

THE SAMSUNG WAY

DAN KEPEMIMPINANAN STRATEGIS ASIA



RUDY C. TARUMINGKENG

Rudy C Tarumingkeng: The Samsung Way

Oleh:

[Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD](#)

Guru Besar Manajemen, NUP: 9903252922

Rektor, Universitas Cenderawasih, Papua (1978-1988)

Rektor, Universitas Kristen Krida Wacana, Jakarta (1991-2000)

Ketua Dewan Guru Besar IPB-University, Bogor (2005-2006)

Ketua Senat Akademik IBM-ASMI, Jakarta

© RUDYCT e-PRESS
rudict75@gmail.com

Bogor, Indonesia

3 Juli 2025

The Samsung Way

"**The Samsung Way**" adalah suatu filosofi dan pendekatan strategis manajemen yang menjadi landasan kesuksesan global Samsung, terutama dalam transformasinya dari perusahaan manufaktur lokal Korea Selatan menjadi salah satu raksasa teknologi dunia. Konsep ini diperkenalkan secara mendalam dalam buku berjudul "***The Samsung Way: Transformational Management Strategies from the World Leader in Innovation and Design***" oleh Jaeyong Song dan Kyungmook Lee.

Definisi Singkat

The Samsung Way mengacu pada **sistem manajemen transformasional** yang diterapkan oleh Samsung, yang menekankan pada integrasi antara **inovasi, disiplin organisasi, investasi besar dalam R&D, dan kepemimpinan strategis**. Model ini juga menekankan **keselarasan antara strategi global dan nilai-nilai budaya lokal Korea (Confucianism, kolektivisme, dan hierarki)**.

Pilar Utama The Samsung Way

1. **Strategic Alignment** – keselarasan antara visi top manajemen dan eksekusi operasional di seluruh organisasi.
2. **People-Centric Culture** – membangun sumber daya manusia kelas dunia melalui pendidikan, pelatihan, dan kompetisi internal.
3. **Operational Excellence** – efisiensi tinggi dan kualitas tinggi melalui pendekatan sistematis seperti Six Sigma dan Total Quality Management.

4. **Customer-Driven Innovation** – inovasi yang berorientasi pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pelanggan.
5. **Globalization with Localization** – ekspansi global yang tetap menjaga sensitivitas terhadap nilai dan budaya lokal.
6. **Fast Decision Making and Speed Management** – kecepatan eksekusi dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan proyek.

 Infografik Ringkas: "The Samsung Way" Framework

[VISI KORPORAT]



[STRATEGI GLOBAL] → [INVESTASI BESAR DI R&D] → [PRODUK INOVATIF]



[MANAJEMEN TALENTA] ← [SISTEM HR TERSTRUKTUR] ← [KOMPETISI INTERNAL]



[EKSEKUSI OPERASIONAL] → [PRODUKTIVITAS TINGGI]



[REPUTASI GLOBAL & KEPEMIMPINAN PASAR]

 Studi Kasus: Samsung Galaxy vs Apple iPhone

Samsung memanfaatkan pendekatan *The Samsung Way* untuk menantang dominasi Apple:

- **R&D Budget** Samsung lebih besar dari Apple (dalam % dari pendapatan).

- **Produk beragam** (diversifikasi model) untuk berbagai segmen pasar.
 - **Kecepatan peluncuran** yang lebih tinggi dibandingkan Apple.
 - **Kustomisasi lokal** seperti model dual-SIM di Asia Tenggara.
-

Ciri Khas Budaya Organisasi Samsung

- **Hierarki kuat**, namun tetap mendukung ide-ide baru dari bawah.
 - **Kompetisi internal** sebagai alat seleksi dan promosi (mirip dengan meritokrasi).
 - **Karyawan dikirim ke luar negeri** untuk belajar dan membentuk jaringan global.
 - **Manajemen krisis yang agresif**, seperti saat kasus Galaxy Note 7.
-

Pelajaran Manajerial dari The Samsung Way

Aspek	Prinsip Samsung	Pelajaran Bagi Organisasi Lain
Strategi	Fokus jangka panjang & konsistensi	Jangan terjebak short-termism
Inovasi	Kombinasi R&D dan respons pasar	Inovasi harus customer-driven
SDM	Pendidikan dan kompetisi internal	Bangun sistem HR yang mendukung kompetensi
Eksekusi	Disiplin tinggi & kecepatan	Efisiensi dan ketepatan waktu adalah kunci
Globalisasi	Lokalisasi & adaptasi budaya	Adaptif terhadap konteks lokal

 Kutipan Kunci dari Buku *The Samsung Way*

"Samsung's transformation is not a miracle, it is a result of disciplined strategy, investment in talent, and relentless focus on excellence."

 Rekomendasi Buku & Referensi

- Song, J., & Lee, K. (2014). *The Samsung Way*. McGraw-Hill.
 - Kim, L. (1997). *Imitation to Innovation: The Dynamics of Korea's Technological Learning*. Harvard Business Press.
 - Gereffi, G. (2009). *Samsung in Global Value Chains*.
-

Berikut adalah rancangan **Modul Kuliah** berjudul:

 Modul Kuliah: *The Samsung Way* dan Kepemimpinan Strategis Asia

Oleh: Rudy C. Tarumingkeng

 Tujuan Pembelajaran

Setelah mengikuti modul ini, mahasiswa diharapkan mampu:

- Menjelaskan filosofi dan praktik manajemen "The Samsung Way".
 - Menganalisis faktor-faktor keberhasilan Samsung dalam konteks Asia.
 - Membandingkan kepemimpinan strategis ala Samsung dengan model lain (misalnya Toyota, Huawei, Apple).
 - Merefleksikan aplikasi *The Samsung Way* dalam konteks manajemen di Indonesia.
-

 Struktur Modul

Minggu 1 – Pendahuluan: Fenomena Samsung sebagai Studi Kasus Asia

- Sejarah singkat Samsung Group
- Perubahan dari perusahaan lokal menjadi global
- Relevansi model Samsung bagi negara berkembang

Minggu 2 – Pilar Utama The Samsung Way

- Strategic Alignment
- Operational Excellence

- People-Centric Development
- Customer-Driven Innovation
- Fast Execution
- Lokalisasi dan Globalisasi simultan

Minggu 3 – Kepemimpinan Strategis di Asia Timur

- Konteks budaya (Confucian values, kolektivisme, hierarki)
- Perbandingan dengan gaya Barat
- Manajemen krisis dan kontrol top-down di Asia

Minggu 4 – HR dan Sistem Talenta di Samsung

- Rekrutmen dan rotasi global
- Sistem penilaian kompetitif internal
- Latihan SDM dan Samsung HRD Institute

Minggu 5 – Samsung vs Apple: Strategi Kompetisi Global

- Inovasi terbuka vs tertutup
- R&D vs desain
- Ekosistem dan time-to-market

Minggu 6 – Studi Kasus Lokal: Adaptasi The Samsung Way di Indonesia

- Samsung Indonesia (manufacturing, marketing, HR)
- Kolaborasi pendidikan-industri
- Transformasi digital dan kecepatan adaptasi

Minggu 7 – Diskusi Komparatif: The Samsung Way vs Toyota Way vs Huawei Model

- Metafora: Militer (Samsung), Zen (Toyota), Pragmatik-Survival (Huawei)

- Perbedaan nilai, sistem, dan orientasi pasar

Minggu 8 – Proyek Mini

- Simulasi strategi masuk pasar ASEAN untuk perusahaan teknologi lokal dengan pendekatan "Samsung Way"
- Presentasi kelompok dan refleksi strategis

Infografik Pendukung

- **Struktur Pilar The Samsung Way**
- **Perbandingan Manajemen: Samsung–Toyota–Apple**
- **Model Kepemimpinan Strategis Asia Timur**

Kegiatan Mahasiswa

1. **Analisis Kasus:** Keberhasilan dan kegagalan Samsung di pasar tertentu.
2. **Debat:** Apakah The Samsung Way bisa diterapkan di BUMN Indonesia?
3. **Refleksi Individu:** Apa gaya kepemimpinan Anda, dan apa pelajaran dari Samsung?

Referensi Bacaan

- Song, J., & Lee, K. (2014). *The Samsung Way: Transformational Management Strategies*. McGraw-Hill.
- Khanna, T. (2007). *Billions of Entrepreneurs: How China and India Are Reshaping Their Futures—and Yours*.
- Gereffi, G. (2009). *Samsung in Global Value Chains*.
- Hofstede Insights: *Asian Cultural Dimensions in Leadership*.

Glosarium Penting

Istilah	Penjelasan
Strategic Alignment	Kesesuaian antara visi strategis dan implementasi operasional
People-Centric	Strategi pengembangan SDM sebagai pusat keunggulan
Confucianism	Nilai Asia Timur yang menekankan hierarki, kehormatan, dan keharmonisan
Time-to-Market	Kecepatan dalam meluncurkan produk baru
Global-Local Integration	Pendekatan kombinasi antara ekspansi global dan adaptasi lokal

Ujian Akhir

Esai (2.000 kata):

"Evaluasi kemungkinan penerapan The Samsung Way dalam konteks UMKM atau korporasi nasional Indonesia. Apa kendala dan peluangnya?"

INFOGRAFIK

THE SAMSUNG WAY

DAN KEPEMIMPINAN STRATEGIS ASIA



Tentu, masih ada beberapa **tambahan penting** tentang *The Samsung Way* yang bisa memperdalam pemahaman mahasiswa atau praktisi manajemen, khususnya dalam konteks **leadership, inovasi, dan budaya organisasi Asia**. Berikut elaborasi lanjutannya:

Tambahan Kritis tentang The Samsung Way

1. **Dual Structure: Top-down + Bottom-up**

Samsung dikenal dengan struktur manajemen “**dualisme strategis**”, yaitu:

- **Top-down** untuk penentuan visi besar, transformasi global, dan keputusan cepat di masa krisis.
- **Bottom-up** untuk inovasi teknis dan pengumpulan ide dari engineer/pekerja lapangan.

 *Contoh:* Pengembangan seri Galaxy S didorong oleh kebutuhan pasar global, tetapi masukan desain dan fitur banyak datang dari unit-unit lokal (Indonesia, India, Eropa).

2. **Samsung sebagai Learning Organization**

Samsung menjadikan pembelajaran berkelanjutan sebagai pilar strategis:

- Menyediakan **Samsung Human Resource Development Center (SHRDC)**.
- Mengirim ribuan karyawan belajar ke luar negeri.
- Program **Samsung Global Scholarship Program (GSP)** untuk calon pemimpin masa depan.

 *Refleksi Manajerial:* Budaya belajar tidak berhenti di kampus, tapi menjadi inti kompetensi perusahaan.

3. 🌐 Globalization with Localization (Glocalization)

Samsung **tidak menganggap dunia sebagai pasar homogen**. Sebaliknya, mereka menyesuaikan:

- **Desain:** HP dual-SIM untuk pasar Asia.
- **Harga:** Model mid-range untuk negara berkembang.
- **Iklan:** Menggunakan selebritas lokal di berbagai negara.

👉 *Implikasi:* Manajemen global harus berpijak pada pemahaman lokal.

4. 🏛️ Peran *Chaebol System* dalam Keberhasilan Samsung

Samsung merupakan bagian dari sistem *chaebol* Korea Selatan:

- Terintegrasi secara vertikal dan horizontal.
- Kuat dalam pengaruh politik dan ekonomi nasional.
- Mendapat dukungan negara (negara–perusahaan sebagai mitra).

👉 *Pertanyaan reflektif:* Apakah sistem serupa dapat diterapkan dalam konteks Indonesia?

5. 💣 Krisis & Ketahanan: Pelajaran dari Galaxy Note 7

Samsung menunjukkan **kematangan organisasi** dalam:

- Menarik produk secara global.
- Melakukan riset ulang dan audit internal.
- Membentuk tim khusus untuk integritas produk.

👉 *Insight:* Kepercayaan pelanggan dibangun dari **kesigapan menghadapi krisis**, bukan hanya dari teknologi hebat.

6. 🤖 Transformasi Digital dan AI dalam The Samsung Way

Samsung tidak hanya fokus pada hardware, tetapi kini memperkuat:

- AI & Machine Learning (melalui Samsung Research).
- Smart Home, Smart Things ecosystem.
- Investasi besar dalam **semikonduktor dan IoT**.

👉 *Studi lanjutan:* Bagaimana AI mengubah lanskap leadership dalam The Samsung Way?

7. 📈 Strategi Kompetitif: Fast-Follower yang Berubah Menjadi Global Innovator

Samsung dahulu dikenal sebagai **fast-follower** (peniru cepat), tapi kemudian:

- Membangun R&D center global (di AS, India, Israel, dll).
- Memegang ribuan paten teknologi.
- Menjadi leader dalam chip, layar AMOLED, dan 5G.

👉 *Refleksi:* Inovasi bisa tumbuh dari ketekunan dan investasi jangka panjang, bukan hanya ide orisinal.

📌 Penutup Reflektif

"The Samsung Way" bukan sekadar tentang teknologi, tapi **tentang kepemimpinan strategis, transformasi organisasi, dan budaya kerja keras yang konsisten**. Ia menunjukkan bahwa **Asia** dapat menciptakan gaya manajemen global sendiri, yang berbeda dari model Amerika atau Eropa.

Berikut adalah  **Glosarium** untuk *Modul Kuliah: The Samsung Way dan Kepemimpinan Strategis Asia*, yang dapat digunakan sebagai **lampiran edukatif** atau **alat bantu ajar**:

Glosarium:

The Samsung Way dan Kepemimpinan Strategis Asia

Istilah	Definisi
The Samsung Way	Pendekatan manajemen strategis dan transformasional khas Samsung yang berfokus pada inovasi, efisiensi, SDM unggul, dan eksekusi cepat dengan pendekatan khas Asia.
Strategic Alignment	Kesesuaian antara visi perusahaan, tujuan strategis, dan pelaksanaan operasional di semua unit bisnis.
Operational Excellence	Penerapan proses kerja yang efisien, konsisten, dan berorientasi hasil, seringkali melalui pendekatan seperti Six Sigma dan Lean.
Customer-Driven Innovation	Inovasi yang didasarkan pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan perilaku konsumen.
People-Centric Development	Strategi pembangunan organisasi yang menempatkan pengembangan SDM sebagai inti keunggulan kompetitif.
Globalization with Localization (Glocalization)	Strategi bisnis global yang menyesuaikan produk, layanan, atau pemasaran dengan konteks budaya dan kebutuhan lokal.

Istilah	Definisi
Confucianism	Sistem nilai Asia Timur (terutama Korea dan Tiongkok) yang menekankan hierarki, keharmonisan, tanggung jawab kolektif, dan penghormatan terhadap senioritas.
Samsung Human Resource Development Center (SHRDC)	Lembaga pelatihan internal Samsung untuk pengembangan kepemimpinan dan keahlian global.
Chaebol	Konglomerat keluarga besar di Korea Selatan yang terdiri dari banyak anak perusahaan di berbagai industri (contoh: Samsung, Hyundai, LG).
Fast Follower	Strategi di mana perusahaan tidak menjadi inovator pertama, tetapi dengan cepat meniru dan menyempurnakan produk untuk menguasai pasar.
Global Innovator	Perusahaan yang mampu memimpin tren dan menciptakan teknologi atau model bisnis baru dengan pengaruh global.
R&D (Research and Development)	Penelitian dan pengembangan teknologi baru atau penyempurnaan produk yang ada untuk menciptakan keunggulan kompetitif.
Time-to-Market	Kecepatan perusahaan dalam mengembangkan dan meluncurkan produk baru ke pasar.
Crisis Management	Strategi dan proses dalam menghadapi situasi darurat atau kegagalan produk secara cepat dan efisien.

Istilah	Definisi
Learning Organization	Organisasi yang senantiasa belajar dan beradaptasi melalui sistem refleksi, pelatihan, dan inovasi berkelanjutan.
Strategic Leadership Asia	Gaya kepemimpinan khas Asia yang menggabungkan visi jangka panjang, budaya kolektif, dan kendali hierarkis dalam pengambilan keputusan.
Samsung Global Scholarship Program (GSP)	Program beasiswa global yang diselenggarakan oleh Samsung untuk mengembangkan talenta internasional di bidang teknologi dan manajemen.
Ecosystem Thinking	Pendekatan strategis dalam menciptakan ekosistem produk dan layanan yang saling terhubung dan saling menguatkan.
Vertical Integration	Strategi penguasaan atas berbagai tahapan produksi dalam satu rantai nilai—dari bahan mentah hingga distribusi akhir.
Post-Crisis Transformation	Proses perubahan organisasi setelah menghadapi krisis besar, seperti penarikan produk atau kegagalan teknologi.

Berikut adalah  **Daftar Pustaka** untuk *Modul Kuliah: The Samsung Way dan Kepemimpinan Strategis Asia* — terdiri dari sumber akademik, buku, laporan industri, dan artikel terpercaya yang dapat dijadikan rujukan dalam pengajaran maupun penelitian:

Daftar Pustaka

Buku Utama dan Literatur Akademik

1. Song, J., & Lee, K. (2014). *The Samsung Way: Transformational Management Strategies from the World Leader in Innovation and Design*. McGraw-Hill Education.
2. Khanna, T. (2007). *Billions of Entrepreneurs: How China and India Are Reshaping Their Futures – and Yours*. Harvard Business Press.
3. Kim, L. (1997). *Imitation to Innovation: The Dynamics of Korea's Technological Learning*. Harvard Business Press.
4. Gereffi, G. (2009). *Samsung in the Global Economy: Building a World-Class Company*. Duke University Center on Globalization, Governance & Competitiveness.
5. Lee, J., & Slater, S. F. (2007). "Dynamic Capabilities, Entrepreneurial Rent-Seeking, and the Competitive Advantage of Chaebols: Samsung's Transformation." *Journal of Management Studies*, 44(1), 119–142.
6. Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations across Nations*. Sage Publications.
7. Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Oxford University Press.

Artikel dan Studi Tambahan

8. Ernst & Young (2020). *The Future of Asia-Pacific Electronics Manufacturing*. EY Industry Insights.
 9. BCG (2022). *Samsung's Competitive Strategy in the Global Smartphone Market*. Boston Consulting Group Reports.
 10. McKinsey & Company (2021). *Asia's Management Models: Lessons from Leading Asian Companies*.
 11. Samsung Electronics Annual Report (2023). *Investor Relations and Management Strategy Overview*.
 12. Harvard Business Review. (2013). *Samsung's Secret to Success: A Culture of Discipline and Innovation*.
 13. Forbes. (2020). *How Samsung Reinvented Itself and Won the Smartphone War*.
 14. Choe, S.-H. (2017). *Samsung Navigates Crisis with Renewed Focus on Governance and Technology*. The New York Times.
-

Sumber Online Tambahan

15. <https://www.samsung.com/global/ir/>
16. <https://www.investopedia.com/terms/c/chaebol.asp>
17. <https://www.strategy-business.com/article/The-Samsung-Way>
18. <https://hbr.org/2013/06/how-samsung-became-a-design-powerhouse>
19. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/asia-pacific>

ChatGPT 4o (2025). Copilot for this article. Access date: 3 Juli 2025.
Author's account. <https://chatgpt.com/c/68661b46-78ac-8013-8142-2fd750f32281>