

Peran Model Satir Change dalam Mencapai Keberhasilan Perubahan Organisasi: Studi Kasus pada Starbucks

Andini Aulia Tasya¹, Guntur Haludin², Thalitha Syalasya³, Naurah Amirah Suben⁴,
Alvionita⁵, Stephanie Widjaja⁶

^{1,2,3,4,5,6} Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

e-mail: andini.auliatasya@student.upj.ac.id

Abstrak

Perubahan organisasi adalah kunci bagi perusahaan untuk bertahan di tengah dinamika lingkungan. Starbucks, sebagai salah satu pemimpin industri kopi dunia, berhasil menjalani transformasi organisasi dengan menerapkan Model Satir Change yang mencakup lima fase: Late Status Quo, Resistance, Chaos, Integration, dan New Status Quo. Penelitian ini mengkaji penerapan model tersebut dalam transformasi organisasi Starbucks. Hasilnya menunjukkan bahwa pemahaman aspek psikologis karyawan membantu Starbucks mengatasi resistensi, mengelola ketidakpastian, dan mengintegrasikan perubahan dalam budaya kerja. Model Satir Change terbukti memberikan panduan strategis dan emosional yang efektif, membangun kepercayaan, serta menciptakan lingkungan kerja kolaboratif. Pendekatan ini menawarkan wawasan bagi organisasi lain untuk mengelola perubahan secara holistik, memperhatikan aspek teknis dan psikologis yang mendalam.

Kata kunci: *Model Satir Change, Manajemen Perubahan, Starbucks, Transformasi Organisasi, Aspek Psikologis.*

Abstract

Organizational change was essential for companies to survive in a dynamic environment. Starbucks, as one of the leading players in the global coffee industry, successfully underwent organizational transformation by applying the Satir Change Model, which consisted of five phases: Late Status Quo, Resistance, Chaos, Integration, and New Status Quo. This study examined the application of the model in Starbucks' organizational transformation. The findings revealed that understanding employees' psychological aspects helped Starbucks overcome resistance, manage uncertainty, and integrate changes into its workplace culture. The Satir Change Model proved to provide effective strategic and emotional guidance, fostering trust and creating a more collaborative work environment. This approach offered valuable insights for other organizations in managing change holistically by addressing both technical and psychological aspects in depth.

Keywords: *Satir Change Model, Change Management, Starbucks, Organizational Transformation, Psychological Aspects.*

PENDAHULUAN

Perubahan organisasi menjadi hal yang tidak terelakkan dalam menghadapi dinamika lingkungan usaha yang semakin kompleks. Organisasi modern, baik profit, non-profit, maupun volunteer, harus mampu beradaptasi dengan perubahan signifikan yang terjadi, baik secara eksternal, seperti perkembangan teknologi, preferensi konsumen, dan kondisi ekonomi global, maupun secara internal, seperti struktur organisasi, budaya kerja, dan gaya kepemimpinan, agar dapat mengantisipasi dampak besar yang ditimbulkan (Sutopo, 2024). Perubahan dalam organisasi dapat terjadi secara sukarela maupun terpaksa, melalui penggantian karyawan, pelatihan, atau pengunduran diri. Namun, jika tidak dikelola secara menyeluruh dan terintegrasi, perubahan semacam ini dapat mengancam kelangsungan hidup organisasi, sedangkan kemampuan untuk beradaptasi dan menjaga kekompakan seluruh elemen organisasi menjadi kunci keberhasilan serta daya saing di pasar global (Taufik & Nugroho, 2020).

Starbucks, sebagai salah satu perusahaan kopi terbesar di dunia, merupakan contoh perusahaan yang berhasil mengelola perubahan organisasi dengan efektif. Perusahaan ini tidak hanya mengandalkan strategi bisnis yang inovatif, tetapi juga penerapan manajemen perubahan yang berhasil menjaga daya saingnya di tengah tantangan besar. Keberhasilan Starbucks dalam bertahan dan tumbuh di pasar global tidak lepas dari penerapan strategi yang sistematis dan terencana dengan baik. Salah satu pendekatan yang relevan untuk memahami perjalanan perubahan ini adalah Model Satir Change, yang menyoroti aspek psikologis dalam proses perubahan.

Model Satir Change, yang dikembangkan oleh Virginia Satir, seorang terapis keluarga sekaligus penulis. Model ini awalnya dirancang untuk membantu proses terapi keluarga. Namun, pendekatan ini juga relevan dalam menjawab tantangan bagaimana individu atau tim melewati proses perubahan dalam organisasi. Model ini memberikan kerangka kerja yang bermanfaat bagi manajer dan pemimpin untuk memahami dinamika emosional dan psikologis tim mereka saat menghadapi perubahan. Dengan wawasan ini, mereka dapat membantu tim melewati perubahan dengan lebih cepat, efisien, dan terkendali. Model ini terdiri dari lima tahapan, yaitu:

1. Late Status Quo.
Tahap kondisi awal sebelum perubahan terjadi. Semua berjalan seperti biasa, stabil dan orang-orang merasa nyaman dengan situasi yang ada. Tidak ada tekanan untuk berubah.
2. Resistance.
Ketika perubahan dimulai, resistensi muncul. Orang-orang merasa cemas, takut, atau tidak nyaman karena perubahan mengganggu keseimbangan mereka. tahap ini sering melibatkan penolakan atau upaya mempertahankan cara lama.
3. Chaos.
Tahap ini adalah puncak ketidakpastian. Proses adaptasi terhadap perubahan menciptakan kebingungan dan tekanan. Orang mulai merasa kehilangan arah atau kendali. Namun, pada tahap ini juga muncul peluang untuk inovasi dan eksplorasi.
4. Integration.
Pada tahap ini, orang mulai belajar, mencoba dan memahami bagaimana perubahan dapat diterapkan. Mereka perlahan-lahan mengintegrasikan elemen baru ke dalam rutinitas mereka. Terdapat peningkatan adaptasi dan rasa percaya diri.
5. New Status Quo.
Merupakan tahap akhir di mana perubahan telah sepenuhnya diterima dan menjadi normal baru. Sistem menjadi stabil kembali, seringkali dengan peningkatan dibandingkan kondisi sebelumnya.

Model ini menyoroti bagaimana individu dan kelompok dalam organisasi menghadapi perubahan emosional dan psikologis, serta bagaimana organisasi dapat merancang strategi untuk mendukung karyawan melalui proses transisi tersebut. Pendekatan berbasis psikologi ini sangat relevan dalam konteks Starbucks, mengingat perusahaan tersebut telah mengalami berbagai perubahan besar, seperti inovasi produk, transformasi digital, dan restrukturisasi operasional yang mempengaruhi seluruh aspek perusahaan.

Inti dari Model Satir Change adalah keyakinan bahwa perubahan, meskipun sulit, selalu membawa peluang untuk menjadi lebih baik. Namun, proses ini membutuhkan waktu dan kesabaran, karena sering kali keadaan harus melewati fase yang lebih sulit sebelum akhirnya mencapai stabilitas baru yang lebih baik.

Pada tahun 2008, Howard Schultz kembali sebagai CEO Starbucks setelah delapan tahun mundur dari posisi tersebut. Pada saat itu, perusahaan menghadapi berbagai tantangan besar, termasuk penurunan pendapatan, lemahnya loyalitas pelanggan, serta kesulitan dalam mempertahankan nilai-nilai inti perusahaan. Schultz memimpin perusahaan untuk kembali ke nilai-nilai dasar yang telah membuat Starbucks sukses, sambil memberdayakan karyawan dan menciptakan lingkungan kerja yang lebih kolaboratif. Pendekatan ini tidak hanya melibatkan perubahan strategis, tetapi juga penerapan prinsip-prinsip dalam Model Satir Change untuk menangani dinamika emosional yang timbul selama periode transformasi tersebut.

Penerapan Model Satir Change di Starbucks menunjukkan pentingnya perhatian terhadap aspek manusia dalam perubahan organisasi. Model ini membantu perusahaan untuk memahami

dan mengelola respons emosional karyawan, membangun kepercayaan, serta memperkuat hubungan antar individu dalam organisasi. Dengan cara ini, Starbucks berhasil menciptakan budaya adaptif yang mendukung keberlanjutan inovasi dan memperkuat posisi perusahaan di pasar global.

Studi ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana Model Satir Change diterapkan dalam perubahan organisasi di Starbucks dan bagaimana model ini berkontribusi pada keberhasilan transformasi perusahaan. Penelitian ini akan menggabungkan teori perubahan organisasi dengan data empiris untuk memberikan wawasan praktis yang dapat diterapkan oleh pemimpin organisasi, konsultan, dan praktisi manajemen dalam menghadapi tantangan perubahan serupa. Diharapkan, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang peran aspek psikologis dalam manajemen perubahan dan bagaimana organisasi dapat mengelola transisi dengan lebih efektif.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah *library research* atau kajian literatur sebagai pendekatan utama untuk menganalisis peran Model Satir Change dalam perubahan organisasi, dengan studi kasus pada Starbucks. Menurut (Ariyani, 2023) *Library research* merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengandalkan sumber-sumber informasi kepustakaan yang relevan dengan objek penelitian. Data tersebut dapat berasal dari buku referensi, jurnal ilmiah, hasil penelitian sebelumnya, artikel, catatan, tesis, disertasi, laporan penelitian, hingga sumber pustaka lainnya. Tujuan utama dari metode ini adalah untuk memperdalam pemahaman teoritis dan praktis yang kemudian menjadi landasan dalam merumuskan teori yang akan digunakan sebagai dasar untuk analisis serta pembahasan dalam latar belakang penelitian.

Manajemen perubahan adalah suatu pendekatan yang terstruktur dan sistematis, dirancang untuk membantu individu, tim, dan organisasi dalam menghadapi perubahan. Dengan memanfaatkan pengetahuan, alat, dan sumber daya yang ada, manajemen perubahan bertujuan untuk mengarahkan transisi dari kondisi saat ini menuju kondisi baru yang lebih baik, secara efektif dan efisien, sambil meminimalkan dampak negatif yang mungkin timbul. Pada dasarnya, manajemen perubahan mengadaptasi prinsip-prinsip dasar manajemen, seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian, untuk menciptakan perubahan yang sukses dalam sebuah organisasi. Tujuan utamanya adalah memberikan solusi bisnis yang tepat dan mengelola dampak perubahan terhadap orang-orang yang terlibat, agar transisi berjalan dengan lancar dan terorganisir.

Manajemen perubahan tidak hanya berfokus pada aspek teknis atau struktural, tetapi juga mencakup berbagai elemen yang lebih kompleks seperti motivasi, kepemimpinan, dinamika kelompok, pengelolaan konflik, komunikasi yang efektif, serta kedisiplinan dalam menjalankan perubahan tersebut. Oleh karena itu, Maka dari itu perubahan harus direncanakan dengan sedetail dan secermat mungkin, sehingga bisa membawa dampak positif yang besar kepada perusahaan dan seluruh pemangku kepentingan yang terkait (Fauzan et al., 2023).

Penelitian ini berfokus pada studi kasus Starbucks, yang mengkaji bagaimana model tersebut digunakan untuk mencapai keberhasilan dalam proses perubahan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup jurnal penelitian ilmiah, buku, dan fenomena-fenomena yang relevan dengan topik Model Satir Change dan penerapannya dalam manajemen perubahan di Starbucks. Selain itu, metode ini relevan untuk topik yang berorientasi pada konsep teoritis seperti Model Satir Change dan implementasinya dalam manajemen perubahan organisasi.

Namun, Perubahan dalam organisasi tidak hanya terkait dengan aspek teknis atau struktural, tetapi juga melibatkan dimensi psikologis, karena individu akan merasakan berbagai perasaan dan emosi sepanjang proses tersebut. Model Satir Change, yang dikembangkan oleh Virginia Satir, menyoroti bagaimana perubahan memengaruhi tiga aspek penting dalam diri individu: perasaan, pikiran, dan tindakan. Dalam model ini, Satir menggambarkan lima tahapan yang biasanya dilalui individu ketika menghadapi perubahan,

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa penerapan Model Satir Change oleh Starbucks menjadi elemen kunci dalam keberhasilan perubahan organisasi mereka. Melalui lima tahap dalam model ini (Late Status Quo, Resistance, Chaos, Integration dan New Status Quo) Starbucks dapat mengelola aspek emosional dan psikologis yang melekat pada proses perubahan. Contoh nyata adalah bagaimana Howard Schultz, ketika kembali sebagai CEO pada tahun 2008, berhasil mengarahkan organisasi untuk kembali ke nilai inti perusahaan sambil menghadapi tantangan yang signifikan seperti penurunan pendapatan dan loyalitas pelanggan yang lemah.

Proses perubahan tersebut tidak hanya berfokus pada inovasi produk dan transformasi digital, tetapi juga restrukturisasi operasional yang berdampak luas pada seluruh aspek perusahaan. Dalam konteks ini, Model Satir Change digunakan untuk memahami respons emosional karyawan, membangun kepercayaan, dan menciptakan lingkungan kerja yang kolaboratif. Hasilnya, Starbucks tidak hanya berhasil mengatasi tantangan yang ada tetapi juga memperkuat posisinya sebagai pemimpin pasar global.

Penerapan Model Satir Change di Starbucks menunjukkan bahwa perubahan organisasi memerlukan perhatian mendalam terhadap aspek psikologis karyawan. Setiap tahap dalam model ini memberikan wawasan tentang dinamika emosional yang dihadapi individu saat menghadapi perubahan:

1. Late Status Quo
Pada tahap ini, Starbucks berada dalam kondisi stabil namun menghadapi tekanan eksternal seperti penurunan pendapatan, persaingan pasar yang meningkat, dan loyalitas pelanggan yang melemah. Kondisi ini mempengaruhi keberlanjutan operasional Starbucks.
2. Resistance
Ketika perubahan dimulai, resistensi menjadi reaksi awal dari karyawan. Banyak individu merasa tidak nyaman dengan transformasi, terutama ketika menyangkut restrukturisasi operasional atau inovasi teknologi. Untuk mengatasi resistensi ini, Howard Schultz memanfaatkan komunikasi terbuka untuk membangun kepercayaan, menjelaskan alasan di balik perubahan, dan melibatkan karyawan dalam proses pengambilan keputusan.
3. Chaos
Tahap ini menandai periode ketidakpastian dan stres tinggi. Di sini, Starbucks mengalami tantangan besar ketika menerapkan perubahan strategis. Schultz mendorong nilai-nilai inti perusahaan seperti kualitas, komunitas, dan pengalaman pelanggan untuk menjadi fondasi yang stabil selama periode kekacauan ini. Pendekatan ini menciptakan fokus bersama dan mengurangi ketegangan di kalangan karyawan.
4. Integration
Dalam tahap ini, Starbucks mulai melihat hasil dari perubahan yang dilakukan. Contohnya adalah peluncuran inisiatif digital seperti aplikasi pemesanan online, inovasi produk, dan restrukturisasi operasional yang lebih efisien. Melalui dukungan dari seluruh organisasi, perusahaan berhasil mengintegrasikan perubahan ke dalam budaya kerja sehari-hari.
5. New Status Quo
Setelah perubahan berhasil diterapkan, Starbucks memasuki fase stabil baru. Perusahaan menjadi lebih adaptif, inovatif, dan kompetitif di pasar global. Karyawan merasa lebih diberdayakan, dan perusahaan mampu menciptakan lingkungan kerja kolaboratif yang mendukung keberlanjutan inovasi.

Penerapan Model Satir Change tidak hanya memberikan dampak yang signifikan terhadap keberhasilan perubahan di Starbucks, tetapi juga menawarkan pendekatan unik dalam memahami dan mengelola transformasi organisasi. Kontribusi ini dapat dirinci sebagai berikut:

1. Meningkatkan kesadaran emosional.
Model ini membantu manajemen untuk memahami bahwa perubahan organisasi tidak hanya menyangkut aspek teknis, tetapi juga melibatkan emosi, pikiran, dan perilaku karyawan. Dengan memahami dinamika ini, Starbucks dapat mengelola perubahan secara lebih efektif. Misalnya, resistensi terhadap perubahan, yang sering kali muncul sebagai hambatan awal, berhasil diatasi dengan komunikasi yang terbuka dan empati terhadap kebutuhan karyawan.

2. Membangun kepercayaan dan kolaborasi.

Dalam proses transformasi ini Howard Schultz, sebagai pemimpin, memainkan peran penting dengan memprioritaskan jujur dan terbuka antara manajemen dan karyawan. Pendekatan ini tidak hanya membantu meredakan kekhawatiran, tetapi juga meningkatkan hubungan antarindividu dalam organisasi. Sehingga, karyawan merasa dihargai dan didukung dalam menjalani proses perubahan.

3. Mendukung budaya inovasi.

Dengan memperhatikan kebutuhan psikologis karyawan selama masa transisi, Starbucks menciptakan lingkungan yang kondusif untuk kreativitas dan inovasi. Contohnya adalah peluncuran berbagai inisiatif digital seperti aplikasi pemesanan daring, yang tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan.

4. Mengatasi tantangan kompleks dengan pendekatan sistematis.

Penerapan lima tahap dalam Model Satir Change, memungkinkan Starbucks melaksanakan transformasi secara bertahap. Hal ini memastikan bahwa setiap langkah perubahan direncanakan dengan baik dan disesuaikan dengan kondisi emosional serta kebutuhan operasional organisasi.

Pendekatan berbasis psikologi ini sangat relevan, terutama dalam dunia bisnis yang terus berubah. Studi ini menegaskan pentingnya manajemen perubahan yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis tetapi juga pada dinamika manusia yang terjadi selama proses transformasi.

Pada akhirnya, penerapan Model Satir Change ini menegaskan pentingnya manajemen perubahan yang bersifat holistik. Starbucks tidak hanya mampu bangkit dari tantangan yang ada, tetapi juga membangun fondasi yang kokoh untuk menghadapi masa depan. Pendekatan ini memberikan inspirasi bagi organisasi lain untuk mengintegrasikan dimensi emosional dan strategis dalam perjalanan transformasi mereka.

SIMPULAN

Starbucks membuktikan efektivitas Model Satir Change dalam mengelola perubahan organisasi yang kompleks, terutama saat Howard Schultz kembali sebagai CEO pada 2008. Menghadapi penurunan pendapatan dan tekanan kompetitif, Starbucks menerapkan lima tahap model ini: Late Status Quo, Resistance, Chaos, Integration, dan New Status Quo. Pendekatan ini fokus pada aspek emosional karyawan melalui komunikasi terbuka, membangun kepercayaan, dan menjaga stabilitas di tengah kekacauan. Inisiatif transformasi digital, inovasi produk, dan integrasi perubahan dalam budaya kerja memperkuat respons perusahaan. Keberhasilan ini menunjukkan pentingnya pendekatan holistik yang menyeimbangkan strategi teknis dan kebutuhan manusia, memberikan inspirasi bagi organisasi lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, T. (2023, April 29). *Satir Change Management Model Explained with Examples*. ChangeManagementInsight.
- Admin. (2023, April 16). *Manajemen Perubahan (Pengertian, Pendekatan, Jenis, Tahapan dan Strategi)*. Kajianpustaka.Com.
- Ariyani, R. (2023, May 25). *Memahami Metode Penelitian Kepustakaan (Library Research)*. Rikaariyani.Com.
- Fauzan, R., Setiawan, R., Suryati, A., Putro, E., Mayasari, N., Iwan, M., Kusnadi, H., Raharjo, A. A., Dewi, Y. L. N., Ayu, K., Sucandrawati, S., Fitriyatul, A., Bagea, A., & Khamaludin, K. (2023). *MANAJEMEN PERUBAHAN* (A. Yanto, Ed.). PT.GLOBALEKSEKUTIFTEKNOLOGI.
- Krestyawan, R. (2022, January 16). *Model Perubahan Satir bag 1*. ArtikelManajemenSDMUpdate.
- Schultz, H., & Gordon, J. (2011). *Onward: How Starbucks Fought for Its Life without Losing Its Soul*. Rodale.
- SoM, P. (2024, September 18). *Manajemen Perubahan: Pengertian, Jenis, Strategi dan Contoh*. PPMSchoolofManagement.
- Strategists, C. (2024, January 21). *What is the Satir change management methodology?* Changestrategists.

- Sutopo, I. (2024). TANTANGAN MANAJEMEN PERUBAHAN ABAD KE-XXI: MEMBANGUN ORGANISASI DINAMIS DAN FLEKSIBEL DI ERA LINGKUNGAN YANG BERKEMBANG. *ResearchGate*.
- Taufik, & Nugroho, S. K. (2020). CHANGE OR DIE? ; BAGAIMANA MENGELOLA PERUBAHAN DALAM ORGANISASI TETAP SURVIVE MENGHADAPI TANTANGAN GLOBAL. *ResearchGate*.