



Servant Leadership Style "Implementation of Servant Leadership at Starbucks Corporation (Starbucks Coffee Company)"

Fadilatul Umah^{1*}, M.Arie Yudha F², Antoni Ahmad Nufal³, Intan Purnomo⁴
Mochammad Isa Anshori⁵

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Trunojoyo Madura

Corresponding Author: Fadilatul Umah fadilatulummah7@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Servant Leadership, Organization, Starbucks

Received : 21, Maret

Revised : 23, April

Accepted: 25, Mei

©2024 Umah, Yudha F, Nufal, Purnomo, Anshori: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This research aims to explain the concept of servant leadership and illustrate how this approach can build a sustainable organization and have a positive impact. The research method used is literature study by examining academic articles, journals, books and other relevant sources. The purpose of this article is to find out the servant leadership style at Starbucks, as the largest coffee company. The results of the analysis show that servant leadership emphasizes the importance of creating a wider positive impact on society and the environment. Servant leaders consider the social, economic, and environmental implications of their decisions and actions. Servant leadership can help organizations respond with flexibility to changes that occur in a dynamic business environment.

Gaya Kepemimpinan Melayani “Implementasi Kepemimpinan Melayani pada Starbucks Corporation (Starbucks Coffee Company) ”

Fadilatul Umah^{1*}, M.Arie Yudha F², Antoni Ahmad Nufal³, Intan Purnomo⁴

Mochammad Isa Anshori⁵

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Trunojoyo Madura

Corresponding Author: Fadilatul Umah fadilatulummah7@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Kepemimpinan Yang Melayani, Organisasi, Starbucks

Received : 21, Maret

Revised : 23, April

Accepted: 25, Mei

©2024 Umah, Yudha F, Nufal, Purnomo, Anshori: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan konsep kepemimpinan yang melayani dan menggambarkan bagaimana pendekatan ini dapat membangun organisasi yang berkelanjutan dan berdampak positif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur dengan mengkaji artikel- artikel akademik, jurnal, buku, dan sumber-sumber lain yang relevan. Tujuan dari artikel ini ialah untuk mengetahui gaya kepemimpinan melayani pada Starbuck, sebagai Perusahaan kopi terbesar. Hasil analisis menunjukkan bahwa kepemimpinan yang melayani menekankan pentingnya menciptakan dampak positif yang lebih luas lagi bagi masyarakat dan lingkungan. Pemimpin yang melayani mempertimbangkan implikasi sosial, ekonomi, dan lingkungan dari keputusan dan tindakan mereka. Kepemimpinan yang melayani dapat membantu organisasi merespon dengan fleksibilitas terhadap perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis yang dinamis.

PENDAHULUAN

Dikutip dalam jurnal Asnawi Sajlan (1996) menurut Stoner, (1996 : 161) Berdasarkan definisi Stoner dan Yukl, G., serta pandangan umum para peneliti, kepemimpinan dapat diartikan sebagai suatu proses yang melibatkan pengaruh sosial dari seorang individu terhadap individu atau kelompok lainnya, dengan tujuan untuk mengarahkan dan mempengaruhi aktifitas yang berkaitan dengan pekerjaan dalam kelompok atau organisasi. Kepemimpinan juga melibatkan seni dalam memberikan instruksi yang baik dan jelas agar terjalin komunikasi yang efektif di antara anggota kelompok. Di samping itu juga ada hal-hal yang membingungkan karena adanya penggunaan istilah lain seperti kekuasaan, wewenang, manajemen, administrasi, pengendalian, dan supervise yang juga menjelaskan hal yang sama dengan kepemimpinan, dalam hal ini menyebutkan bahwasannya pemimpin adalah sebuah seni dalam memerintah ataupun memberikan instruksi yang baik dan jelas agar terjalin komunikasi yang baik. "kepemimpinan" dapat diartikan sebagai suatu proses sosial di mana seorang individu mempengaruhi individu atau kelompok lainnya untuk mencapai tujuan bersama. Kepemimpinan melibatkan kemampuan untuk memotivasi dan mengarahkan orang lain, serta membangun hubungan yang baik di antara anggota kelompok atau organisasi." (Gary Yukl - Tahun 2013).

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kepemimpinan

Definisi kepemimpinan menurut Tead, Terry, dan Hoyt (dalam Kartono, 2003) adalah sebuah kegiatan atau seni untuk mempengaruhi orang lain agar mau bekerja sama dalam mencapai tujuan bersama, yang didasarkan pada kemampuan seseorang untuk membimbing orang lain. Saya sependapat bahwa istilah kepemimpinan seringkali memiliki konotasi yang berbeda-beda dan konteks-dependen. Meskipun demikian, saya tidak setuju bahwa istilah kepemimpinan memiliki arti yang mendua. Kepemimpinan secara umum mengacu pada kemampuan seseorang untuk memimpin dan mempengaruhi orang lain dalam mencapai tujuan bersama. Oleh karena itu, penting untuk mendefinisikan kembali konsep kepemimpinan secara tepat dan konsisten agar dapat digunakan dengan jelas dan konsisten dalam konteks tertentu. Hal ini akan membantu pengembangan teori dan praktik kepemimpinan yang lebih efektif dan berkelanjutan. Dikutip dari jurnal Yudawan, A., Baraba, R., (2022) menurut McShane & Glinow (2010), menjelaskan bahwa kepemimpinan melibatkan proses memengaruhi, memotivasi, dan memberdayakan orang lain untuk berkontribusi dalam mencapai efektivitas dan keberhasilan organisasi. Dalam hal ini, pemimpin harus mampu memotivasi anggota tim untuk mencapai tujuan bersama dan memfasilitasi partisipasi mereka dalam mencapai tujuan tersebut. Sementara itu, Colquitt, LePine, & Wesson (2011) mendefinisikan kepemimpinan sebagai penggunaan kekuasaan dan pengaruh untuk mengarahkan aktivitas pengikut ke arah pencapaian tujuan, dikutip dari Sugiyanto, S., & Ruknan, R. (2020). Dalam hal ini, pemimpin harus mampu menggunakan kekuasaan dan pengaruhnya secara efektif untuk memotivasi dan mengarahkan anggota tim dalam mencapai tujuan organisasi.

Beberapa pakar mengelompokkan pendekatan dalam kepemimpinan menjadi lima kelompok, yaitu trait approach, behavioral approach, contingency approach, transformational approach, dan emerging approach (Kreitner & Kinicki, 2010), dalam jurnal Yusuf, M. (2022). Sedangkan McShane & Glinow (2010) melihat kepemimpinan dari perspektif competency, behavioral, contingency, transformational, dan implicit.

Dikutip dari dalam jurnal Prasetyono, H., Ramdayana, I. P., & Estiningsih, W. (2020). Menurut Gibson, Ivancevich, Donnelly & Konopaske (2012) mengemukakan bahwa kerangka kerja dalam mempelajari kepemimpinan dapat ditarik dari hubungan antara ciri atau sifat pemimpin, perilaku pemimpin, dan variabel situasional untuk mendapatkan hasil yang efektif. Kerangka kerja tersebut menunjukkan bahwa sifat pemimpin memengaruhi perilaku pemimpin.

Mochammad Isa Anshori mengutip Liden dan koleganya (2008) yang menjelaskan empat dimensi kepemimpinan yang melayani, yaitu kesadaran diri, kepedulian terhadap bawahan, kepedulian terhadap kepentingan organisasi, dan kepedulian terhadap masyarakat. Ini menekankan pentingnya pemahaman diri, perhatian terhadap kebutuhan bawahan, kesadaran akan kepentingan organisasi, dan tanggung jawab terhadap masyarakat secara luas dalam kepemimpinan yang melayani. Dimensi-dimensi ini memberikan kerangka kerja yang lebih rinci tentang aspek-aspek kunci yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin yang melayani.

Kepemimpinan Melayani

Kepemimpinan yang melayani (servant leadership) adalah suatu pendekatan kepemimpinan di mana pemimpin mengutamakan pelayanan kepada para karyawan dan anggota timnya. Pemimpin yang menerapkan pendekatan ini berfokus pada kebutuhan, kepentingan, dan perkembangan karyawan sebagai prioritas utama. Servant Leadership merupakan kepemimpinan yang membahas masalah etika, pengalaman pelanggan, dan keterlibatan karyawan sambil menciptakan budaya organisasi yang unik, di mana pemimpin dan pengikut bersatu untuk mencapai tujuan organisasi tanpa kekuasaan posisional atau otoritatif. Karyawan dipandang sebagai salah satu aset terbesar organisasi. Mempertahankan karyawan yang setia dan produktif, meningkatkan laba menjadi tantangan bagi para pimpinan, serta mendorong untuk memahami keterlibatan karyawan. Carter & Baghurst (2013)

Servant Leadership merupakan kepemimpinan yang membahas masalah etika, pengalaman pelanggan, dan keterlibatan karyawan sambil menciptakan budaya organisasi yang unik, di mana pemimpin dan pengikut bersatu untuk mencapai tujuan organisasi tanpa kekuasaan posisional atau otoritatif. Karyawan dipandang sebagai salah satu aset terbesar organisasi. mempertahankan karyawan yang setia dan produktif, meningkatkan laba menjadi tantangan bagi para pimpinan, serta mendorong untuk memahami keterlibatan karyawan. Servant Leadership didasarkan pada premis bahwa pemimpin yang paling mampu memotivasi pengikut adalah pemimpin yang tidak maksimal dalam memuaskan kebutuhan mereka sendiri, dan sebagian besar memprioritaskan untuk pemenuhan kebutuhan pengikutnya. Jadi dapat

disimpulkan bahwa servant leadership adalah seorang pemimpin yang lebih mengarahkan kepada sikap, etika, dan budaya organisasi yang lebih baik. Contohnya: mentaati peraturan dalam kantor yang diantaranya mentaati aturan jam kerja dan cara berpakaian. (Baghust, 2013) (Placeholder2), Greenleaf: Liden et al (2014).

MacArthur (2010) seorang pemimpin yang baik harus memiliki karakter seperti kredibilitas, integritas, komitmen, kerendahhatian, dan jiwa kompetensi yang baik serta disiplin yang kuat. Karakter ini menunjukkan bahwa seorang pemimpin dituntut bukan cuma secara logika atau intelektual yang mantap tetapi bagaimana hal tersebut termanifestasi di dalam hidup yang integral. Terdapat kesatuan integritas antara kebenaran yang dipahami dengan kebenaran yang dijalankan. Sebagaimana yang dikatakan MacArthur bahwa pemimpin ideal adalah pemimpin yang dapat mendorong orang lain untuk meneladaninya. Dia berwibawa, hidup benar dan layak untuk diteladani. Gaya kepemimpinan yang dilakukan oleh pemimpin dapat menentukan keberhasilan atau bahkan kegagalan dalam suatu organisasi. Hal tersebut merupakan fakta lapangan karena gaya kepemimpinan mempengaruhi kinerja para anggota, kepuasan kerja para anggota, motivasi kerja pegawai, dan budaya organisasi (Muhajir, 2014; Nugraha Y. A., 2016; Mufidah, Issroviatiningrum, & Sari, 2018). (Sendjaya, 2015) (Tyas, 2021) (Nugraha, 2016) (Mazarei,2013) (Adityawan, 2022)

Mazarei et al (2013) mengatakan bahwa teori servant leadership sebagai gaya etis yang efektif dalam kepemimpinan dan manajemen serta sangat penting di antara beberapa gaya kepemimpinan dan bisa dianggap sebagai salah satu gaya yang ideal dalam menghasilkan sumber daya manusia yang dapat diandalkan. Angga Ferdinanto (2021), servant leadership atau kepemimpinan melayani pasti digunakan oleh seorang pemimpin untuk berhubungan dengan pegawainya. Seperti pada pembahasan sebelumnya mengenai perilaku pemimpin dengan sikap servant yang memiliki kriteria membentuk konsep, memulihkan emosi, mengutamakan pengikut, membantu pengikut untuk tumbuh dan sukses dimana kriteria tersebut berkaitan dengan pegawai dan tidak berkaitan kepada pelanggan secara langsung. Seorang pemimpin dengan gaya servant leadership dapat menumbuhkan komitmen organisasi sehingga pegawai dapat meningkatkan kinerjanya. Peningkatan pegawai tersebut diharapkan akan memberi dampak pada peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai.

Dalam penelitian terbaru tentang servant leadership style, Adityawan Widi Retmono (2022) menunjukkan Salah satu hal terpenting yang harus diperhatikan adalah bagaimana seorang pemimpin menerapkan kepemimpinan terhadap bawahannya. Pemimpin yang berorientasi pada pelayanan dilakukan secara tulus dan bukan untuk mencari pujian atau penghormatan diri. Sikap melayani terutama ditujukan untuk mereka yang paling membutuhkan pelayanan, sehingga seorang servant leader akan lebih mampu mengarahkan bawahan untuk bekerja lebih baik. Seorang servant leader harus mampu memberikan teladan bagi bawahan. Buku-buku yang berisi hanya berupa teori dan panduan saja tidak dapat secara langsung membangun suatu budaya organisasi pada karyawan, sehingga pemimpin yang memberi teladan,

menganjurkan bawahannya untuk melakukan apa yang diteladaninya, dan kemudian mewajibkan mereka mengikuti teladan itu, akan lebih efektif bagi pengembangan budaya profesional dalam organisasi.

Dalam konteks implementasi kepemimpinan yang melayani, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi. Salah satunya adalah kesulitan mengubah budaya organisasi yang sudah mapan. Mengubah budaya organisasi yang telah ada dan memperkenalkan paradigma baru membutuhkan komitmen dan ketekunan yang kuat dari pemimpin dan anggota organisasi. Selain itu, pengukuran keberhasilan kepemimpinan yang melayani juga menjadi tantangan karena sifatnya yang abstrak dan sulit diukur secara kuantitatif. Sekarang ini sangat sulit ditemukan pemimpin dengan pendekatan melayani. Sebagian besar pemimpin berpandangan bahwa menjadi seorang pemimpin seharusnya memiliki kuasa untuk mengatur dan mengendalikan. Permasalahan tersebut menjadikan *servant leadership* menjadi relevan untuk dibahas sebagai pembelajaran karena pemimpin dengan gaya melayani lebih mengutamakan dan mendahulukan kepentingan serta aspirasi orang lain daripada kepentingan pribadinya (Sendjaya 2015 dalam jurnal Angga Ferdinanto 2021)

Studi literatur yang dilakukan oleh Mochammad Isa Anshori mengungkapkan pentingnya kepemimpinan yang melayani dalam konteks era bisnis yang berkembang. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ditemukan beberapa temuan menarik terkait dampak positif kepemimpinan yang melayani terhadap motivasi, kinerja, kepuasan kerja, dan komitmen organisasional bawahan. Dalam penelitian tersebut, ditemukan bahwa pemimpin yang melayani dengan fokus pada kebutuhan dan kepentingan bawahan dapat menciptakan lingkungan kerja yang mendukung dan memotivasi bawahan untuk memberikan yang terbaik.

METODOLOGI

Pada penelitian ini objek data yang dicari oleh peneliti adalah dengan mencari literatur- literatur yang sesuai dengan permasalahan yang diangkat. Peneliti mencari data dalam menjawab permasalahan yang diangkat dengan membaca berbagai referensi yang sesuai. Penelitian kepustakaan merupakan penelitian ini merupakan jenis penelitian pustaka (*library research*), yang melibatkan serangkaian kegiatan untuk mengumpulkan dan memproses informasi dari berbagai sumber pustaka seperti buku, jurnal ilmiah, majalah, koran, dan dokumen lainnya. Metode penelitian ini tidak melibatkan observasi atau wawancara dalam perolehan data. Jurnal Ilmiah menelaah terhadap data-data pustaka yang dapat memberikan solusi atau jawaban terkait dengan masalah yang diteliti. Melalui penelitian pustaka dapat memberi hasil dari apa yang dicari melalui sumber-sumber data yang digunakan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Starbucks Corporation (Starbucks Coffee Company)

Starbucks didirikan di Seattle pada tahun 1971, dan menjadi salah satu perusahaan paling terkenal dan paling cepat berkembang di dunia (IBS Center for Management Research, 2005). Perusahaan ini mulai berkembang pesat pada akhir 1980-an dan 1990-an. Pada awal 2000-an, ada hampir 9.000 gerai Starbucks di seluruh dunia. Starbucks memasuki abad ke-21 dengan tujuan meningkatkan nilai pemegang saham melalui konsolidasi posisinya di pasar yang matang dan meningkatkan margin dengan meningkatkan volume penjualan kopi premium. Saat ini, Starbucks adalah perusahaan kedai kopi terbesar di dunia, dengan 23.571 lokasi ritel pada kuartal pertama 2016. Secara luas diyakini bahwa kesuksesan dan pertumbuhan perusahaan yang cepat sebagian besar dapat dikaitkan dengan tenaga kerjanya yang berkomitmen dan termotivasi.

Starbucks Corporation (Starbucks Coffee Company) menggunakan struktur organisasinya untuk memfasilitasi pengembangan bisnis dan kepemimpinan dalam industri kopi global. Sebagai rantai kedai kopi terbesar di dunia, perusahaan mempertahankan kepemimpinan industrinya sebagian melalui kesesuaian struktur perusahaannya. Struktur organisasi atau perusahaan perusahaan memengaruhi semua bidang bisnis, termasuk manajemen dan kepemimpinan, komunikasi, strategi dan manajemen perubahan, dan variabel lain yang penting untuk kesuksesan bisnis. Starbucks berkembang untuk memastikan bahwa struktur organisasinya sesuai dengan kebutuhan bisnis saat ini [1]. Misalnya, perusahaan menyesuaikan struktur perusahaannya setelah memperluas bisnisnya melalui akuisisi perusahaan lain. Penyesuaian tersebut membuat struktur organisasi Starbucks Corporation khusus untuk kebutuhan bisnis [2].

Starbucks Coffee Company mendukung keunggulan kompetitifnya melalui karakteristik struktur perusahaannya. Keunggulan kompetitif ini sangat penting untuk berinteraksi dengan lingkungan industri, yang melibatkan kekuatan persaingan yang kuat. Melalui desain dan pengembangan struktur organisasinya yang efektif, Starbucks Corporation terus tumbuh meskipun ada tekanan persaingan dari perusahaan-perusahaan ini di pasar internasional.

Peneliti menjadikan Starbucks sebagai obyek penelitian. Starbucks memiliki program CSR berupa tanggung jawab sosial kepada masyarakat dan lingkungan. Biasanya karyawan dengan kategori OCB banyak dijumpai di perusahaan atau organisasi nirlaba. Sedangkan Starbucks sendiri merupakan perusahaan yang berorientasi pada keuntungan yang memiliki program OCB. Budaya organisasi Starbucks Coffee adalah budaya rasa memiliki, inklusi, dan keberagaman. Perpaduan karakteristik budaya penting perusahaan bersifat eksklusif dan spesifik dengan sifat bisnis jaringan kedai kopinya [8]. Situasi budaya internal melalui program pengembangan sumber daya manusia perusahaan dan interaksi barista dengan pelanggan. Berkaitan dengan hal tersebut, ciri-ciri utama budaya perusahaan Starbucks adalah Kepemimpinan yang melayani, Pendekatan yang digerakkan oleh hubungan, dan Inklusi dan keragaman.

Starbucks adalah salah satu perusahaan dengan struktur dan budaya organisasi yang unik. Dalam hal ini, karyawan memiliki kode berpakaian tertentu berdasarkan berbagai jabatannya. Selain itu, karyawan diperbolehkan mengenakan gaun, rok, celana pendek, dan celana dengan berbagai warna seperti hitam, khaki, coklat, biru tua, dan abu-abu. Namun, celemek hijau tetap menjadi pakaian inti yang harus selalu diperhatikan karyawan saat bekerja.

Gaya Kepemimpinan Melayani Starbucks Corporation (Starbucks Coffee Company)

Gaya manajerial Howard Schultz di Starbucks dikagumi dan dianalisis oleh banyak pakar. Sebagai CEO (CEO) perusahaan, dia menerapkan kepemimpinan yang melayani secara efisien untuk memberdayakan para pengikutnya. Praktik ini menghasilkan budaya positif yang terus mendorong kinerja perusahaan. Kepemimpinan yang melayani adalah pendekatan ampuh yang mendukung model bisnis Starbucks. Gaya manajerial ini telah ditambah dengan budaya organisasi yang ada. Pemimpin membimbing dan membimbing karyawannya untuk memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Konsumen juga diperhatikan dan diberdayakan dengan menggunakan produk dan layanan berkualitas tinggi (Ng, Choi, & Soehod, 2016). Prinsip-prinsip utama yang dipamerkan di perusahaan ini antara lain empati, komitmen terhadap kebutuhan karyawan, pengembangan, kesadaran, keterbukaan, dan kepekaan. Atribut tersebut diterapkan secara efisien untuk memenuhi permintaan karyawan dan pelanggannya.

Konsep keterbukaan memudahkan Starbucks mencapai tujuannya. Organisasi ini memperkenalkan forum terbuka beberapa tahun lalu untuk meningkatkan tingkat komunikasi antara karyawan dan manajer. Praktik ini menciptakan lingkungan terbaik untuk memotivasi pekerja dan mendorong kreativitas (Ng et al., 2016). Hal ini juga mendorong karyawan untuk menggunakan kompetensi mereka untuk mendukung perubahan kebutuhan pelanggan yang berbeda. Prinsip lain yang dianggap serius di perusahaan ini adalah kolaborasi. Karyawan dan manajer berkomunikasi secara efisien, berbagi ide, dan membuat keputusan berdasarkan bukti (Ng et al., 2016). Pekerja didorong untuk mengajukan pertanyaan dan mengidentifikasi sumber daya baru yang dapat menambah nilai bagi pelanggan sasaran. Akibatnya, Starbucks terus mencapai sebagian besar tujuan bisnisnya. Starbucks mendapatkan respek tidak hanya karena menjadi jaringan kedai kopi terbesar di dunia, namun juga karena menciptakan budaya keterbukaan dan mengutamakan karyawan. Berdasarkan keyakinan kuat mereka tentang pentingnya keterlibatan karyawan dalam membangun bisnis yang sukses dan organisasi yang langgeng, penting bagi para eksekutif puncak di Starbucks untuk menanamkan budaya kepemimpinan yang melayani. Pada akhirnya, mereka tahu bahwa "cara Anda memperlakukan orang-orang Anda adalah cara mereka memperlakukan pelanggan Anda" (Greenleaf, 2015).

Northouse menjelaskan daftar karakteristik untuk mencontohkan perilaku pemimpin yang melayani (mengkonseptualisasikan, menyembuhkan emosi, mengutamakan pengikut, membantu pengikut tumbuh dan sukses, berperilaku etis, memberdayakan, dan menciptakan nilai bagi komunitas). Meskipun budaya organisasi Starbucks Coffee memiliki sejumlah karakteristik utama yang unik bagi perusahaan, namun karakteristik tersebut sama dengan karakteristik yang tercantum dalam Northouse. Perusahaan menggambarkan budaya organisasinya sebagai, “budaya kepemilikan, inklusi, dan keberagaman.” Dalam hal ini, ciri-ciri utama budaya organisasi Starbucks adalah sebagai berikut:

1. Kepemimpinan yang Melayani “mengutamakan karyawan” (Pemimpin, manajer, dan penyelia menekankan dukungan bagi bawahan untuk memastikan bahwa setiap orang tumbuh di perusahaan)
2. Pendekatan berbasis hubungan (Budaya yang mendukung hubungan yang hangat dan bersahabat)
3. Kolaborasi dan komunikasi (Mendorong upaya kolaboratif melalui komunikasi yang efektif)
4. Keterbukaan (Membuka forum untuk mendorong pegawai bertanya dan berkomunikasi dengan atasan. Memberdayakan pegawai dan memfasilitasi inovasi)
5. Inklusi dan Keberagaman (Kebijakan anti-diskriminasi yang membentuk budaya organisasi. Kebijakan ini memfasilitasi pertukaran dan hubungan baik antar karyawan, serta inovasi berdasarkan ide-ide yang beragam).

Starbucks Corporation memiliki metode kepemimpinan yang melayani, yang merupakan perilaku budaya organisasi perusahaan yang ada di antara para pemimpin, termasuk pemimpin perusahaan. dan pemimpin tim. Dengan pendekatan ini, pemimpin, manajer, dan supervisor menekankan dukungan kepada bawahan untuk memastikan setiap karyawan tumbuh di perusahaan. Karakteristik budaya perusahaan Starbucks ini diterjemahkan menjadi pendekatan yang mengutamakan karyawan. Perusahaan menyoroti pertimbangan merawat karyawan sebagai cara untuk meningkatkan moral karyawan dan kepuasan pelanggan.

Salah satu aspek utama perusahaan adalah merangkul kepemimpinan yang melayani, yang sesuai dengan keyakinan peneliti bahwa efisiensi di perusahaan dapat diwujudkan dengan mudah melalui aspek ini . Selain itu, perusahaan merangkul kolaborasi dan komunikasi di antara karyawan, yang merupakan fitur penting dari kerja sama tim. Melalui tujuan budaya perusahaan ini, Starbucks dapat memfasilitasi berbagi informasi dan hubungan positif antar karyawan, serta inovasi berdasarkan beragam ide. Ide ini mendukung motivasi karyawan dan membantu retensi karyawan. Aspek budaya organisasi perusahaan ini juga membuat pelanggan merasa diterima dan betah bahkan ketika mereka jauh dari Starbucks.

Penerapan kepemimpinan pelayan di Starbucks memberikan beberapa hasil. Pertama, perusahaan telah membangun budaya organisasi positif yang memberdayakan karyawan dari berbagai latar belakang. Pencapaian ini menjelaskan mengapa laba korporasi meningkat secara signifikan dalam dua dekade terakhir (Ingram, 2016). Kedua, Starbucks telah mengubah budaya organisasinya dengan memperkenalkan kebijakan dan program unggul yang dapat meningkatkan kinerja. Hubungan yang terjalin antara Starbucks dan pemangku kepentingannya telah menciptakan lingkungan kerja terbaik (Gelles, 2018). Perusahaan telah berhasil membuka toko baru di berbagai belahan dunia dalam waktu singkat. Hal ini merupakan indikasi jelas bahwa gaya kepemimpinan yang ditunjukkan dalam korporasi adalah efisien.

Masyarakat juga mendapat manfaat yang signifikan dari model kepemimpinan di atas. Gelles (2018) menunjukkan bahwa banyak karyawan yang dipekerjakan dari berbagai daerah. Starbucks juga fokus pada inisiatif terbaik untuk meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Pendekatan ini telah menghasilkan produksi produk dan layanan unggul yang memenuhi kebutuhan setiap pelanggan. Perusahaan juga memberikan beasiswa dan layanan medis kepada anggota masyarakat yang berbeda (Ingram, 2016). Oleh karena itu, organisasi yang ingin menjadi sukses harus mempertimbangkan sebagian besar pendekatan atau praktik ini.

Penerapan gaya kepemimpinan *Servant Leadership* ini bertujuan untuk menciptakan suasana kerja yang menyenangkan. Kepemimpinan yang melayani ini diharapkan dapat menumbuhkan tanggung jawab karyawan pada pekerjaan atau tanggung jawabnya. Perilaku tersebut diharapkan dapat memperkecil perasaan tertekan terhadap tuntutan. Karyawan diharapkan dapat bekerja dengan produktif dan loyal pada perusahaan. Dengan begitu para karyawan dapat bekerja dengan nyaman diperusahaan tersebut. Adanya pemimpin yang loyal, membuat karyawan merasa dihargai dan semakin semangat untuk mengerjakan kinerja atau tanggung jawabnya tersebut.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Servant leadership atau kepemimpinan melayani adalah suatu kepemimpinan yang berawal dari perasaan tulus yang timbul dari dalam hati untuk melayani, menempatkan kebutuhan pengikut sebagai prioritas, menyelesaikan sesuatu bersama orang lain dan membantu orang lain dalam mencapai suatu tujuan bersama.

Kepemimpinan berbasis pelayanan di Starbucks berfokus pada memberdayakan karyawan untuk memberikan pelayanan pelanggan yang unggul. Ini tercermin dalam budaya perusahaan yang memprioritaskan kepuasan pelanggan dan kesejahteraan karyawan. Budaya perusahaan Starbucks mendorong pertukaran informasi, hubungan positif antar karyawan, dan inovasi berdasarkan beragam ide, mendukung motivasi dan retensi karyawan. Pendekatan kepemimpinan pelayan di perusahaan telah menghasilkan budaya organisasi yang positif, memberdayakan karyawan, dan mendorong keuntungan perusahaan. Selain itu, fokus Starbucks pada tanggung jawab sosial dan inisiatif komunitas tidak hanya memberikan manfaat bagi karyawan tetapi juga

masyarakat luas, menjadikannya model yang sukses untuk dipertimbangkan oleh organisasi lain. Pendekatan ini membangun hubungan yang kuat antara karyawan dan pelanggan, menciptakan pengalaman yang positif di setiap kunjungan..

PENELITIAN LANJUTAN

Masih melakukan penelitian lanjutan untuk mengetahui lebih jauh tentang Gaya Kepemimpinan Melayani "Implementasi Kepemimpinan Melayani pada Starbucks Corporation (Starbucks Coffee Company)"

DAFTAR PUSTAKA

- Adityawan, R. W. (2022). ANALISIS PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN MELAYANI.
- Alia, M., Santoso, P. M., Iwanussoleh, I., & Anshori, M. I. (2023). Kepemimpinan yang Melayani Menghadapi Tantangan dan Manfaat dalam Era Bisnis yang Berkembang. *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, 1(3), 224-237.
- Aprilia, W. S. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Servant Leadership Dan Pembelajaran Organisasi Pada Kinerja Organisasi. DOI, 23-25.
- Baghust, C. &. (2013). The Influence of Servant Leadership on Restaurant Employee Engagement. *Journal of Business Ethics*, 1-12. <https://sites.psu.edu/leadership/2017/04/03/starbucks-servant-leadership/><https://studycorgi.com/howard-schultzs-servant-leadership-at-starbucks/jibm>, 90-93.
- Liden, C. R. (2008). Servant Leadership: Development of a Multidimensional Measure and Multi Level Assesment. *The Leadership Quartely*, 161-177.
- MacArthur. (2010). *Kitab Kepemimpinan, 26 Karakter Pemimpin Sejati*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Mazarei, E. e. (2013). The Relationships Between Servant Leadership Style and Organizational Commitment. *Scholar Research Library*, 312-317.
- MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN PUBLIK. *Jurnal Mahasiswa Wacana Publik*, 192-194.
- Meuser., L. C. (2011). Servant Leadership and Serving Culture: Influence on Individual and Unit Performance. *The Academy Of Management Journal*, 57.
- Mira, W. S. (2016). Pengaruh Servant Leadership Terhadap Komitmen Organisasi dan Organization Citizenship Behavior. *Jurnam Manajemen*, 189.
- Mufidah, S. I. (2018). Hubungan Gaya Kepemimpinan Dengan Budaya Organisasi Di Rumah Sakit Islam sultan Agung Semarang. *Proceeding Unissula Nursing Conference*, 83-89.
- Muhajir, I. (2014). ANALISIS PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN BUDAYA ORTGANISASI TERHADAP KEPUASAN KERJA UNTUK MINGKTAKAN KINERJA. *JURNAL SAINS PEMASARAN INDONESIA*, 334-349.
- Northouse, P. G. (2013). *Kepemimpinan: Teori dan Praktik*. Edisi Keenam. Jakarta: PT Indeks.

- Nugraha, D. A., Aprilia, A. F., Awaliyah, R., & Anshori, M. I. (2023). Kepemimpinan Yang Melayani (Servant Leadership): Sebuah Kajian Literatur. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(3), 109-117.
- Nugraha, Y. A. (2016). PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN PT GENERAL FINANCE CABANG SERANG. *Jurnal Ilmiah*
- Ramli, M. (2017). Kepemimpinan Inovatif Dalam Implementasi Kebijakan Strategis Pemerintah Kota Makassar. *Jurnal Politik Profetik*, 168-184. *Revenue*, 80-90.
- Sabila, E. R., & Anshori, M. I. (2022). Pengaruh Servant Leadership Dan Empowerment Terhadap Organizational Citizenship Behavior Dengan Disiplin Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. EMPAT PUTERA UTAMA BERSAMA SURABAYA). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 2(4).
- Sendjaya, S. (2015). *Personal and Organizational Excellence Through Servant Leadership*. Springer International Publishing Switzerland, 64.
- Tewksbury, D. &. (2013). How to Write a Literature Review. *JOURNAL OF CRIMINAL JUSTICE EDUCATION*.
- Tyas, F. A. (2021). *GAYA KEPEMIMPINAN SERVANT LEADERSHIP DALAM*
- Webster, J. &. (2019). *Analyzing Qualitative Data: Theories, Methods, and Practices*. Sage Publications.
- Wijaya, V. F., Valentcia, V., Lais, N., & Mulyati, M. (2023). Analisis Manajemen Pengorganisasian Starbucks Dari Lowest to The Highest Level Secara Komprehensif. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 4(2), 243-248.