalah dimensi daripada gaya kepemimpinan transaksional yang tidak dipenuhi oleh pemimpin perusahaan kosmetik. Oleh karena itu disimpulkan bahwa dari dua gaya kepemimpinan yang di teliti, yang cenderung diterapkan oleh pemimpin perusahaan adalah gaya kepemimpinan transformasional.

Gaya kepemimpinan transformasional yang diterapkan pada perusahaan kosmetik ini menjadikan karyawan terinspirasi oleh pemimpin dan memiliki panutan dalam bekerja, dengan adanya pemimpin yang kreatif maka memicu karyawan untuk mengemukakan ide-ide baru bagi perusahaan, selain itu pemimpin juga memberikan semangat dan motivasi bagi karyawan untuk bekerja lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aedi, N. (2010). *Pengolahan dan Analisis Data Hasil Penelitian*. Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia
- Crossan, M, D Mazutis, G Seijets, i J Gandz. »Developing leadership Character in Business Programs.« *Academy of Management Learning & Education*, 2013.
- Belias, D., & Koustelios, A. (2014). *Leadership And Job Satisfaction - A Review*. *European Scientific Journal*, 24-46.
- Hariandja, T. M. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hilaire, F. S. (2008). *Leadership Theories: Toward a Relational Model*. Laval University.
- Klenke, K. (2008). *Qualitative Research in the Study of Leadership*. Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- McCleskey, J. A. (2014). *Situasional, Transformational, and Transactional Leadership and Leadership Development*. *Journal of Business Studies Quarterly*, 5 (4), 117-130.
- Nagara, R. (2014, September 29). *Pentingnya Keterlibatan Karyawan Untuk Mencapai Tujuan*. Retrieved from <http://getilo.com/id/pentingnya-keterlibatan-karyawan-untuk-mencapai-tujuan/>
- Naile, I., & Selesho, J. M. (2014). *The Role of Leadership in Employee Motivation*. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5 (3), 175-182.
- Nedovic, M., Sudaric, Z., Ivankovic, D. (2013). *Leadership Skills In To Increase Employee Effeiciency*. *European Scientific Journal*, 4, 85-90
- Pawito, Ph.D. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Radovanovic, V., & Savic, L. (2013). *Leadership and Motivation - Holders of Business Success*. *Metalurgia International*, XVIII (3), 197-201.
- Rachmawati, I. N. (2007). *Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara*. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11 (1), 35-40.
- Samad, A., Reaburn, P., Davis, H., & Ahmed, E. (2015). *Towards and Understanding of the Effect of Leadership on Employee Wellbeing and Organizational Outcomes*

in Australians Universities. *The Journal of Developing Areas*, 49 (6), 442-448.
Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan*

Alfabeta.

Wibisono, D. (2003). *Riset Bisnis Panduan bagi Praktisi dan Akademisi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: CV.
Alfabeta
Sugiyono. (2013). *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: