

Editor:

Ihwan Susila, Ph.D.
Dr. Muzakar Isa, M.Si.

Dr. Triyono, M.Si.
Dr. Anton Agus Setyawan, M.Si.



MEMBANGUN EKONOMI YANG MENCERAHKAN



Editorium UMS

MEMBANGUN EKONOMI YANG MENCERAHKAN



EDITOR

Ihwan Susila, Ph.D.

Dr. Triyono

Dr. Anton Agus Setyawan

Dr. Muzakar Isa



2019

Data Katalog dalam Terbitan

Membangun Ekonomi yang Mencerahkan/ Editor; Ihwan
Susila [et al.]--Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2019

viii, 337 halaman, 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-602-361-201-7

1. Ekonomi-Manajemen

I. Judul

MEMBANGUN EKONOMI YANG MENCERAHKAN

Editor : Ihwan Susila, Ph.D.
Dr. Triyono
Dr. Anton Agus Setyawan
Dr. Muzakar Isa

Copy Editor : Aditya Saputra, Ph.D.
Anas
Mulyono, S.E.

Layout : Tim MUP
Cover : Ali Himawan

Cetakan 1, Februari 2019

©2019 Hak cipta pada penulis dan dilindungi undang-undang

Penerbit Muhammadiyah University Press
Gedung I Lantai 1
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Jl. A. Yani Tromol Pos I Kartasura Surakarta 57102
Jawa Tengah – Indonesia
Telp : (0271) 717417 ext. 2172
Email : mupress@ums.ac.id

KATA PENGANTAR

Kesejahteraan umat adalah sebuah tema besar yang menjadi tujuan gerakan Muhammadiyah dalam kegiatan muamalahnya. Kesejahteraan umat tidak hanya dilihat dari aspek kesejahteraan materi, namun lebih dari itu juga kesejahteraan hakiki, yaitu kesejahteraan ekonomi, sosial, politik, dan budaya. Konsep muamalah Muhammadiyah termasuk dalam bidang ekonomi mengacu pada teologi Al Ma'un yang bermuara pada penegakan keadilan ekonomi dengan tujuan kesejahteraan umat.

Muhammadiyah dalam ijtihad ekonominya menekankan pentingnya keadilan ekonomi dengan membuka akses sumber daya ekonomi di Indonesia seluas-luasnya pada seluruh rakyat. Keadilan ekonomi merupakan sebuah tema yang dianggap populis secara politik, tetapi merupakan substansi dari pembangunan ekonomi sebuah negara. Indonesia sebagai sebuah negara berkembang dengan potensi ekonomi yang luar biasa baik dari sisi sumber daya maupun pasar, mempunyai masalah umum yang dialami berbagai negara berkembang lain dari sisi pembangunan ekonomi, yaitu masalah pengangguran, kemiskinan, dan kesenjangan distribusi pendapatan.

Kebijakan ekonomi pemerintah sejak era Orde Baru sampai saat ini hanya mampu mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan, namun belum mampu mengatasi kesenjangan distribusi pendapatan. Sebagai catatan, pada tahun 2018 angka *Gini Ratio* di Indonesia masih berada di kisaran 0,389, dengan perincian di kawasan perkotaan angka *Gini Ratio* mencapai 0,401 sedangkan di pedesaan mencapai 0,32. Angka ini tidak jauh berbeda dari tahun ke tahun dan menunjukkan lebarnya disparitas kesejahteraan di Indonesia.

Al Qur'an telah mengatur perlunya pemerataan distribusi pendapatan dalam QS. al-Anfal (8): 1, QS. al-Hasyr (59): 7, QS. al-Hadid (57): 7 dan QS. at-Taubah (9): 60 mengandung nilai larangan keras penumpukan harta benda atau barang kebutuhan pokok pada segelintir orang saja. Bahkan sebenarnya prinsip ekonomi dalam Islam sebagian besar mengatur tentang keadilan distribusi kesejahteraan.

Beberapa ayat dalam Al Qur'an juga mengatur tentang mekanisme jaminan sosial sebagai salah satu cara untuk mengurangi kesenjangan kesejahteraan, yaitu:

1. Adanya hak fakir miskin dalam harta orang-orang kaya (Q.S Al Ma'rij/70; 24-25).
2. Keacuhan terhadap fakir miskin berakibat manusia masuk dalam neraka Saqar (Q.S Al Mudassir/74:42-44).
3. Orang-orang yang tidak mempedulikan nasib buruh yang menjadi tanggung jawabnya sama dengan mengingkari nikmat Allah SWT (Q.S An Nahl/16:71).
4. Orang yang menghardik anak yatim dan mengacuhkan orang miskin adalah pendusta agama (Q.S Al Ma'un/107:1-3).

Konsep-konsep dan aturan dalam Al Qur'an menjadi dasar dari pemikiran-pemikiran bagaimana Islam memandang dan memberikan solusi tentang keadilan ekonomi bagi masyarakat. Berdasarkan hal ini maka perlu dikembangkan pemikiran sebagai sebuah kerangka pikir dan kebijakan ekonomi untuk mewujudkan ekonomi yang berkeadilan sekaligus memberikan pencerahan pada ummat. Keadilan ekonomi yang mencerahkan yang dimaksud adalah distribusi kesejahteraan yang tidak hanya bersifat memberikan *charity* pada kelompok fakir, melainkan juga memberikan solusi pemberdayaan ekonomi bagi kelompok miskin dengan memberikan akses pada sumber daya ekonomi serta membangun kemandirian bagi mereka.

Buku ini mendiskusikan tema Beragama dan Penegakan Keadilan Ekonomi yang Mencerahkan dengan 4 bagian utama, yaitu:

1. Keadilan Ekonomi: Konsep dan Kebijakan.
2. Pengembangan UMKM dan Pemerataan Kesejahteraan
3. Inovasi dan Kemandirian Ekonomi
4. Tata Kelola Organisasi dan Keuangan

Keadilan ekonomi merupakan prasyarat untuk mengatasi kesenjangan kesejahteraan di Indonesia. Keadilan ekonomi dalam pemikiran Muhammadiyah adalah keadilan ekonomi yang mencerahkan artinya bukan keadilan *distributive* berdasarkan azas

pemerataan, melainkan keadilan berazaskan kemandirian. Secara riil penerapan dalam kebijakan ekonomi adalah bagi kelompok masyarakat fakir adalah pemberian jaminan sosial karena kelompok ini adalah kelompok yang tidak mampu menolong dirinya sendiri (anak yatim, kelompok masyarakat berkebutuhan khusus dan manula). Mereka ini menjadi sasaran bagi semua program penjaminan sosial yang diatur oleh pemerintah dan kelompok masyarakat.

Keadilan ekonomi bagi kelompok miskin adalah kebijakan yang bersifat memberdayakan kemampuan mereka untuk mandiri dengan memberikan akses pada sumber daya ekonomi sehingga pada saatnya mereka mampu membangun kemandirian. Dalam kerangka kebijakan ekonomi yang lebih besar, hal ini juga berarti keberpihakan pada kekuatan-kekuatan ekonomi lokal agar mereka mampu menguasai rantai nilai industri yang bernilai ekonomi tinggi.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah bentuk nyata dari keberpihakan pada kekuatan ekonomi lokal untuk mencapai kemandirian. UMKM serta Koperasi di Indonesia adalah badan usaha yang sesuai dengan prinsip keadilan ekonomi. Secara riil badan usaha inilah yang sebenarnya menjadi tulang punggung perekonomian nasional untuk menyerap tenaga kerja dan sekaligus menjadi pondasi bagi industri nasional. Pekerjaan utama dalam mengembangkan UMKM adalah dengan membangun daya saing. Hal ini sangat sering dibahas dan secara teoretis ada banyak pendekatan untuk melakukannya, namun demikian dalam praktiknya sulit untuk dilaksanakan. Untuk membangun daya saing sebuah industri diperlukan pemahaman terhadap lima elemen dari sebuah industri yaitu persaingan antar perusahaan dalam industri, ancaman dari pemain baru yang potensial, ancaman dari industri substitusi, ancaman dari supplier, dan ancaman dari pembeli.

Pengembangan UMKM berarti memberikan keluasaan akses dalam dunia usaha atau pemerataan akses. Hal ini dikarenakan UMKM secara empirik mempunyai kelemahan dari sisi akses maupun kepemilikan sumber daya, baik sumber daya manusia, teknologi maupun permodalan. UMKM yang merupakan bagian terbesar dari badan usaha yang dominan dan dimiliki kelompok masyarakat menengah ke bawah. Kelompok masyarakat menengah ke bawah yang

merupakan bagian terbesar dari masyarakat di Indonesia sehingga pada saat UMKM berkembang akan berdampak pada pemerataan kesejahteraan di Indonesia.

Perekonomian di masa depan tergantung pada inovasi yang dilakukan oleh pelaku ekonomi. Inovasi dalam perekonomian terkait dengan terobosan untuk membuat produk baru atau menyusun proses bisnis yang baru. Inovasi juga terkait dengan kualitas sumber daya manusia yang merupakan sumber inovasi itu sendiri. Kondisi kontemporer di Indonesia saat ini, industri kita merupakan bagian dari sebuah mata rantai industri global. Masalahnya, industri nasional belum berperan strategis dalam mata rantai industri global karena tidak mempunyai penguasaan terhadap mata rantai industri terpenting yaitu teknologi.

Tata kelola organisasi dan keuangan terkait dengan aturan baku atau landasan etika serta legal terkait dengan lembaga-lembaga ekonomi. Permasalahan-permasalahan dalam relasi antar lembaga ekonomi serta aturan main dalam perekonomian diperlukan untuk menjaga agar tidak terjadi kegagalan pasar. Tata kelola organisasi dan keuangan juga menjamin bahwa masalah keadilan ekonomi serta pemerataan kesejahteraan bisa diwujudkan.

Surakarta, 6 Februari 2019

Editor

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	vii

Prolog

MENARIK KE TENGAH BANDUL EKONOMI LIBERAL	
Prof. Dr. Bambang Setiaji.....	1
DISTRIBUSI KEKAYAAN DALAM AL-QUR'AN	
Prof. Dr. Muhammad Wahyuddin	9

Bagian 1. Keadilan Ekonomi

MENUJU PASAR YANG BERKEADILAN	
Imron Rosyadi	17
INTOLERANSI EKONOMI: MELURUHKAN ENERGI <i>DARUL 'AHDI WA SYAHADAH</i>	
Mukhaer Pakkanna.....	35
KEBIJAKAN PERENCANAAN DALAM PEMBIAYAAN ANGGARAN DEFISIT	
Dr. Daryono Soebagiyo., MEc	57
PENTINGNYA KEPERCAYAAN POLITIK DALAM MEMBANGUN KEADILAN EKONOMI	
Ihwan Susila	74

Bagian 2. Pengembangan UMKM dan Pemerataan Pembangunan

TATA KELOLA DAN KEWIRAUSAHAAN PERUSAHAAN KELUARGA PADA UMKM DI INDONESIA: PELUANG DAN TANTANGAN	
Kussudyarsana, PhD.....	97

PERAN UNIVERSITAS DALAM PEMBENTUKAN WIRAUSAHA BARU	
Soepatini.....	116
AKSES PEMBIAYAAN LEMBAGA KEUANGAN BAGI UKM	
Imronudin	124
MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH	
Wiyadi.....	144
MASALAH KETERSEDIAAN DATA DAN PEMETAAN DALAM PENGEMBANGAN UMKM	
Agung Riyardi.....	168

Bagian 3. Inovasi dan Kemandirian

E-BANKING & TANTANGAN INOVASI	
Edy Purwo Saputro.....	183
MEMPERTAHANKAN KEUNGGULAN MUHAMMADIYAH (TINJAUAN MANAJEMEN ORGANISASI)	
M. Farid Wajdi, MM., Ph.D.	216
MENGURANGI RISIKO BENCANA UNTUK PEMBANGUNANEKONOMIYANGMENCERAHKAN	
Dr. Muzakar Isa, SE., M.Si	226
PENINGKATAN NILAI TAMBAH INDUSTRI NASIONAL	
Anton Agus Setyawan.....	244

Bagian 4. Tata Kelola Organisasi dan Keuangan

PENGUATAN KONSEP <i>GOOD GOVERNANCE</i> DALAM RANGKA PENCEGAHAN KECURANGAN KEUANGAN	
Dr. Syamsudin, MM.....	265

PERAN AUDIT INTERNAL DALAM TATA KELOLA KEUANGAN AMAL USAHA MUHAMMADIYAH	
Dra Rina Trisnawati MSi.Ak.Ph.D.CA*	283
PENTINGNYA LAPORAN KEUANGAN BAGI BISNIS SYARIAH	
Dr. Noer Sasongko,SE, MSi, Ak, CA.....	307
PERAN <i>GOOD CORPORATE GOVERNANCE</i> DALAM MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN	
Fatchan Achyani.....	319

MENARIK KE TENGAH BANDUL EKONOMI LIBERAL

Prof. Dr. Bambang Setiaji

Pendahuluan

UUD 45 pasal 33 menegaskan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan. Ayat ini menegaskan bahwa bentuk ekonomi Indonesia bukanlah persaingan bebas atau liberal dengan implikasinya membentuk elit ekonomi yang kemudian disebut kaum pemilik kapital atau kapitalis. Namun demikian, perjalanan ekonomi Indonesia dewasa ini semakin liberal di mana negara terjebak melayani kepentingan pemilik kapital baik dalam maupun luar negeri. Tuntutan akan pertumbuhan ekonomi dan investasi besar dipenuhi dengan jalan mudah, yaitu memanjakan pemodal melakukan apa saja tanpa arahan.

Seringkali pemilik kapital tersebut kurang menghargai negara seperti akhir akhir ini terlihat dalam kasus reklamasi, Meikarta dan pertambangan yang berjalan mendahului ijin pemerintah, atau memperoleh ijin dengan jalan menyuap. Fenomena ini bersifat gunung es yang mungkin terjadi pada pemberian lisensi lisensi besar yang lain misalnya atas penggunaan tanah perkebunan, kehutanan, dan pertambangan yang begitu luas.

Implikasi dari ekonomi liberal menempatkan negara sebagai pelayan kapital dengan hadiah pertumbuhan berdasar hutang (*debt based growth*), kestabilan harga, dan suku bunga, tetapi dengan biaya adanya ketimpangan ekonomi yang makin tinggi, pengangguran, defisit neraca berjalan dan ketergantungan. Keempat aspek tersebut akan dibicarakan dalam kertas kerja ini.

Pertumbuhan Ekonomi Berbasis Hutang (*Debt Based Growth*)

Salah satu ciri negara kapitalis liberal adalah ketimpangan dan terkonsentrasinya kekayaan di tangan kelompok kapitalis. Ciri ciri ini terdapat dalam ekonomi Indonesia yang ditunjukkan oleh berbagai data ketimpangan aset misalnya tanah, uang tabungan, dan aset lain di tangan katakanlah 1 % kelompok.

Mengapa pemerintah mesti berhutang? Pemilik kekayaan tentu berharap uangnya selalu bertambah, tetapi sudah melebihi kemampuannya mengelola. Uang tersebut diinvestasikan di sektor swasta aman melalui perbankan dan saham, dan meminjami pemerintah yang juga dianggap aman serta memberikan imbal hasil di atas inflasi. Salah satu instrumen berupa hutang pemerintah, bisa dibaca nakal, bahwa pemerintah pun bekerja untuk memberi imbal hasil kelompok kapitalis.

Hutang pemerintah harus memberi imbal hasil lebih tinggi, akibatnya perbankan menjadi kekurangan likuiditas. Perbankan akan melakukan seleksi kredit (Stiglitz, 1981) hanya kepada perusahaan "*beken*" yang dijamin aman. Akibatnya perusahaan baru sangat sulit tumbuh untuk menembus industri yang sudah dikuasai oleh pemilik modal yang mapan. Struktur industri menjadi oligopolistik.

Proses tersebut di atas, memang menghasilkan pertumbuhan tetapi dalam ekonomi liberal kapitalistik yang makin mapan tidak mungkin akan tumbuh tinggi. Karena pemilik kelebihan uang bermain aman atau moderat dengan kerja sama dengan pemerintah yang dijamin membayar dan perbankan dengan memberi kredit pengusaha mapan.

Pertumbuhan tinggi hanya mungkin bila terdapat banyak *start up* di tengah keadaan kelebihan penduduk. Oleh sebab itu, keseimbangan moderate tersebut di samping menghasilkan seleksi kredit (Stiglitz, 1981) akan menghasilkan residu SDM atau pengangguran (Shapiro-Stiglitz, 1984).

Pengangguran itu kemudian membentuk ekonomi apa adanya, sektor informal yang begitu luas. Jadi bukan problem pengangguran

yang kita hadapi, tetapi kita menghadapi jutaan bahkan mayoritas pekerjaan yang tidak berkualitas yang hanya berkuat pada survival.

Ketimpangan dan Pengangguran

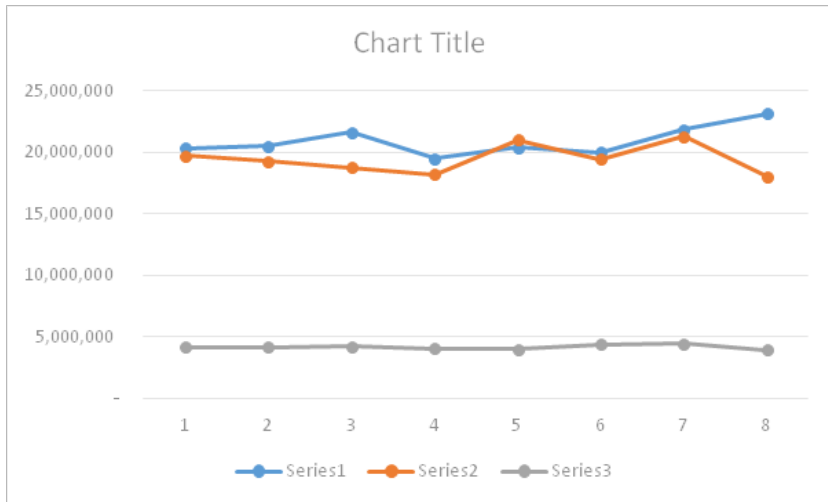
Ekonomi kapitalistik liberal menciptakan ketimpangan yang sulit diatasi, kecuali akumulasi uang atau kekayaan yang bekerja sendiri, hubungan kapitalis dengan pemerintah sebagai pemberi ijin khususnya aset negara seperti pertambangan, kehutanan, dan perkebunan menyebabkan secara langsung ketimpangan itu sendiri. Sampai sekarang tidak ada penjelasan resmi tentang statemen Amin Rais 1 % penduduk menguasai 73 % tanah dan bahkan Buya Syafei Ma'arif menyebut menguasai 93 % tanah. Penggunaan tanah ini untuk komoditi yang merupakan kepentingan pemilik modal, sedang kebutuhan sejati rakyat yaitu pangan, pertanian diimpor. Pada masa pemerintahan kolonial *kultur stelsel* diperkirakan hanya menggunakan 20 % tanah untuk ditanami komoditi kolonial.

Ijin penggunaan tanah yang sampai jutaan hektar bila dipecah pecah menjadi 1000 sd 5000 akan melahirkan ekonomi kelompok menengah yang kuat, memecah dari 1 jabatan misalnya direktur menjadi 1000 direktur, 10 sekretaris menjadi 10 000 sekretaris, sopir, satpam, dan pekerja operator lainnya. Kebalikannya pemberian lisensi yang begitu luas meringkas pekerjaan dan menyebabkan pengangguran itu sendiri.

Pengangguran inilah yang kemudian membentuk ekonomi subsistensi ekonomi sekedar hidup atau hidup sekedar hidup jutaan rakyat Indonesia.

Sektor Informal atau ekonomi subsistensi itupun bersaing ketat karena sangat banyak pemain. Misalnya kuliner yang merajalela hampir setiap 50 meter ditemukan warung makan. Mereka *stuck* data berikut menggambarkan kepahitan ekonomi rakyat banyak.

Data Status Pekerjaan, 2014 - 2017



Sumber Badan Pusat Statistik Satatus Pekerjaan Utama

Seri 1: Berusaha Sendirian Naik dari 20,32 juta menjadi 23,15 juta orang (diduga bermain di OJOL, dan pekerjaan kurang berkualitas lainnya).

Seri 2: Berusaha dibantu buruh tidak tetap (UMKM) turun dari 19,73 juta menjadi 18 Juta menurun 1,7 juta usaha.

Seri 3: Berusaha dibantu Buruh Tetap (sektor formal, atau informal tetap), turun dari 4,13 juta menjadi 3,95 juta menurun 189 ribu usaha.

Dalam data kependudukan yang tumbuh hampir dua persen setahun mestinya semua profesi meningkat minimal 2% untuk mengatasi stock permasalahan tahun sebelumnya. Penurunan status usaha seperti diatas sangat kurang baik.

Dengan demikian pertumbuhan 5% yang terjadi dari mana pemasoknya? Para oligopolistik ditambah barang barang murah impor dari China diduga menjadi proses self selection masih terus sedang terjadi menyingkirkan rakyat dari industri utama, dan kini dari industri kecil.

Masalah Internasional

Di samping defisit anggaran untuk pembangunan, Indonesia menghadapi defisit neraca berjalan dalam jangka yang panjang. Defisit dipicu oleh konsumeristik - impor *minded* yang kurang mendapat arahan negara (kebebasan berkonsumsi).

Defisit ini menyebabkan nilai kurs rupiah vs dollar dalam jangka panjang terpuruk. Untuk menutup defisit dan mempertahankan kurs diperlukan *fresh money*, bagaimana caranya? Memasukkan investasi atau uang asing melalui penjualan saham perusahaan kita, meminjam atau menjual obligasi denominasi dolar, memberi lisensi atau menyewakan tanah dan isinya. Dengan kata lain mengkonsumsi jangka pendek dibayar hutang, atau dengan menjual atau menyewakan aset jangka panjang. Lebih lebih bila investasi asing tersebut membawa tenaga kerja asing. Video tentang pak Menteri Tenaga Kerja yang sidak kepada tenaga kerja asing memperlihatkan hal ini. Kita mengundang atau memberi ijin investor asing dengan hormat, tetapi banyak investor ini disinyalir kurang menghargai hukum keimigrasian kita. Hal tersebut menimbulkan krisis kepercayaan, masyarakat menduga pemerintah dengan sengaja menyingkirkan rakyatnya sendiri.

Investasi asing harus dievaluasi dengan menggunakan teori paling sederhana yaitu absolut advantage, negara yang kelebihan tenaga kerja bekerja sama dengan negara yang kelebihan modal kekurangan tenaga kerja. Dengan demikian pihak investor tidak akan membawa tenaga kerja karena mereka sendiri kekurangan.

Skenario, atau kata ekonomi disusun atau arahan negara sangat penting untuk ditekankan. Membiarkan ekonomi tanpa arahan negara maka kata “ekonomi disusun” atau di skenario menjadi hilang, Indonesia hilang atau Indonesia punah, yaitu hilang tidak tentu rimbanya kehilangan ciri khas atau jati diri.

Menarik Bandul Ekonomi (Kesimpulan dan Saran).

Mengembalikan bandul ekonomi liberal dan implikasinya kepada formulasi UUD 45 diperlukan usaha khusus. Pasal 33 itu merupakan

perenungan Pak Hatta membaca literatur dan sejarah ekonomi Barat dan akibatnya kepada *resesi* ekonomi 1930an.

Untuk menjadi diri sendiri - berjati diri dengan ekonomi pasal 33 tidak bisa diserahkan kepada pendekatan ekonomi konvensional atau pasar yang semakin menuju kepada kapitalisme - liberal yang ditentang dalam *preamble* kemerdekaan. Diperlukan usaha ekstra beripikir non konvensional.

Disini akan dibuat Dua Contoh.

Contoh Pertama: Bagi Hasil Dengan Para Sarjana Kita

Di atas diungkapkan bahwa tanah sangat timpang dikuasi kaum pemodal ditanami komoditi yang lebih parah (80%) dibanding dari jaman kolonial (20%). Lisensi tersebut diusulkan, dipecah dan diberikan kepada *start up* siapakah mereka, para sarjana terbaik alumni IPB, ITB, UGM dan Ribuan Fakultas biang terkait tanah dan pertambangan. Berikan mereka kepercayaan mengolah tanah artinya, menciptakan misalnya pertanian dan peternakan modern.

Musuh dari ekonomi liberal adalah ekonomi dengan sponsor negara (Ian Bremmer, 2009) dalam tulisannya Akhir pasar bebas, menggambarkan hal ini. Ekonomi BUMN yang paling berhasil sekarang adalah RRC. Bagaimanapun dalam pengalaman kita, BUMN konvensional adalah kurang efisien, birokrat, dan bagaimanapun tempat penitipan timses.

Para sarjana pengolah tanah direkrut oleh negara bukan menjadi pengelola BUMN tetapi dalam skenario bagi hasil dengan negara. Tanah tetap milik negara, mereka para sarjana menjadi pengolah atau penyakap, karena sistem perbankan tidak memungkinkan membiayai *start up* maka perlu dipinjami lagi alat alat berat dan bibit. Mereka bisa disebut semi BUMN pejuang ekonomi nasional.

Contoh pertama ini akan membuat corak ekonomi kekeluargaan muncul dan arah atau bandul ekonomi akan sangat berbeda.

Contoh Kedua: Koperasi Jalan Toll Indonesia (KJTI)

Kebanggaan pembangunan infrastruktur khususnya jalan toll trans jawa memang diakui menggembirakan. Namun, jalan toll adalah berbayar, ini adalah kesempatan bisnis. Disini misalnya diperbaiki dengan dua sisi.

Pertama, dari sisi pengelolaan, adanya jalan toll mematikan industri kuliner warung tegal di jalan lama. Bagaimana memastikan bahwa mereka bisa mengakses ke *rest- rest area*. Hal ini mengurangi pengusaha kuliner dan rentetannya yang terdampak.

Kedua, dari sisi pembiayaan atau kepemilikan, koperasi yang selama ini mengurus bisnis marginal bisa naik pangkat misalnya menjadi KJTI. Siapa saja anggotanya ?

1. Petani yang terdampak bisa memperoleh *opsi* sebagai anggota pemilik
2. Pemilik mobil di samping pajak, wajib menjadi anggota dengan membayar simpanan pokok saat membeli mobil, simpanan wajib setiap tahun saat pajak, dan simpanan sukarela untuk memperoleh tambahan dividen.
3. Jika mobilnya sudah hangus, simpanan dikembalikan untuk DP mobil baru, dan wajib menjadi anggota kembali (menabung kembali).

Dua usaha seperti di atas bila dijalankan nuansa ekonomi sudah sangat berubah. Tugas kita para ekonomi, hendaknya jangan hanya berpikir konvensional, diperlukan keberanian para ekonom memberi masukan. Dan, dibutuhkan pemimpin yang memiliki semangat nasionalisme ekonomi. Lebih jauh lagi jangan sampai negeri dikelola dengan cara tidak peduli dengan apa yang sebenarnya terjadi.

Referensi

Carl Shapiro and Joseph E. Stiglitz (1984) *Equilibrium Unemployment as a Worker Discipline Device* *The American Economic Review*, Vol. 74, No. 3 (Jun., 1984), pp. 433-444

Joseph E. Stiglitz; Andrew Weiss, *Credit Rationing in Markets with Imperfect Information*

The American Economic Review, Vol. 71, No. 3. (Jun., 1981), pp. 393-410.

Ian Bremmer *State Capitalism Comes of Age: The End of the Free Market?* *Foreign Affairs* Vol. 88, No. 3 (May/June 2009), pp. 40-55

DISTRIBUSI KEKAYAAN DALAM AL-QUR'AN

Prof. Dr. Muhammad Wahyuddin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

E-mail: mw391@ums.ac.id

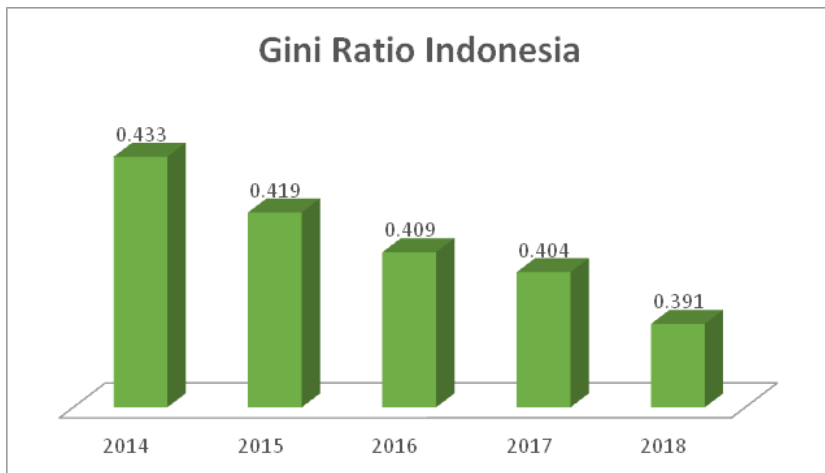
Distribusi kekayaan adalah salah satu tema ekonomi dalam Al-Qur'an yang sangat penting. Dalil dari distribusi kekayaan ini adalah di Q.S. Al-Hasyr Ayat 7:

مَا آفَاءَ اللَّهِ عَلَىٰ رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِللَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ
ۗ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ اللَّهَ
شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya:

Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, untuk Rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu, maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya.

Masalah distribusi kekayaan ini menjadi relevan dengan salah satu masalah perekonomian di Indonesia saat ini, yaitu ketimpangan distribusi pendapatan. Grafik 1 menunjukkan perkembangan *Gini Ratio* di Indonesia tahun 2014-2018.



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2018

Angka *Gini Ratio* Indonesia memang mengalami penurunan dalam lima tahun terakhir. Meskipun demikian, angka *Gini Ratio* 0,391 masih merupakan potret kesenjangan yang lebar. Distribusi kekayaan yang hanya beredar di kalangan kelompok masyarakat menengah ke atas menunjukkan adanya masalah dalam perekonomian.

Al-Qur'an sudah memberikan kepada kita panduan dalam pengelolaan dan distribusi harta yang akan membawa kebaikan dunia dan akhirat (Ernawati dan Setiyati, 2017). Ada beberapa ayat dalam Al-Qur'an yang bisa menjadi panduan dalam konteks distribusi harta. Pertama adalah Q.S. Ali Imran Ayat 92:

لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ ۚ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ
عَلِيمٌ

Artinya:

Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan sebahagian harta yang kamu cintai. Dan apa saja yang kamu nafkahkan maka sesungguhnya Allah mengetahuinya.

Ayat ini merupakan dasar bagi individu untuk memberikan sebagian hartanya kepada mereka yang membutuhkan. Hal ini menunjukkan bahwa tanggung jawab mewujudkan tatanan perekonomian yang adil dan merata serta menjadi tanggung jawab individu. Secara teknis, bentuk pembagian harta kepada mereka yang membutuhkan tersebut diwujudkan dan diatur dalam bentuk zakat. Q.S. Al-Baqarah Ayat 267 menjadi landasan dari kewajiban zakat ini.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ
الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا
فِيهِ ؕ وَأَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah Subhanahu wa Ta'ala) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

Ada beberapa alasan mengapa individu perlu memberikan zakat kepada mereka yang memerlukan. Alasan pertama yaitu di dalam harta mereka terkandung harta milik orang miskin dan anak yatim. Hal ini ditunjukkan dari Q.S. Adz-Dzaariyat Ayat 19:

وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ

Artinya:

Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian.

Alasan kedua terkait dengan landasan keimanan sebagai muslim. Hal ini ditunjukkan oleh Q.S. Al-Baqarah Ayat 177:

لَيْسَ الْبِرُّ أَنْ تُولُوْا وُجُوْهُكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ
 ءَامَنَ بِاللّٰهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتٰبِ وَالنَّبِيِّۦنَ وَءَاتَى الْمَالَ
 عَلَىٰ حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتٰمَىٰ وَالْمَسْكِيۦنَ وَابْنَ السَّبِيْلِ وَالسَّآئِلِيۦنَ
 وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلٰوةَ وَءَاتَى الزَّكٰوةَ وَالْمُؤَفِّوۦنَ بَعْدِهِمْ إِذَا عٰهَدُوۡا ۗ
 وَالصَّٰبِرِيۦنَ فِى الْبَأْسَآءِ وَالضَّرَآءِ وَحِيۦنَ الْبَأْسِ ۗ ؕ اُوۡلٰٓئِكَ الَّذِيۦنَ صَدَقُوۡا ۗ
 وَاُوۡلٰٓئِكَ هُمُ الْمُتَّقُوۡنَ

Artinya:

Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa.

Berdasarkan ayat-ayat yang mengatur tentang distribusi kekayaan tersebut, kita bisa melihat bahwa tanggungjawab mewujudkan keadilan ekonomi di dalam masyarakat menjadi tanggung jawab individu dan bahkan hal itu terkait erat dengan tanggung jawab keimanan sebagai muslim.

Dalam konteks kebijakan ekonomi, maka kita bisa menyimpulkan bahwa pemerataan distribusi pendapat di sebuah negara menjadi tanggung jawab pemerintah dan juga individu. Pejabat publik atau pejabat pemerintahan mempunyai kewajiban melekat di dalam dirinya untuk menjamin terciptanya sebuah keadilan ekonomi bagi masyarakat.

Muhammad Wahyuddin adalah Guru Besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Beliau menyelesaikan S-1 bidang Manajemen Perusahaan dari Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta. S-2 bidang Ekonomi Pertanian dari Universitas Gadjah Mada dan S-3 bidang Ekonomi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gadjah Mada.

BAGIAN 1.
KEADILAN EKONOMI

MENUJU PASAR YANG BERKEADILAN

Imron Rosyadi

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Email: imron@ums.ac.id

PENDAHULUAN

Harga barang ditentukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran barang. Secara teori, keseimbangan pasar (*market equilibrium*) terjadi pada saat perpotongan antara kurva permintaan (*supply curve*) dan kurva penawaran (*demand curve*). Titik perpotongan itulah menandai adanya harga (P) keseimbangan dan kuantitas (Q) keseimbangan. Dalam konsep Islam, titik temu antara pertemuan dan penawaran barang harus didasarkan atas *'an taraddim minkum* (rela sama rela), tidak ada pihak yang merasa terpaksa atau tertipu adanya kekeliruan objek transaksi dalam melakukan transaksi barang tertentu (Q) pada tingkat harga tertentu (P).

Dengan demikian Islam menjamin, harga pasar dan ketersediaan barang terbentuk/terjadi karena kekuatan para pembeli dan persaingan para penjual di pasar secara bebas, yang didukung arus informasi yang berimbang atau tidak terjadi ketimpangan informasi (*asymmetric information*), dalam kerangka keadilan. Maksudnya di pasar tidak ada pihak yang mendzolimi dan didzolimi, baik pelakunya adalah individu penjual (produsen/tengkulak/pedagang/importir), pembeli (konsumen), maupun pemerintah. Kondisi seperti itu disebut sebagai “pasar yang berkeadilan”. Namun, kondisi ideal seperti itu seringkali tidak tercapai karena adanya faktor gangguan/interupsi pada mekanisme pasar, atau yang disebut dengan istilah distorsi pasar (*market distortion*).

Pembahasan makalah ini dimulai dengan kajian tekstual Al-Qur'an tentang keadilan dan ketidakadilan di pasar, kemudian dilanjutkan dengan diskusi mengenai distorsi pasar secara kontekstual. Terakhir, membahas tentang distorsi pasar dalam tataran praktis (kontekstualisasi).

TELAAH TEKS

Dalam kajian Ekonomi Islam, terjadinya distorsi pasar dikaitkan dengan perbuatan aniaya (ketidakadilan), perbuatan dosa, pelanggaran, dan merusak tatanan kehidupan manusia. Sebagaimana disebut dalam sejumlah ayat dalam Al-Qur'an berikut ini:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ
(٢٧٨) فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتُمْ فَلَكُمْ
رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْمُونُ وَلَا تَظْمُونَ (٢٧٩)

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.” (278). “Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertobat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.” (279)

Penafsiran Surat Al-Baqarah ayat 178 dan 179 dipaparkan dalam tafsir Ibnu Katsir sebagai berikut:

Allah berfirman seraya memerintahkan hamba-hamba-Nya yang beriman untuk bertakwa kepada-Nya sekaligus melarang mereka mengerjakan hal-hal yang dapat mendekatkan kepada kemurkaan-Nya dan menjauhkan dari keridhaan-Nya, di mana Dia berfirman: *yaa ayyuhal ladziina amanut taqullaaha* (“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah”). Maksudnya, takutlah kalian kepada-Nya dan berhati-hatilah, karena Dia senantiasa mengawasi segala sesuatu yang kalian perbuat.

Wa dzaruu maa baqiya minar ribaa (“Dan tinggalkan sisa riba [yang belum dipungut]”). Artinya, tinggalkanlah harta kalian yang merupakan kelebihan dari pokok yang harus dibayar orang lain, setelah datangnya peringatan ini.

In kuntum mu'miniin (“Jika kalian orang-orang yang beriman”). Yaitu, beriman kepada syariat Allah, yang telah ditetapkan kepada kalian, berupa penghalalan jual beli, pengharaman riba, dan lain sebagainya.

Zaid bin Aslam, Ibnu Juraij, Muqatil bin Hayan dan as-Suddi menyebutkan bahwa redaksi ayat ini diturunkan berkenaan dengan Bani ‘Amr bin Umair dari suku Tsaqif, dan Bani Mughirah dari Bani Makhzum. Di antara mereka telah terjadi praktik riba pada masa jahiliyah. Setelah Islam datang dan mereka memeluknya, suku Tsaqif meminta untuk mengambil harta riba itu dari mereka. Kemudian mereka pun bermusyawarah, dan Bani Mughirah pun berkata: “Kami tidak akan melakukan riba dalam Islam dan menggantikannya dengan usaha yang disyariatkan. Kemudian ‘Utab bin Usaid, pemimpin Makkah, menulis surat membahas mengenai hal itu dan mengirimkannya kepada Rasulullah Saw. Maka turunlah ayat tersebut. Lalu Rasulullah membalas Surat ‘Utab dengan surat yang berisi: *yaa ayyuhal ladziina amanut taqullaaha Wa dzaruu maa baqiya minar ribaa in kuntum mu'miniin fa illam taf'aluu fa'dzanuu biharbim minallaahi wa rasuulibi* (“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba [yang belum dipungut] jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan [meninggalkan sisa riba] maka ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu”). Maka mereka pun mengatakan, “Kami bertobat kepada Allah Ta’ala dan kami tinggalkan sisa riba yang belum kami pungut”. Dan mereka semua pun akhirnya meninggalkannya.

Ayat ini merupakan peringatan keras dan ancaman yang sangat tegas bagi orang yang masih tetap mempraktikkan riba setelah adanya peringatan tersebut. Ibnu Juraij menceritakan, Ibnu Abbas mengatakan bahwasanya ayat: *fa illam taf'aluu fa'dzanuu biharbim minallaahi wa rasuulibi* (“Maka jika kalian tidak mengerjakan [meninggalkan riba], maka ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangi

kalian”). Maksudnya adalah yakinilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangi kalian.

Sedangkan menurut Ali bin Abi Thalhaf, dari Ibnu Abbas, mengenai firman Allah: *fa illam tafaluu faidzanuu biharbim minallaahi wa rasuulih* (“Maka jika kalian tidak mengerjakan [meninggalkan riba], maka ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangi kalian”). Maksudnya, barang siapa yang masih tetap melakukan praktik riba dan tidak melepaskan diri darinya, maka wajib atas imam kaum muslimin untuk memintanya bertobat, jika ia mau melepaskan diri darinya, maka keselamatan baginya, dan jika menolak, maka ia harus dipanggil lehernya.

Setelah itu Allah Swt. berfirman: *wa in tubtum falakum ru-uusu amwaaalikum laa tadhlimuuna wala tadhlimuun* (“Dan jika kalian bertobat [dari pengambilan riba], maka bagi kalian pokok harta kalian. Kalian tidak menganiaya dan tidak [pula] dianiaya”). Maksudnya, kalian tidak berbuat zalim dengan mengambil pokok harta itu: *wala tadhlamuun*; (“Dan tidak pula dianiaya”). Maksudnya, karena pokok harta kalian dikembalikan tanpa tambahan atau pengurangan (yaitu: memperoleh kembali pokok harta).

Ibnu Mardawaih meriwayatkan, Imam asy-Syafi’i memberitahu kami, dari Sulaiman bin ‘Amr, dari ayahnya, ia menceritakan, aku pernah mendengar Rasulullah bersabda: “Ketahuilah, sesungguhnya setiap riba dari riba jahiliyah itu sudah dihapuskan. Maka bagi kalian pokok harta [modal] kalian. Kalian tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya.”

وَلَا تَقْرُبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا
الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا
وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَلِكُمْ وَصَلَّكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

“Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban

kepada seseorang melainkan sekadar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil kendatipun dia adalah kerabat(mu), dan penubillah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.” (Al-An’aam: 152)

Terkait dengan surat Al-An’aam ayat 152, Quraish Shihab dalam tafsir Al-Misbah, menafsirkan sebagai berikut:

Pertama, jangan menggunakan harta anak yatim kecuali dengan cara terbaik yang dapat menjamin dan mengembangkannya, sampai ia mencapai usia dewasa dan mampu mengatur sendiri keuangannya dengan baik. Saat itu, serahkan harta itu kepadanya. *Kedua*, jangan mengurangi timbangan atau ukuran saat kalian memberi (menjual) dan jangan meminta lebih atau tambahan saat kalian menerima (membeli). Lakukanlah timbangan itu secara adil semampu kalian. Allah tidak membebani manusia kecuali sesuatu yang sesuai dengan kemampuannya, tanpa merasa terpaksa. *Ketiga*, apabila kalian mengucapkan sesuatu tentang hukum, persaksian, berita, dan sebagainya, jangan sampai condong kepada perilaku tidak adil dan tidak jujur. Lakukanlah itu tanpa melihat hubungan kebangsaan, warna kulit, kekerabatan, dan sebagainya. *Keempat*, jangan melanggar janji kepada Allah yang telah memberikan tugas. Juga, jangan melanggar janji di antara sesama kalian, berkenaan dengan urusan yang disyariatkan. Tepatilah semua janji itu. Allah menekankan perintah menjauhi larangan ini kepada kalian, agar kalian ingat bahwa ketentuan itu memang untuk maslahat kalian.

يَأْيُهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْلُوا شَعِيرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا
الْقَلَائِدَ وَلَا ءَأَمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا
حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ
الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالْعُدُوِّ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syiar-syiar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari karunia dan keridaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). **Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.** Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.” (Al-Maidah: 2)

Dalam tafsir Ibnu Katsir, berkenaan dengan Firman Allah: “*Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran*” dipaparkan sebagai berikut:

Maknanya Allah Ta’ala memerintahkan hamba-hamba-Nya yang beriman untuk tolong-menolong dalam berbuat kebajikan, itulah yang disebut dengan *al-birru* (kebajikan); serta meninggalkan segala bentuk kemungkar/pelanggaran, dan itulah yang disebut dengan *at-taqwa*. Allah Ta’ala melarang mereka tolong-menolong dalam kebatilan, berbuat dosa, dan segala hal yang diharamkan.

Ibnu Jarir berkata: “*Al-Itmu* (dosa) berarti meninggalkan apa yang oleh Allah perintahkan untuk mengerjakannya, sedangkan *al-’udwan* (*permusuhan*) berarti melanggar apa yang telah ditetapkan-Nya kepada kalian dan kepada orang lain.

Imam Ahmad berkata, dari Anas bin Malik, Rasulullah SAW bersabda: “*Tolonglah saudaramu, baik yang dalam keadaan berbuat dzalim maupun didzalimi. Ditanyakan: Ya Rasulullah, aku akan menolong orang yang didzalimi itu, lalu bagaimana aku menolongnya jika ia dalam keadaan berbuat dzalim? Beliau SAW menjawab: ‘mengingatkan dan melarangnya dari kedzaliman, itulah bentuk pertolongan baginya.’*”

Dalam hadits yang diriwayatkan Abu Dawud, dalam kitabnya, *Sunan Abi Dawud* Bab “*as-Sunnah*” disebutkan:

“Barang siapa yang menyeru kepada petunjuk, maka baginya pahala seperti pahala yang diterima oleh orang yang mengikutinya sampai hari kiamat, tanpa mengurangi pahala mereka (orang-orang yang mengikuti petunjuk itu) sedikit pun. Barang siapa yang menyeru kepada kesesatan, maka baginya dosa, seperti dosa yang dilakukan oleh orang yang mengikutinya sampai hari kiamat, dan hal itu tidak mengurangi sedikit pun dari dosa-dosa mereka (orang-orang yang mengikutinya)”

KONTEKS AYAT

Konsep Adil

Konsep adil tidak hanya dimiliki Islam, namun kapitalisme dan sosialisme juga memiliki konsep adil. Dalam pandangan kapitalisme klasik adil adalah: “Anda dapat apa yang Anda upayakan”, sedangkan menurut sosialisme klasik adil adalah “sama rata sama rasa”. Islam memiliki konsep adil yang berbeda secara diametral dengan keduanya. Menurut Islam adil adalah “tidak mendzalimi dan tidak juga didzalimi” (*la tadzlimuna wala tudzlamuun*).

Bagi kapitalisme, orang yang dalam hidupnya sukses menjadi orang kaya merupakan cerminan dari hasil yang sudah dia upayakan. Sementara orang yang terjatir kemiskinan juga merupakan cerminan apa yang telah diusahakannya. Sehingga dalam konteks itu, orang kaya tidak punya kepentingan untuk meringankan beban hidup si miskin, sebaliknya si miskin pun tidak punya hak untuk meminta kedermawanan si kaya. Dalam konsep sosialisme klasik, kekayaan adalah hak semua orang dan tidak seorang pun mempunyai hak lebih besar dari pihak lain. Sedangkan Islam memandang bahwa setiap muslim berhak menjadi orang kaya sebagai konsekuensi dari usahanya tanpa mendzalimi, serta di dalam hartanya itu ada hak bagi si fakir-miskin. Imam Ghazali pernah mengatakan bahwa motivasi pedagang adalah keuntungan, yaitu keuntungan di dunia dan di akhirat (Kahf, 1995; Chapra, 2005; Karim, 2007; Asy’arie, 2105)

Distorsi Pasar

Dalam kajian ekonomi Islam, ada empat bentuk distorsi pasar, yaitu: (i) rekayasa penawaran (*false supply*); (ii) rekayasa permintaan (*false demand*); (iii) penipuan (*tadlis*); dan (iv) kerancuan (*taghrir*). Empat bentuk distorsi pasar tersebut dalam konteks kekinian (modern) secara nyata terjadi dalam persaingan usaha dan perdagangan/pasar baik di tingkat lokal, regional, mondial maupun global.

1. Rekayasa Penawaran

Rekayasa penawaran (*false supply*) disebut juga dengan istilah *ihthikar*, yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi. Atau istilah ekonominya disebut dengan *monopoly's rent-seeking*. Menurut kajian fiqih, boleh tidaknya menimbun barang pokok sangat tergantung pada motif pelakunya. Misalnya, seseorang menyimpan/menimbun beras sebanyak setengah ton untuk kebutuhan satu keluarganya yang beranggotakan lima orang selama satu tahun, bukan merupakan penimbunan yang dilarang, karena motifnya untuk menyangga kebutuhan makan keluarganya selama setahun, dan hal ini dianggap wajar. Namun, jika sebuah rumah tangga sengaja menimbun/menyimpan beras sebanyak seribu ton, ini jelas bukan bermotif memenuhi kebutuhan konsumsi keluarga, tetapi motifnya adalah melepas beras di pasaran ketika harganya melonjak tinggi, dampaknya beras menjadi langka di pasar, sehingga harga beras melonjak, pada gilirannya yang seharusnya masyarakat dapat membeli beras dengan harga wajar menjadi lebih mahal. Hal ini menimbulkan ketidakadilan, karena mengambil keuntungan yang berdampak merugikan pihak lain.

Ihthikar atau penimbunan barang sering kali diidentikkan dengan monopoli, padahal sesungguhnya berbeda. Islam tidak mempersoalkan apakah di pasar hanya ada satu-satunya penjual (monopoli) atau banyak penjual (persaingan sempurna), yang terpenting penjual tidak melakukan distorsi pasar. Sedangkan *ihthikar* merupakan perilaku bisnis yang berdampak pada kelangkaan barang yang dibutuhkan masyarakat, sehingga berakibat melonjaknya harga-harga barang secara tidak wajar di pasar. Dampak berikutnya masyarakat kesulitan mengakses barang

yang dibutuhkan serta turunnya daya beli masyarakat (Karim, 2007 dan Ahmad, 2001).

Peran Badan Usaha Logistik (BULOG) sebagai penyangga cadangan pangan (*buffer stock*), yaitu melakukan penimbunan pangan (terutama beras) ribuan ton, bukan merupakan *ihtikar*, karena yang dilakukan BULOG bukan untuk “merusak” pasar, namun untuk mengantisipasi kelangkaan dan stabilisasi harga beras, sehingga diharapkan harga beras tetap stabil dan beras tersedia di pasaran. Demikian juga penimbunan barang yang dilakukan perusahaan retail, itu juga bukan merupakan *ihtikar*, karena penimbunan dilakukan untuk memenuhi *stock* (persediaan) barang yang dibutuhkan konsumen untuk masa tertentu.

2. Tallaqi Rukban

Bentuk rekayasa permintaan selain *ihtikar* adalah *tallaqi rukban*, yaitu terjadinya distorsi pasar karena adanya *asymmetric information* (ketimpangan informasi) antara pembeli (konsumen) dan penjual (produsen). Misalnya pedagang bawang merah di kota sengaja memanfaatkan ‘ketidaktahuan’ penjual (petani) bawang merah di desa tentang informasi harga bawang merah di pasaran, sehingga memungkinkan pedagang di kota membelinya dengan harga murah, untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi pada saat dijual di kota.

3. Rekayasa Permintaan

Rekayasa permintaan disebut juga dengan istilah *ba'i najasy* yaitu upaya yang dilakukan penjual/pedagang untuk merekayasa pembelian sedemikian rupa sehingga calon pembeli ‘tergerak’ membeli dengan harga tinggi (kurang wajar). Rekayasa itu biasanya dilakukan dengan cara meminta orang lain (penawar palsu), untuk menawar harga barang itu dengan harga yang tinggi, hal ini memantik “emosi-ketertarikan” pembeli (pembeli sesungguhnya) untuk mengeksekusi pembelianya dengan harga tinggi. Akibat rekayasa itu terjadi permintaan palsu (*false demand*) atau orang jawa menyebutnya dengan istilah *rego enthul*. Kasus rekayasa permintaan itu sering terjadi di masyarakat Indonesia, terutama di pasar tradisional. Kasus *false demand* yang paling populer di masyarakat, misalnya kasus jual beli tanaman *anthurium* dan batu akik yang

sempat menembus “harga pasar” fantastis, yaitu mencapai miliaran rupiah.

4. *Tadlis* (Penipuan)

Tadlis (penipuan) juga terjadi karena ketimpangan informasi tentang objek barang yang ditransaksikan baik di pihak pembeli maupun penjual. Islam melarang semua transaksi bisnis yang mengandung penipuan dalam segala bentuk kepada pihak lain (lihat, Al-An'aam: 152). Ada beberapa macam bentuk *tadlis*. *Pertama*, *tadlis* dalam kuantitas. Misalnya, sangat mungkin terjadi pada penjualan/pembelian borongan. Contoh, pedagang buah mangga membeli buah mangga dari penjual mangga satu keranjang besar tanpa dihitung berapa jumlahnya, karena sangat sulit dihitung satu per satu. Dalam kasus itu ada peluang penjual untuk melakukan penipuan dengan cara mengurangi jumlah mangga tersebut sebelum dikirim ke pembeli.

Kedua, *tadlis* dalam kualitas. Sering terjadi pada kasus jual-beli barang bekas (*second*), karena penjual lebih paham dengan kondisi barang bekas yang akan dijualnya, maka membuka peluang penjual untuk melakukan penipuan kepada pembeli dengan cara menyembunyikan ‘keburukan’ barang yang ditransaksikan bahkan sudah disepakati harga dan spesifikasinya.

Ketiga, *tadlis* dalam harga (*ghaban*) yaitu menjual barang dengan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga pasar karena ketidaktahuan pembeli atau penjual. Misalnya penyedia jasa taksi, memanfaatkan ketidaktahuan penumpang dari luar kota tentang harga jasa taksi dari lokasi A ke lokasi B, sehingga penumpang membayar lebih mahal dari harga pasar.

Keempat, *tadlis* dalam waktu penyerahan. *Tadlis* ini terjadi karena penjual menjanjikan penyerahan barang kepada pembeli pada waktu tertentu, tapi sebenarnya penjual tahu tidak mampu menyerahkan barang sebagaimana pada waktu yang dijanjikan.

5. *Taghrir* (*Uncertain to both parties*)

Taghrir berasal dari kata *gharar*, yang berarti: akibat, bencana, bahaya, risiko, dan ketidakpastian (*uncertainty*). Dalam istilah fiqih muamalah, *taghrir* artinya mengambil tindakan berisiko

tanpa perhitungan dan pengetahuan yang cukup, sehingga tidak mengetahui akibat/konsekuensi dari tindakan itu (Afzalurrahman, 1996). Menurut Ibnu Taymiah, *gharar* terjadi bila seseorang tidak mengetahui apa yang tersimpan bagi dirinya pada akhir suatu kegiatan jual beli (Karim, 2007).

Ada kesamaan antara *tadlis* dan *taghrir* yaitu sama-sama disebabkan oleh ketidakcukupan informasi (*incomplete information*). Namun *tadlis* hanya salah satu pihak yang tidak mempunyai kecukupan informasi, yaitu bisa penjual saja atau pembeli saja. Berbeda dengan *taghrir*, kedua belah pihak tidak memiliki cukup informasi tentang objek barang yang ditransaksikan. Ada beberapa jenis *taghrir*. *Pertama*, *taghrir* dalam kuantitas. Model transaksi *ijon* yang seringkali terjadi perdesaan. Misalnya, tengkulak bawang merah bersedia membeli bawang merah dari petani dengan harga Rp20 juta/patok, dan petani pun sepakat. Namun, bawang merah belum siap dipanen, karena masih berusia 20 hari, padahal masa panen membutuhkan waktu 60 hari. Pada model jual-beli seperti itu, baik pembeli maupun penjual berhadapan dengan situasi ketidakpastian kuantitas (kilogram, kwintal, ton) barang yang menjadi objek transaksi. Belum lagi masa panen yang sangat tergantung dengan alam yang penuh dengan ketidakpastian.

Kedua, *taghrir* dalam kualitas. Misalnya transaksi jual beli anak sapi yang masih dalam kandungan induknya, dalam hal ini, baik pembeli maupun penjual tidak mengetahui kelengkapan informasi tentang kualitas anak sapi tersebut, apakah nanti setelah lahir anak sapi dalam keadaan sehat/semurna, cacat, atau mati. Dengan demikian kedua belah pihak berhadapan dengan ketidakpastian kualitas objek barang yang ditransaksikan.

Ketiga, *taghrir* dalam harga. Misalnya pedagang mebel menawarkan produk meja makan kepada pembeli, bahwa satu set meja makan, jika pembeliannya kontan harganya Rp2 juta, namun jika dibeli secara kredit dengan tenor lima bulan harganya Rp10 juta, kemudian pembeli sepakat dengan ketentuan tersebut. Dalam kasus ini muncul ketidakpastian harga, karena ada dua harga dalam satu akad. Tidak jelas mana harga yang berlaku, Rp2 juta atau Rp10 juta. Seandainya saja pembeli di kemudian hari ternyata sanggup melunasi

dalam waktu 2 bulan atau 3,5 bulan, berapa harga yang berlaku? Atau yang lebih ekstrem, 1 hari setelah penyerahan barang atau 5 bulan kurang sepekan lunas, berapa harga yang berlaku? Sehingga dalam kasus ini kedua belah pihak berhadapan dengan situasi ketidakpastian harga barang yang menjadi objek transaksi.

Keempat, taghrir dalam waktu penyerahan. Misalnya Parjo (J) baru saja kehilangan motor, sementara Parno (N) berminat membeli motor J yang hilang. Keduanya bersepakat untuk jual-beli motor J yang hilang itu, dengan ketentuan jika nanti motor J ditemukan, N harus bersedia membayar sebesar Rp5 juta, padahal harga motor itu di pasaran dibandrol dengan harga Rp15 juta. Dalam kasus ini baik penjual maupun pembeli berhadapan dengan situasi ketidakpastian penyerahan barang, kapan barang itu akan diserahkan ke pembeli? Satu bulan, satu tahun, atau tidak pernah ditemukan.

KONTEKSTUALISASI AYAT

1. Kesepakatan Rasa Keadilan

Suatu ketika para sahabat Rasulullah SAW di Madinah menyampaikan keluh kesah karena keuntungan mereka tidak sebesar keuntungan pedagang Yahudi yang menjual dengan mengurangi berat timbangan, Rasulullah SAW malah menasihati para sahabat untuk menambahkan berat timbangan. Maka tampaklah beda yang nyata di antara timbangan para pedagang itu. Para pembeli tentu saja memilih pedagang yang timbangannya lebih berat. Maksudnya, membalas keburukan dengan kebaikan justru menegaskan keunggulan berdagang dengan mengedepankan rasa keadilan. Dampaknya nyata, dominasi pedagang Yahudi di Madinah dapat “dikalahkan” dalam tempo dua tahun. Ibaratnya, kesepakatan pasar tanpa adanya kesepakatan rasa keadilan bagaikan telur di ujung tanduk.

Barat yang menganut ideologi kapitalisme/liberalisme, ternyata para ekonomnya dihantui “keresahan” menghadapi ancaman distorsi/ketidakadilan pada mekanisme pasar, karena menurut mereka pasar yang sudah terdistorsi dengan perilaku curang, curi, dan penipuan berdampak buruk bagi perekonomian dan menyusutkan volume perdagangan. Dalam tataran ini nampaknya Islam mempunyai kesamaan nilai-nilai

kemanusiaan dengan barat, yaitu prinsip-prinsip keadilan yang oleh Al-Maududi disebut dengan *fundamental human ethics*.

Rabin (1993) dalam temuan risetnya yang berjudul “*Incorporating Fairness into Game Theory and Economics*” mengungkapkan bahwa dalam setiap transaksi memang ada kesepakatan yang tercapai, namun kesepakatan itu tidak menjamin terpenuhinya rasa keadilan para pihak yang bertransaksi. Rabin lebih lanjut mensyaratkan, dalam setiap transaksi sebenarnya ada dua kesepakatan yang harus terpenuhi, yaitu kesepakatan pasar (*market equilibria*) dan kesepakatan rasa keadilan (*fairness equilibria*). Misalnya, kesepakatan antara perusahaan besar yang mengeksploitasi pelanggan kecil, karena tidak ada pilihan lain harus menerima kesepakatan pasar. Namun, pelanggan kecil ini merasa dirugikan dengan kesepakatan itu. Dalam rumusan Rabin, kesepakatan jenis ini tidak bersifat stabil, bahkan cenderung rapuh. Ibarat bom waktu yang menunggu munculnya pilihan lain yang dapat memberikan kesepakatan rasa keadilan.

Cassar *et al* (2004) memberi peringatan bahaya tidak terpenuhinya rasa keadilan itu. Dalam risetnya berjudul “*Cheating in Markets*”, menemukan bahwa volume perdagangan akan menyusut bila salah satu pihak merasa dicurangi. Pelanggan yang tidak mempunyai pilihan lain yang lebih baik, akan mengurangi volume transaksi pada jumlah kebutuhan minimal. Pada saat mereka memiliki pilihan lain, yang kadang belum tentu lebih baik, mereka akan segera pindah. Bagi mereka lebih baik meninggalkan yang sudah jelas tidak memberikan rasa keadilan dan berupaya menemukan pilihan lain yang lebih “menjanjikan” rasa keadilan.

Green (2007) dalam bukunya “*Lying, Cheating, and Stealing*”, merinci satu per satu perilaku menyimpang dan motivasi pelakunya. Menurut Green, ada beberapa faktor yang akan dipertimbangkan pelaku untuk melakukan kecurangan, yaitu: (i) seberapa besar kemungkinan terungkapnya kecurangan; (ii) tingkat kesulitan pembuktian; (iii) seberapa berat sanksi bila terbukti melakukan kecurangan, dan (iv) seberapa besar keuntungan yang diperoleh dari kecurangan. Berdasarkan pertimbangan sejumlah pertimbangan tersebut, pelaku akan memilih salah satu atau kombinasi dari perilaku menyimpang, yaitu: curang (*cheating*), khianat (*deception*), curi

(*stealing*), paksaan (*coercion*), tidak setia (*disloyalty*), ingkar janji (*promise breaking*), dan ketidakpatuhan (*disobedience*).

2. Kesepakatan Rasa Keadilan

Kelompok anti-kapitalis umumnya sangat waspada (protektif/anti) terhadap isu-isu globalisasi, pasar bebas dan investasi modal asing. Sikap protektif kelompok yang berseberangan dengan kapitalisme itu, tentu bukan semata-mata anti dengan globalisasi atau pasar bebas itu sendiri. Namun lebih pada mempersoalkan tentang terpenuhi atau tidaknya prinsip-prinsip keadilan dalam pasar bebas.

Negara-negara yang terlibat dalam pasar bebas memang bersepakat tentang arus keluar masuknya barang/jasa bebas melintasi batas antar-negara tanpa dikenakan tarif; bersepakat tentang harga, jenis dan timbangan/volume barang. Tetapi adakah jaminan bahwa semua transaksi itu berlangsung secara adil, tanpa adanya kecurangan/keculasan yang dilakukan para pihak yang terlibat? Adakah jaminan negara yang lebih kuat secara ekonomi tidak 'mengkadali' negara yang lebih lemah? Siapa yang mampu memerankan 'kekuatan besar' guna menjamin atau mengawal *fair trade* itu? Pertanyaan-pertanyaan itulah yang belum tuntas dijawab oleh para pengusung kapitalisme global hingga saat ini.

Bagwell dan Staiger (2003), dalam risetnya berjudul "*Protection and the Business Cycle*", menjelaskan bahwa proteksi yang dilakukan satu negara akan mengundang tindakan balasan yang sama dari negara mitra dagangnya. Bila proteksi dibalas proteksi, maka volume perdagangan akan semakin menyusut. Mereka juga merumuskan sifat *counter cyclical* kebijakan proteksi.

Di zaman Umar bin Khattab RA, negara Persia pernah mengenakan tarif perdagangan 5 % untuk barang-barang yang berasal dari wilayah kekhalifahan Islam, sedangkan Romawi mengenakan 10 %. Maka, Umar RA menetapkan tarif masuk 5 % untuk barang Persia dan 10 % untuk Romawi. Kecenderungan untuk membalas perlakuan yang tidak memenuhi kesepakatan rasa keadilan itu sangat manusiawi, bahkan kadang dipandang sebagai upaya mencari kesepakatan rasa keadilan yang baru.

3. Persaingan Usaha

Tafsir ayat di atas dan dikaitkan dengan distorsi pasar, kemudian ditarik dalam konteks kekinian (kontekstualisasi) yang terkait dengan regulasi perdagangan/persaingan usaha di Indonesia, maka ada istilah populer yang sering disebut-sebut dalam pemberitaan media yaitu kartel dan mafia impor. Misalnya, kelangkaan daging sapi dan melojaknya harga daging sapi di pasaran, seringkali dalang yang dituduh berada di balik peristiwa itu adalah mafia impor/kartel. Kartel adalah aktivitas pelaku usaha yang membuat perjanjian, dengan pelaku usaha pesaingnya, yang bermaksud memengaruhi harga dengan mengatur produksi dan/atau pemasaran suatu barang dan/atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat (El Ayyubi dan Findi, 2013).

Kondisi melambungnya komoditas pangan itu menjadi semakin parah, ketika para oknum importir yang telah diberikan izin impor oleh pemerintah, diduga melakukan praktik persaingan usaha tidak sehat dalam bentuk kartel yaitu melakukan kesepakatan untuk menguasai pasar dan disertai praktik menahan (menimbun) barang sampai harga naik melambung sedemikian tinggi demi mendapatkan keuntungan sepihak (importir), tanpa memedulikan pelaku ekonomi lain yakni, konsumen dan pengusaha kecil. Contoh kasus, pada tahun 2013 hasil investigasi Komisioner Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) menemukan bahwa di pelabuhan tanjung perak terdapat ratusan kontainer yang berisi bawang merah dan bawang putih yang belum dilepaskan ke pasar. Fakta temuan ini menunjukkan bahwa ada pelanggaran (hukum) yang tidak memenuhi azas keadilan.

Kasus sejenis misalnya juga terjadi pada produk obat generik yang harganya melonjak, diduga adanya praktik kartel, sebagai disinyalir dalam berita detik.com berikut:

Selain harga obat paten, harga obat generik di Indonesia juga rupanya lebih mahal ketimbang negara-negara tetangga. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) mencium ada dugaan praktik kartel pada impor bahan baku obat terutama dari China dan India.

Ketua KPPU Muhammad Syarkawi Rauf mengungkapkan, saat

ini ada 201 perusahaan farmasibaik swasta lokal maupun asing yang ada di Indonesia. Namun dari temuannya, produsen obat generik ini hanya memperoleh bahan bakunya dari segelintir importir bahan baku obat dari China dan India.

“Industrinya ada 201 perusahaan, kita lihatnya ada di importirnya yang sekitar 5 perusahaan. Karena sekitar 95% impor bahan baku obat generik dari impor China dan India. Meski generik, tapi harganya tetap mahal, ini kan yang harus diselidiki,” ungkap Syarkawi pada **detikFinance**, Jumat (20/11/2015). Praktik persekongkolan harga, menurut Syarkawi ada di importir, bukan pada produsen obat generik di dalam negeri.

“Produsen obat di sini hanya kaya tukang jahit saja. Dia hanya produksi obat yang sudah generik sesuai komposisinya saja, yang aneh meski saingan banyak tapi harga generik tetap mahal. Artinya ada yang mahal di biaya produksi. Dan rupanya harga bahan baku sudah mahal dari sananya (impor),” pungkasnya.

SIMPULAN

Ketidakadilan (kedzaliman) disebutkan dalam teks-teks Al-Qur’an di atas sesuai dengan makna aslinya yaitu aniaya dan merusak pergaulan. Maknanya distorsi pasar dapat menimbulkan *madharat* yaitu menyengsarakan/menyulitkan masyarakat dalam mengakses barang yang dibutuhkan dan mengancam ketidakstabilan/merusak pasar. Dalam konteks kekinian perilaku menyimpang dalam persaingan usaha, sudah melibatkan banyak “pelaku besar” yaitu pihak (importir dan eksportir) dan oknum aparat yang masuk dalam jaringan kartel. Demikian juga akan terjadi persaingan brutal di pasar bebas, apabila tidak ada kesepakatan keadilan di kawasan perdagangan bebas tersebut.

Sehingga pasar yang berkeadilan akan terwujud jika dalam mekanisme pasar tidak terjadi transaksi yang bermuatan *maysir* (*speculative motive*), *gharar* (*unclear information*), dan *riba* (*interest base activities*). Untuk memastikan 3 hal itu tidak mendistorsi mekanisme pasar, maka diperlukan lembaga pengawasan pasar (*hisbah*) yang kuat

REFERENSI

- Afzalurrahman (1996), "Doktrin Ekonomi Islam". Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf
- Asy'arie, M (2015), "Filsafat Ekonomi Islam". Yogyakarta: Lembaga Studi Filsafat Islam (LESFI)
- Abdullah bin Muhammad bin Abdurrahman bin Ishaq Alu Syaikh (2006), "Tafsir Ibnu Katsir". Jakarta: Pustaka Imam As-Syafi'i. Jilid 1
- Abdullah bin Muhammad bin Abdurrahman bin Ishaq Alu Syaikh (2006), "Tafsir Ibnu Katsir". Jakarta: Pustaka Imam As-Syafi'i. Jilid 3
- Bagwell, K and Staiger Robert, W. (2003), "Protection and Business Cycle". Article seminar at The NBER International Trade Program Meeting, Duke University, Penn State University, Princeton University, University of British Columbia, University of Texas and Yale University.
- Chapra, M.U. (2005), "Islam dan Pembangunan Ekonomi". Jakarta: Gema Insani Press.
- Cassar, A., Friedman, D., and Schneider, P.H. (2004), "Cheating in Market: Laboratory Experiment"
- El Ayyubi, S dan Muhammad Findi, A. (2013), "Islam dan Bencana Politik Dugaan Kartel". Dalam Orange Book V. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Green Stuart P. (2006), "*Lying, Cheating, and Stealing: A Moral Theory of White-Collar Crime*". Oxford: Oxford University Press.
- Heap Shaun, P.H., Tan Jonathan H.W., and Zizzp, D.J. (2011), "*Trust, inequality and the market*". Published online.
- Kahf, M (1979), "*The Islamic Economy: Analytical of the Functioning of the Islamic Economic System*". Planfield, In: Muslim Studiens Association of U.S. and Canada

- Karim, A.A. (2007). "Ekonomi Mikro Islami". Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. Edisi Ketiga.
- Prasetyantoko, A (2008), "Bencana Finansial: Stabilitas Sebagai Barang Publik". Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII Yogyakarta (2008). Ekonomi Islam. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Rabin, M. (1993), "*Incorporating Fairness into Game Theory and Economics*". The American Economic Review. Vol. 83 No.5
- Shihab, Q. (2014), "Tafsir Al-Mishbah Jilid 04". Jakarta: Lentera Hati.
- Stiglitz, Joseph E. (2012), "The Price of Inequality: How Today's Divided Society Endangers Our Future". New York: W.W. Norton & Copany.

INTOLERANSI EKONOMI: MELURUHKAN ENERGI *DARUL* *‘AHDI WA SYAHADAH*

Mukhaer Pakkanna

Dosen Tetap pada Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan (ITB-AD)
Jakarta

Pendahuluan

Pada saat *World Peace Forum* (WPF), 14-15 Agustus 2017 di Jakarta, Din Syamsudin, Direktur WPF memaparkan, bahwa selama ini banyak pihak yang keliru dalam menafsirkan arti ekstremisme. Ekstremisme hanya dinilai sebatas gerakan ekstrem yang dipicu oleh dasar agama. Pesan moral WPF, jangan terjebak pada ekstremisme atas dasar agama. Seolah-olah publik hanya melihat yang radikal pemeluk agama, bahkan lazimnya dikerucutkan pada pemeluk agama tertentu.

Padahal, menurut Din, ekstremisme dan radikalisme menyeruak karena sistem ekonomi dunia yang anarki. Sistem ini memproduksi kesenjangan antara si miskin dan si kaya. Si kaya melakukan penindasan untuk mengeruk harta, sementara si miskin melakukan pemberontakan untuk bertahan hidup. “Mana yang radikal, orang miskin yang memberontak atau orang kaya yang menindas? Tentu, dua-duanya,” tegas Din

Pertanyaan besar yang disampaikan pada akhir kalimat di atas, menandakan bahwa ada yang salah dalam kebijakan ekonomi global dan ekonomi dalam negeri. Ekstremisme dan radikalisme adalah buah ketidakadilan, buah dari sikap intoleransi. Di dalam negeri, sudah sangat jelas menegaskan bahwa tujuan ekonomi Pancasila adalah “Keadilan Sosial bagi seluruh Rakyat Indonesia“. Namun, pengejawantahan energi keadilan sosial, terutama keadilan ekonomi, masih jauh dari

yang diharapkan. Kebijakan favoritisme dan pemberian *privilege* pada pihak atau kelompok tertentu, terutama bagi pemodal kakap (taipan) acap kali masih kental terlihat.

Sudah cukup banyak rekaman jejak bangsa, bahwa konflik besar yang pernah terjadi di tengah masyarakat Indonesia sebagian besar terjadi karena ketidakadilan ekonomi dan politik. Kedua hal ini membuat masyarakat merasa tertekan dan rawan menjadi pemicu konflik. Ketidakadilan ekonomi dan politik bisa menjadi “bara dalam sekam” yang suatu saat bisa tersulut dan terbakar jika momentumnya tepat. Oleh karena itu, ketidakadilan ekonomi harus segera diamputasi dalam kebijakan ekonomi dan politik yang terukur dan terkelola dengan baik.

Selanjutnya, pada saat Tanwir Muhammadiyah di Ambon, Februari 2018, Wakil Presiden Jusuf Kalla (JK), menjelaskan, sepanjang Indonesia merdeka, sedikitnya telah terjadi 15 kali konflik besar. Dikategorikan konflik besar karena memakan korban lebih dari 1.000 orang. “Di Indonesia selama kita merdeka ada 15 kali konflik besar, korbannya di atas 1.000 orang. Ada konflik Madiun (PKI), RMS, Permesta, Ambon, Poso, Kalimantan, Aceh, dan lain-lain. Sepuluh dari lima belas itu terjadi karena ketidakadilan politik dan ekonomi yang memberikan orang merasa tertekan.

JK mencontohkan, dalam konflik Maluku banyak orang menyangka itu adalah konflik agama. Padahal, konflik tersebut berawal dari masalah ekonomi dan politik. Di sektor ekonomi, kehidupan masyarakat Maluku sangat tergantung selain perikanan adalah rempah-rempah. “Pada tahun 1992, terjadi sedikit penurunan harga cengkeh. Harga pasar Rp10.000 yang diterima oleh petani Rp4.000 per kilogram, sehingga muncul kemiskinan. Dan itu berimplikasi terhadap nasib mereka yang tidak menentu selama beberapa tahun,” ungkap JK.

Di lain pihak, sudah cukup lama di Maluku, gelombang pendatang berskala masif hadir, yang sebenarnya mereka pekerja kasar. Oleh karena mereka rajin, ulet, dan tekun, sehingga terjadi suatu keseimbangan baru dalam kegiatan perdagangan. Di sisi yang lain, terjadi penurunan harga cengkeh, sehingga pendapatan masyarakat lokal menjadi tergerus. Di saat hadirnya para pendatang

dan penurunan harga cengkeh, muncul pula gelombang reformasi 1998, maka bandul pemerintahan menjadi bergeser sehingga timbul ketidakharmonisan. Terjadi ketidakseimbangan politik dan ekonomi. Lahirlah ketidakadilan yang dirasakan masyarakat lokal. Kemudian dengan cepat menuai konflik dan tersulut. Awal konflik berawal pada anak muda. Konflik akhirnya menjalar ke masalah agama.

Begitu juga di Aceh, kata Jusuf Kalla, sesungguhnya bukan karena konflik agama, tapi masalah keadilan. Jika sudah menjalar ke masalah agama, maka akan sulit diredam karena menyangkut hal-hal sensitif dalam kehidupan sosial. Hal ini diperparah jika terjadi ketidaknetralan aparaturnya penegak hukum.

Gambaran yang disampaikan Din Syamsudin dan Jusuf Kalla menegaskan bahwa ketidakadilan ekonomi jika selalu dirawat dan dibiarkan akan menjadi malapetaka kehidupan sosial (*social disorder*). Kohesifitas sosial luruh, segregasi sosial beranak-pinak, yang pada ujungnya muncul kerusuhan sosial yang berskala masif. Oleh karena itu, perlu membangun dialog terbuka dengan jujur dan bertanggung jawab, dengan prinsip-prinsip toleransi dan kesetaraan antarpihak, termasuk dengan pelaku ekonomi besar dan ekonomi rakyat yang selalu termarginalkan. Selain itu, perlu merumuskan ulang apa sesungguhnya toleransi dan intoleransi itu? Maknanya harus diperluas.

Meluruskan Pengertian

Intoleransi berasal dari kata toleransi. Musuh toleransi adalah intoleransi. Dalam bahasa Inggris *tolerance*, berarti membiarkan, mengakui dan menghormati keyakinan orang lain tanpa persetujuan. Kemudian, dalam bahasa Arab, istilah toleransi merujuk pada kata *tasamuh* yaitu saling mengizinkan atau saling memudahkan. Dengan demikian, menurut bahasa, sejatinya arti toleransi adalah menahan diri, bersikap sabar, membiarkan orang berpendapat berbeda dan berhati lapang terhadap orang-orang yang memiliki pendapat berbeda.

Sehingga secara terminologis, arti toleransi yaitu sikap menghargai dan membebaskan orang lain (kelompok) untuk berpendapat dan melakukan hal yang tidak sependapat atau sama dengan kita tanpa melakukan intimidasi terhadap orang atau

kelompok tersebut. Yaitu sikap menghargai dan menghormati perbedaan antar sesama manusia.

Sikap toleransi ini sangat penting dan perlu dimiliki oleh setiap individu atau kelompok dalam masyarakat agar terjalin hubungan dan kohesivitas sosial yang baik dan menenteramkan, juga merupakan syarat suksesnya proses asimilasi di dalam kehidupan terdapat fakta kemajemukan (keragaman) kelompok atau golongan dalam suatu masyarakat.

Dengan demikian, jika dikaitkan dengan makna intoleransi berarti sebagai “sifat atau sikap yang tidak menengang (menghargai, membiarkan, membolehkan) perihal yang berbeda atau bertentangan dengan dirinya”. Maka, tatkala Donald Trump, Presiden Amerika Serikat misalnya, menyimpulkan bahwa umat Islam di Amerika bisa menjadi ancaman terhadap nilai-nilai demokrasi Amerika Serikat, selama periode kampanyenya, Trump tampil mengadvokasi kebijakan-kebijakan yang sangat intoleran.

Di beberapa daerah di Indonesia, dengan alasan-alasan tertentu, sekelompok umat Islam Indonesia menolak misalnya pembangunan gereja. Tapi pada saat yang sama, sejumlah komunitas gereja di beberapa daerah Indonesia yang mayoritas penduduknya Kristen juga menolak pembangunan masjid. Dengan begitu, sikap toleran dan intoleran bukan monopoli suatu kelompok apalagi suatu agama. Sebab setiap orang dan kelompok berpotensi bersikap intoleran.

Kemudian dalam konteks intoleransi ekonomi, merujuk fakta mayoritas dan minoritas di Indonesia, maka ada 2 (dua) spektrum. Menurut Muzadi (2016), spektrum yang dimaksud adalah mayoritas dan minoritas dilihat dari jumlah (populasi) dan mayoritas/minoritas dari segi potensi dan peranan termasuk potensi ekonomi di Indonesia. Lazimnya, menyebut mayoritas ditinjau dari segi populasi, yang artinya adalah pribumi. Sedangkan jika ditinjau dari segi keagamaan yang dimaksud adalah umat Islam.

Bertalian dengan sistem ketatanegaraan yang cenderung liberalistik, dalam politik yang justru membuahkan sub-sistem ekonomi yang sentralistik, terjadilah mayoritas dalam jumlah, baik tinjauan populasi maupun agama berposisi sebagai minoritas di

bidang kapasitas ekonomi, bahkan kapasitas dalam tata kelola nasional atau internasional. Dalam konteks ini, minoritas mempunyai potensi ekonomi jauh lebih besar dibanding dengan mayoritas dalam jumlah yang posisi ekonominya masih rendah.

Sejatinya, mayoritas dalam populasi dan agama relatif telah melakukan toleransi dan perlindungan sekalipun belum optimal, dikarenakan terjadinya gesekan secara sporadis di berbagai wilayah. Justru yang belum terlihat adalah toleransi minoritas yang berkekuatan mayoritas di bidang ekonomi dan peranannya membagi toleransinya kepada mayoritas yang rendah potensi ekonominya. Toleransi di bidang ekonomi dan peranan global tidak mungkin dengan sendirinya terjadi tanpa usaha keras dari negara dan bangsa yang bersangkutan.

Oleh karena itu, perlu dimaknai bahwa toleransi tidak semata dilihat dalam spektrum populasi, tapi juga dalam spektrum kekuatan ekonomi. Mereka yang memiliki potensi atau kekuatan ekonomi akibat akumulasi modal di tangan segelintir orang (oligarki ekonomi) yang justru minoritas secara populasi, harus sadar terhadap bahayanya eksplosif atau ledakan sosial jika ketimpangan kekuatan ekonomi ini tidak terdistribusi dengan baik. Dengan demikian, makna toleransi harus diperluas dan dirawat dengan kebijakan dan regulasi yang adil. Karena sejatinya, Indonesia akan bisa menjadi bangsa besar dan tangguh ke depan, jika keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia sesuai makna imperatif Sila ke-5 Pancasila, ditegakkan dengan penuh kesungguhan, bukan retorika panggung politik.

Dengandemikian, bagaimanatoleransiminoritas yang berkekuatan mayoritas di bidang ekonomi, menegakkan makna toleransinya. Tidak semata toleransi mayoritas dalam populasi memahami mereka yang minoritas dalam populasi. Sebab bagaimanapun, kekuatan mayoritas secara ekonomi jika tidak dikendalikan dengan kebijakan dan regulasi yang tepat akan menakutkan relasi ketidakadilan dan ketimpangan ekonomi.

Sejak dari awal, dalam konteks intoleransi ekonomi itu bisa dipahami bahwa akar kegaduhan politik bangsa saat ini, bukan semata soal penistaan agama, tapi lebih dipicu semakin akutnya patologi sosial berupa intoleransi ekonomi, yakni ketidakadilan dan ketimpangan

ekonomi. Bung Hatta (1975) jauh hari telah berpesan, bahwa damai hanya bisa tegak di atas keadilan sosial. Dengan demikian, jangan berharap ada perdamaian (toleransi) jika keadilan tidak tegak (intoleransi). Karena itu, fakta-fakta ketidakadilan dan intoleransi ekonomi harus diamputasi.

Bagaimana mungkin kita bisa hidup toleran jika pendapatan negara, dinikmati oleh 20 % masyarakat terkaya. Sementara 80 % penduduk –atau lebih dari 205 juta orang– rawan merasa tertinggal. Ataukah 50 orang terkaya di Indonesia kekayaannya mencapai US\$102 miliar atau sekitar Rp1.326 triliun. Nilai kekayaan sebesar ini ekuivalen dengan 16 % dari PDB Indonesia (2015).

Dalam rentang 2005-2014, bagian 10 % terkaya di Indonesia menambah konsumsi mereka sebesar 6 % per tahun, setelah disesuaikan dengan inflasi. Bagi 40 % masyarakat termiskin, tingkat konsumsi mereka hanya tumbuh kurang dari 1,6 % per tahun. Bahkan, pada 2014 konsumsi dari 10 % penduduk terkaya setara dengan total konsumsi dari 54 % penduduk termiskin (Bank Dunia, 2014).

Selain itu, data juga menunjukkan, pascakrisis ekonomi global tahun 2008, kekayaan 40 orang terkaya Indonesia terus terdongkrak dari US\$20,6 miliar (2008) menjadi US\$119 milyar (2017). Demikian pula konsentrasi sumber daya materi dalam *Material Power Index* (MPI) yang diintrodusir oleh Jeffrey A. Winters (2005) yakni menghitung indeks ketimpangan sumber daya material antara kaum oligarki dengan masyarakat pada umumnya. Terlihat bahwa ketimpangan menganga lebar dalam rentang 10 tahun. Dalam konteks MPI-40, sebagai studi kasus misalnya, tentu membandingkan rerata kekayaan 40 orang terkaya dengan rerata pendapatan per kapita. Pada 2008, MPI-40 hanya 1:1 juta maka pada 2017, MPI-40 menjadi 1:8 juta. Ini mengirim pesan, 1 orang terkaya kekayaannya berbanding 8 juta orang. Dengan demikian, jika disedehanakan bahwa ada 4 orang paling kaya dari 40 orang terkaya ekuivalen kekayaannya sama dengan 100 juta orang.

Maka, bagaimana mungkin kita bisa hidup toleran, jika tanah (lahan) di Indonesia dikuasai pemilik modal raksasa dan asing? Bayangkan jika 0,2 % penduduk, menguasai 66 % aset lahan nasional.

Merujuk riset Konsorsium Pembaruan Agraria (KPA, 2015), sekitar 35 % daratan Indonesia dikuasai 1.194 pemegang kuasa pertambangan, 341 kontrak karya pertambangan, dan 257 kontrak pertambangan batu bara. Seperti yang diungkap the Institute for Global Justice (IGJ) (KPA, 2015) kepemilikan lahan secara besar-besaran ini dilindungi Undang-Undang No 25 Tahun 2007. Sejak 2007 para pemilik modal diperbolehkan menguasai lahan paling lama 95 tahun. Sehingga hingga kini 175 juta hektar atau setara 93 % luas daratan di Indonesia dimiliki para pemodal swasta dan asing.

Bagaimana kondisi ketimpangan di Jakarta sebagai titik episentrum kegaduhan politik? Mahalnya harga tanah di Jakarta tidak lepas dari pesatnya pertumbuhan bisnis properti. Merujuk konsultan properti, Knight Frank, menobatkan Jakarta di peringkat tertinggi dalam perkembangan dari 30 kota lain di dunia. *Global Cities Index* (2014) meliputi perkembangan pasar *real estate* di kota-kota besar dunia. Konsekuensinya apa? Tentu warga miskin kota menjadi korban penggusuran lahan, bahkan secara biadab. Demikian juga, lahan di kawasan penyangga Jakarta juga dikuasai oleh pengembang properti raksasa yang menggandeng asing.

Mengonfirmasi hasil riset Universitas Tarumanagara (2012), ada 28 kota baru di Area Metropolitan Jakarta atau Jabodetabek dikuasai tujuh pengembang besar. Ketujuh pengembang tersebut adalah Sinarmas Land, Jaya Real Property, Lippo Group, Sumarecon, Paramount Land, Alam Sutera dan Bakrieland Development. Bahkan, MNC Group, salah satu kerajaan bisnis di Indonesia, membangun sebuah tempat wisata mewah berlokasi di kawasan Lido, Bogor, Jawa Barat. Tempat wisata mewah itu memerlukan tanah seluas 2000-an hektar. Tempat wisata mewah itu tentu diperuntukkan bagi kalangan berduit, bukan kaum melarat yang tidak punya tanah.

Statistik terbaru menunjukkan bahwa sejak 2000 hingga 2017, Produk Domestik Bruto Indonesia (PDB) per kapita meningkat rata-rata 4 % setiap tahun, setelah Cina dan India, yang masing-masing tumbuh 9 % dan 5,5 % per tahun. Namun, pertumbuhan ekonomi Indonesia memicu tingginya ketimpangan antarpenduduk. Hal ini tecermin dalam Indeks Gini, yakni indeks untuk mengukur ketimpangan dalam sebuah negara dari 0 (kesetaraan sempurna)

sampai 100 (ketidaksetaraan sempurna).

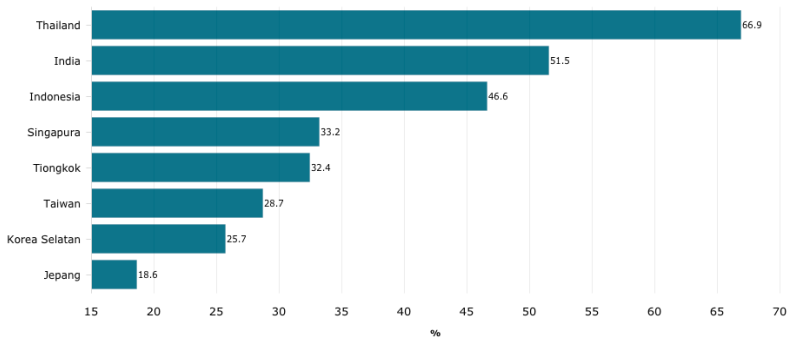
Data dari Bank Dunia mengungkapkan Indeks Gini Indonesia meningkat dari 30,0 pada dekade 1990-an menjadi 39,0 pada 2017. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), ketimpangan di Indonesia mulai meningkat pada awal 1990-an. Krisis moneter 1998 sempat menurunkan ketimpangan di Indonesia karena krisis tersebut berdampak signifikan terhadap kalangan orang kaya pada saat itu.

Namun, kesenjangan antara si kaya dan si miskin kembali meningkat cepat pada masa pemerintahan Megawati Soekarnoputri dan Susilo Bambang Yudhoyono (SBY). Indeks Gini naik dari 31,0 pada masa kepresidenan Megawati tahun 2001 menjadi 41,0 pada tahun 2014. Dalam gambar terlihat bahwa dengan mengonfirmasi data Global Wealth Report 2018 yang dirilis Credit Suisse menunjukkan bahwa 1% orang terkaya di Indonesia menguasai 46,6% total kekayaan penduduk dewasa di tanah air. Sementara 10% orang terkaya menguasai 75,3% total kekayaan penduduk. Artinya pembangunan yang dilakukan pemerintah selama ini hanya dinikmati oleh sebagian orang-orang tajir di negeri ini. Kondisi ini juga menunjukkan bahwa ketimpangan kekayaan di Indonesia masih cukup tinggi sehingga bisa menjadi masalah yang serius di kemudian hari.

Di kawasan Asia (Gambar), ketimpangan kekayaan Indonesia berada di urutan ketiga setelah Thailand dan India. Di negeri Gajah Putih, 1% orang terkaya menguasai hampir 70% total kekayaan penduduk dewasa. Sementara di India, 1% orang terkaya menguasai separuh total kekayaan penduduk dewasa. Sedangkan 1% orang terkaya di Jepang hanya menguasai 18% total kekayaan penduduk dewasa. Ini mengindikasikan meratanya kekayaan penduduk di Negeri Matahari Terbit.

Total penduduk dewasa di Indonesia mencapai 170,22 juta jiwa dengan kekayaan mencapai US\$ 1.518 miliar atau setara Rp22.700 triliun dengan kurs Rp15 ribu/dolar Amerika Serikat dengan kekayaan per penduduk dewasa sebesar US\$ 8.919. Sebanyak 89 ribu orang terkaya di Indonesia memiliki kekayaan di atas US\$ 1 juta atau Rp15 miliar. Sementara kekayaan penduduk dewasa di dunia mencapai US\$ 317 triliun pada tahun ini dan diperkirakan akan meningkat menjadi

US\$ 399 triliun pada 2023



Gambar: Perbandingan Tingkat Ketimpangan Ekonomi Beberapa Negara
Sumber: L Global Wealth Report 2018

Hak Asasi Ekonomi

Hak asasi manusia adalah hak yang dimiliki setiap manusia yang telah ada sejak lahir dan hak ini tidak bisa diganti atau diganggu gugat oleh siapa pun. Sejatinya, tiap warga negara menjunjung tinggi hak asasi manusia tanpa membedakan antara satu warga dengan warga lain.

Dalam bidang ekonomi, Hak Asasi Ekonomi (*property rights*) tentu diwujudkan dalam bentuk hak memiliki, membeli, menjual, dan memanfaatkan sesuatu. Dalam ekonomi, kesetaraan (*equality*) dalam hak ekonomi hukumnya wajib dilindungi negara. Tentu mekanismenya, negara harus menciptakan atmosfer yang mendukung melalui peraturan perundangan (Idjehar, 2003). Karena itu, negara melalui aparatur pemerintahnya tidak boleh melakukan diskriminasi, favoritisme, pemberian *privilege* pada orang dan kelompok tertentu, eksklusivitas, dan lainnya. Di sinilah letaknya, keadilan ekonomi sebagai pilar pertama yang harus diperjuangkan.

Selain keadilan ekonomi, nasionalisme ekonomi harus menjadi pilar kedua. Nasionalisme ekonomi merupakan hak asasi ekonomi suatu negara untuk melindungi diri dari imperialisme bangsa asing. Kata Bung Karno (1966), nasionalisme ekonomi mengejawantah

dalam konsep Berdiri di Atas Kaki Sendiri (Berdikari). Ketika berpidato di hadapan Sidang Umum IV MPRS (1966), Bung Karno menegaskan: “...bahwa Berdikari tidak berarti mengurangi, melainkan memperluas kerja sama internasional, terutama antara semua negara yang baru merdeka. Yang ditolak oleh Berdikari adalah ketergantungan kepada imperialis, bukan kepada kerja sama yang sama derajat dan saling menguntungkan. Berdikari bukan saja tujuan, tetapi yang tidak kurang pentingnya harus merupakan prinsip dari cara kita mencapai tujuan itu, prinsip untuk melaksanakan pembangunan dengan tidak menyandarkan diri kepada bantuan negara atau bangsa lain. Adalah jelas, bahwa tidak menyandarkan diri tidak berarti bahwa kita tidak mau kerja sama berdasarkan sama derajat dan saling menguntungkan.”

Banyak kasus ketidakadilan, ketidaksetaraan atau intoleransi ekonomi kasat mata di depan kita. Ketidakadilan ekonomi, justru banyak yang diproduksi oleh negara melalui aparaturnya. Kasus reklamasi teluk Jakarta misalnya, yang secara kajian akademik tidak layak (*unfeasible*) justru dipaksakan negara dengan pertimbangan keuntungan ekonomi. Keuntungan bagi pelaku usaha kakap (taipan) dengan terang benderang telah mendiskriminasi lingkungan biota dan hajat hidup rakyat, terutama nasib nelayan.

Sejatinya, bisnis reklamasi teluk di mana pun adalah bisnis paling empuk. Bayangkan, lahan (tanah) yang awalnya hanya hamparan lautan kosong menjadi lahan yang bernilai puluhan hingga ratusan juta rupiah per meter. Pada kasus reklamasi teluk Jakarta, tanah urukannya diangkut dari beberapa kawasan penyangga yang tidak jauh dari ibu kota Negara. Jutaan ton telah diangkut untuk mereklamasi teluk. Para taipan, membeli tanah urukan dari rakyat yang harganya sangat rendah. Jika proyek reklamasi teluk Jakarta itu sudah tuntas, yakin harga lahan per meter minimal Rp25 juta (harga taksiran saat ini di Jakarta Utara). Jika harga itu dikali dengan rencana luasan areal reklamasi sekitar 5.100 hektar, maka hasilnya mencapai ribuan triliun rupiah yang bakal diperoleh para pengembang taipan. Jelas nilai ini belum memperhitungkan, jika di atas lahan itu telah berdiri aset gedung-gedung mewah pencakar langit, mall, apartemen, hotel, tempat wisata, areal perkantoran, dan lainnya. Tentu, harganya jika

dijumlahkan menjadi puluhan ribu triliun rupiah hanya dalam waktu lima tahun sesuai jangka waktu proyek reklamasi.

Ketidakadilan selanjutnya pada kasus reklamasi teluk Jakarta adalah adanya 17 pulau buatan yang bakal dibangun dan satu bendungan terbesar di dunia (Giant Sea Wall/GSW) yang diprediksi GSW menelan biaya Rp500 triliun (Tanjung, 2016). Tentu, 17 pulau sudah dikaveling-kaveling oleh sekitar sembilan perusahaan kakap, entah dengan prosedur bagaimana proses pengavelingannya itu. Bagaimana proses Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL)-nya publik banyak yang gagal paham. Semuanya serba ajaib. Justru yang unik, selain para taipan properti yang terlibat dalam proses pengaveling, ada beberapa nama perusahaan yang dicurigai berkuasa sejak zaman Orde Baru dan berafiliasi dengan tokoh-tokoh nasional. Bahkan, jika ditelesik, komisaris hingga direksi perusahaan taipan itu, banyak yang berlatar pensiunan jenderal.

Kasus ketidakadilan atau intoleransi yang diproduksi negara seperti kasus reklamasi teluk Jakarta itu, jamak terjadi di daerah lain. Hak asasi ekonomi rakyat untuk bisa hidup layak, hak memiliki dan hak untuk sejahtera sesuai makna imperatif konstitusi negara selalu diabaikan demi kepentingan pengusaha taipan. Bahkan, ada gejala bahwa proses pengaveling kawasan di dukung pula keterlibatan pihak asing dengan dalih investasi. Jebakan teori konspirasi dan praktik korportokrasi global bisa mendapat justifikasi.

Awal tahun 2000-an, Jhon Perkins (2004), menyebut dirinya Bandit Ekonomi atau *Economic Hitman* (EHM). Korporatokrasi menurut Perkins, suatu sistem pemerintahan yang dikendalikan/dikuasai/dijalankan oleh beberapa korporat. Para korporat ini biasanya para pengusaha taipan yang memiliki dana lebih dari cukup untuk mengendalikan kebijakan-kebijakan politik ekonomi sosial budaya, dan lainnya dalam suatu negara.

Di Tanah Air, yang unik adalah, para pengusaha taipan ini enggan berafiliasi pada parpol dan kandidat tertentu dalam perebutan kekuasaan. Tapi, mereka ini acap kali menyuplai dana tidak terhingga kepada Parpol dan kandidat dalam kontes Pilpres, Pemilu, dan Pilkada. Inilah konsekuensi dari biaya politik yang sangat mahal

di negeri Pancasila kita. Dalam filosofi para pengusaha taipan, *no free lunch* (tidak ada makan siang gratis) dalam politik dan bisnis. Dengan demikian, tidak mungkin hak asasi ekonomi bisa tegak jika ketidakadilan atau ketidaksetaraan masih menjamur di mana-mana. Apalagi jika nasionalisme ekonomi sudah digadai aparaturnya demi jejaring korporokrasi global.

Sangat tepat ucapan Frans Magnis Suseno, usai berdialog dengan President of Risho Koesi-kai, sekte Budhis dari Jepang pada Jumat (24/11/2007): “Ketidakadilan adalah akar semua sikap intoleran”. Artinya, jika hak-hak ekonomi tidak berjalan dengan baik alias terjadi diskriminasi dan segregasi sosial-ekonomi terhadap pelaku ekonomi lemah misalnya, pasti sikap-sikap intoleran bakal menyeruak. Dengan demikian, sikap intoleran terjadi karena diproduksi oleh aparaturnya karena telah bersikap tidak adil bagi bangsanya sendiri.

Ekonomi Darul Ahdi wa Syahadah

Ketua Umum PP Muhammadiyah, Haedar Nashir (2015) menyampaikan, *darul ahdi* artinya negara tempat kita melakukan konsensus nasional. Negara kita berdiri (Negara Kesatuan Republik Indonesia, NKRI), didasarkan adanya kemajemukan bangsa, golongan, daerah, dan kekuatan politik, sepakat untuk mendirikan Indonesia. Selanjutnya, menurut Nashir, *darul syahadah* artinya negara tempat kita mengisi. Jadi setelah kita punya Indonesia yang merdeka, maka seluruh elemen bangsa harus mengisi bangsa ini menjadi Negara yang maju, makmur, adil bermartabat.

Pada Kata Pengantar Buku “Negara Pancasila: Darul Ahdi Wa Syahadah” terbitan PP Muhammadiyah (2016), Ketua Umum PP Muhammadiyah menjelaskan, konsep Negara Pancasila sebagai *darul ahdi wa syahadah* didasarkan pada pemikiran-pemikiran resmi yang selama ini telah menjadi pedoman dan rujukan organisasi seperti matan keyakinan dan cita-cita hidup Muhammadiyah (MKCH), kepribadian Muhammadiyah, khittah-khittah Muhammadiyah, membangun visi dan karakter bangsa, serta hasil tanwir Muhammadiyah di Bandung tahun 2012 dan Tanwir Samarinda tahun 2014.

Bagi warga Muhammadiyah, segenap pemikiran tentang Negara

Pancasila itu dimaksudkan untuk menjadi rujukan dan orientasi pemikiran serta tindakan bagi seluruh warga Muhammadiyah dalam berkehidupan berbangsa dan bernegara. Secara kontekstual, tentu ihwal ini berdasarkan pandangan Islam berkemajuan yang selama ini menjadi perspektif ke-Islaman Muhammadiyah. Warga Muhammadiyah pada khususnya dan umat Islam pada umumnya sebagai kekuatan mayoritas diharapkan mampu mengisi dan membangun Negara Pancasila yaitu NKRI yang berdasar Pancasila, UUD 1945, dan Bhineka Tunggal Ika sebagai negeri dan bangsa yang maju, adil, makmur, bermartabat, dan berdaulat sejalan dengan cita-cita *baladatum thayyibatun wa rabbun ghafur*.

Demikian pula dalam bidang ekonomi, konsep ekonomi Pancasila memiliki kompatibilitas dengan spirit *darul ahdi wa syahadah*. Dalam ekonomi Pancasila, disebutkan bahwa perekonomian Indonesia harus disusun sebagai usaha bersama (*at-ta'wun*) berdasarkan atas asas kekeluargaan dan kerja sama (*syirkah*). Dalam pasal 33 UUD 1945, terang benderang menyebutkan, "Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas kekeluargaan". Selanjutnya juga dinyatakan: "Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh Negara". Demikian pula dalam ayat selanjutnya: "Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat."

Kendati dasar dan filosofi pembangunan ekonomi Indonesia didasarkan pada Pancasila dan pasal 33 UUD 1945 dalam kerangka konsep *darul ahdi wa syahadah*, yang orientasinya sesungguhnya memiliki kompatibilitas dengan ekonomi syariah, misalnya pada *spirit* usaha bersama (*at-ta'wun*) berdasarkan atas asas kekeluargaan dan kerja sama (*syirkah*). Dalam faktanya, kebijakan pembangunan ekonomi Indonesia, diakui atau tidak, belum konsisten menerapkan *spirit* sistem ekonomi Pancasila. Bahkan, pada kasus fakta distribusi pendapatan untuk kebutuhan dalam negeri diatur secara global, bukan untuk kebutuhan seluruh penduduk per individu.

Ekonomi tidak dibangun, merujuk Chapra (2005) dan Mannan (2000), untuk memuaskan kebutuhan individu dan tidak untuk menyediakan pemuasan bagi tiap-tiap individu dalam masyarakat.

Ekonomi hanya difokuskan pada penyediaan alat yang memuaskan kebutuhan masyarakat secara makro dengan cara menaikkan tingkat produksi dan meningkatkan pendapatan nasional (*national income*).

Asumsinya, dengan banyaknya pendapatan nasional, ketika itu terjadilah distribusi pendapatan. Caranya adalah dengan memberi kebebasan memiliki dan kebebasan berusaha bagi semua individu masyarakat. Semua individu dibiarkan bebas memperoleh kekayaan sejumlah yang dia mampu sesuai dengan faktor produksi yang dimilikinya. Tidak diperhatikan apakah pemuasan itu merata dirasakan oleh semua anggota masyarakat, atau hanya terjadi pada sebagian saja.

Dampak dari pengaturan semacam ini adalah menjadikan harga sebagai faktor yang mengatur distribusi. Orang yang memiliki kemampuan membeli akan memperoleh kekayaan. Sedangkan orang yang tidak memiliki kemampuan membeli tidak akan memperoleh apapun. Dalam kondisi seperti ini, yang terjadi adalah rusaknya hubungan antara manusia. Manusia akan terpuruk dalam derajat binatang, dan nilai-nilai luhur terancam punah dari tengah-tengah manusia.

Tatkalala Negara semakin minimalis, masyarakat dan sektor usaha swasta berjalan sendiri-sendiri. Tampak, strata masyarakat yang tidak memiliki akses ke sumber daya ekonomi (masyarakat miskin) meratapi nasibnya karena belum beringsut bergerak vertikal. Mereka bergerak sendiri tanpa disapa oleh Negara. Demikian juga, pada posisi masyarakat yang sedikit berada di atas strata masyarakat miskin, yakni masyarakat kelas menengah-bawah, yang rentan untuk jatuh kembali menjadi strata masyarakat miskin, juga acap kali masa bodoh terhadap persoalan sosial dan lingkungan di sekitarnya.

Sementara itu, kelompok skala ekonomi menengah dan besar serta superkaya (memiliki aset 56 % dari total aset Negara dan jumlahnya 2 % dari penduduk Indonesia), bergerak dengan memanfaatkan “ketidakwarasan” birokrasi pemerintahan dalam mengelola perekonomian. Kendati kelompok ini mayoritas berkolaborasi dengan oknum penguasa pemerintahan (pusat dan daerah), sesungguhnya mereka juga bergerak dengan kalkulasinya sendiri. Walaupun di antara mereka banyak yang bergerak sebagai *rent seeker* dalam perekonomian.

Dalam konteks itulah, sejatinya ekonomi *darul ahdi wa syahadah* harus lebih banyak memberikan solusi dari lemahnya negara dalam menguatkan kapasitas ekonomi nasional. Menjadi solusi untuk mengamputasi intoleransi atau ketidakadilan ekonomi yang semakin akut. Kendati kontribusi konsep ekonomi *darul ahdi wa syahadah* belum optimal, setidaknya ada beberapa model kelembagaan yang perlu ditelaah yakni:

1. Kelembagaan pada keberadaan instrumen Zakat, Infaq, Sadaqoh (ZIS) dan sebagainya. ZIS ini merupakan ikon instrumen yang dapat mensejahterakan rakyat kecil. Menurut riset PIRAC (2008 dan 2013), potensi ZIS di Indonesia diperkirakan mencapai Rp80,3 triliun per tahun. Bahkan Asian Development Bank (2016) menaksir lebih besar yakni Rp100 triliun per tahun. Namun, kenyataannya, zakat yang terhimpun hanya Rp3 triliun hingga Rp 4 triliun per tahun. Selain potensi ZIS, juga potensi wakaf yang belum dioptimalkan. Mengonfirmasi data Kementerian Agama RI tahun 2012 mencatat, aset wakaf nasional mencapai 3,49 miliar meter persegi tanah, di 420.003 titik di seluruh nusantara. Bila dirupiahkan, dengan asumsi harga tanah hanya Rp100 ribu per meter persegi, nilainya mencapai Rp349 triliun. Dari dana tersebut, bangsa ini dapat membangun ratusan sekolah dan puluhan rumah sakit. Selain itu, instrumen ini guna menjawab amanat Pancasila dan UUD 1945, yakni menciptakan masyarakat yang adil dan makmur (*redistribution with growth*).
2. Kelembagaan pada pelarangan riba dengan menjadikan sistem bagi hasil (*profit-loss sharing*) dengan instrumen mudharabah dan musyarakah sebagai sistem kredit berikut instrumen bunganya (Q.S Al-Baqarah:275). Bunga bank memiliki efek negatif terhadap aktivitas ekonomi dan sosial. Secara ekonomi, bunga bank akan mengakibatkan pertumbuhan ekonomi yang semu dan akan menurunkan kinerja perekonomian secara menyeluruh serta dampak-dampak lainnya. Dalam segi sosial pun akan membuat masyarakat terbebani akan bunga yang dirasa begitu berat (*chaos*). Dampak pelarangan riba ini telah menghadirkan lembaga-lembaga keuangan syariah baik bank maupun non-bank

syariah. Merujuk data Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2015), aset perbankan syariah tercatat Rp264 triliun, aset keuangan non-bank sekitar Rp50 triliun. Dan, total saham syariah yang diperdagangkan senilai Rp3.037,46 triliun, suku korporasi sebesar Rp7,1 triliun, dan reksadana syariah senilai Rp11,7 triliun hingga kuartal pertama 2015. Yang menarik, sukuk (surat utang syariah) yang dikembangkan pemerintah dengan nama sukuk ritel telah mendapat respons positif dari masyarakat. Begitu pula nilai sukuk yang diterbitkan perusahaan (korporasi) masih terlalu kecil dibanding dengan obligasi konvensional.

3. Kelembagaan asuransi syariah. Pada usaha asuransi syariah, mencatat kenaikan aset 24% dibandingkan tahun 2015, menjadi Rp24 triliun. Pertumbuhan terbesar di Reasuransi syariah yang naik 37% menjadi Rp1 triliun. Meskipun, total *share* aset asuransi syariah baru 5,05% dari total industri nasional. Meskipun lambat, potensi Indonesia sebagai kiblat keuangan syariah dunia masih diyakini oleh pelaku industri, bahkan dari luar negeri.

Namun sangat disayangkan, kebijakan gerakan ekonomi syariah (ekonomi *darul ahdi wa syahadah*) di Tanah Air dalam dua dasawarsa ini, kelihatannya masih dominan berkubang dalam industri keuangan, terutama industri perbankan syariah. Mengapa industri keuangan syariah ini lebih populer? Ihwal ini setidaknya dilatari, *pertama*, terkait dinamika ekonomi dunia yang dominan dihela oleh sektor lalu-lintas keuangan. Kemajuan ekonomi suatu negara, indikatornya, kemajuan dunia keuangannya. Karena industri keuangan tampil menggeliat, penggiat ekonomi syariah pun ikut berjibaku di dalam dunia itu. Harap dicatat, jasa keuangan adalah industri dengan pendapatan terbesar di dunia, yang pada tahun 2010 misalnya, industri ini mewakili 25 % kapitalisasi pasar dari S&P 500.

Kedua, jalur keuangan dengan pelbagai derivasinya, adalah jalur pragmatis dan menjadi mesin akseleratif pertumbuhan ekonomi yang lebih aman (*soft*) dan efisien (Fritzer, 2004 dan Kularatne 2002), dibanding jalur advokasi dan pemberdayaan ekonomi yang lebih rumit (musykil). Oleh karena para penggiat ekonomi syariah jamak berlatar dari kalangan industri keuangan, tidak mengherankan mereka

jauh lebih siap, karena dunia industri bersifat teknikal dan mudah direplikasi.

Dengan bergerak lebih majunya industri keuangan syariah dibanding bidang lain dalam ekonomi syariah, sejatinya hal itu merupakan jebakan awal mendeterminasi ekonomi syariah ke dalam kubangan elitisme. Tatkala ekonomi syariah diseret ke dalam industri, konsekuensinya, ia akan cenderung pragmatis, eklektik, dan mulai teralienasi dengan basis ekonomi rakyat. Sebagai diketahui, bahwa dalam dunia industri, nilai tambah dari proses itu menjadi penting. Industri keuangan, termasuk berlabel syariah sekalipun (pada level mikro), jelas ingin memperoleh keuntungan maksimal atau nilai tambah dari nasabah. Sehingga rasio keuangan konvensional kerap dijadikan standar indikator baku. Sementara pada level makro, dibangun asumsi, perkembangan dalam rasio aset keuangan terhadap PDB menunjukkan pendalaman keuangan (*financial deepening*) (Fry, 1995).

Maka, perkembangan yang semakin kecil dalam rasio menunjukkan kian dangkal sektor keuangan suatu negara. Justru, semakin besar dalam rasio tersebut mengindikasikan kian dalam sektor keuangan suatu negara. Tentu, dalam hal ini, kian besar rasio jumlah uang beredar terhadap PDB menunjukkan kian efisien sistem keuangan dalam memobilisasi dana untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi. Kian tinggi pendalaman keuangan kian besar penggunaan uang dalam perekonomian (Okuda, 1990).

Dengan berhimpitnya bangunan persepsi pada level mikro (industri keuangan) dan makro (pemerintah) itu, tidak mengherankan jika pemerintah makin *men-support* maraknya industri keuangan syariah. Hanya persoalannya, tatkala bangunan kesamaan persepsi itu berlanjut, kerap kali industri keuangan syariah keluar dari misi utamanya, advokasi dan pemberdayaan keuangan rakyat. Dan, pada gilirannya penggiat ekonomi syariah pun tersubordinasi dalam kapitalisasi pasar yang cenderung elitis dan burjois.

Padahal, sejatinya sungguh banyak persoalan ekonomi di tingkat *grass-root* luput dari pengamatan dan aksi afirmatif dari penggiat ekonomi syariah. Persoalan advokasi dan pemberdayaan ekonomi masyarakat *vulnerable* misalnya, tampak minimalis. Kendati

ada gerakan pemberdayaan, terlihat lebih banyak dari kelompok keswadayaan yang berlabel lembaga Zakat, Infaq dan Sadoqah (ZIS). Tapi, itupun belum masif dibanding gerakan industri keuangan syariah yang lebih bergerak elitis. Bahkan, dibanding kelompok-kelompok keswadayaan yang berlabel nasional, kelompok keswadayaan yang berlabel ZIS pun masih tertinggal jauh.

Penutup

Sejak reformasi melanda bangsa Indonesia, kredibilitas Negara makin lumpuh. Institusi-institusi Negara mandul, dan kemudian terjadi aransemen kelembagaan baru, yang tampaknya tidak siap berkompetisi terhadap derasnya arus liberalisasi ekonomi dan politik. Apa yang perlu dilakukan dalam mengampulasi intoleransi ekonomi itu?

Pertama, liberalisasi ekonomi sejatinya harus diiringi demokratisasi ekonomi. Partisipasi ekonomi rakyat stagnan, yang diindikasikan matinya pelbagai aktivitas kearifan ekonomi lokal dan industri ekonomi rakyat. Ekonomi petani dan nelayan tempat rakyat menggantung hidupnya “mati suri”. Sementara liberalisasi ekonomi, justru hanya menguntungkan pemodal kakap, yang berkolaborasi korporasi asing dan penguasa politik domestik. Kegiatan produksi, distribusi, dan pemasaran produk hingga ke pelosok-pelosok desa (hulu-hilir) dikuasai jaringan distribusi pemodal kakap (taipan).

Padahal tujuan ekonomi Pancasila atau ekonomi *darul abdi wa syahadah* adalah menegakkan keadilan sosial. Untuk mencapai keadilan sosial, diperlukan kebijakan makro ekonomi dalam mengatur lalu-lintas kegiatan produksi, distribusi, dan pemasaran sehingga tidak kuasai para taipan. Selain itu, kebijakan ekonomi perlu bertahap. Tahapan yang paling cepat adalah membangun demokrasi ekonomi. Dan, demokrasi ekonomi “disusun” dalam spirit kebersamaan, gotong royong, dan persaudaraan. Spirit itu merupakan akar dari nasionalisme dan heroisme ekonomi. Kata John Robinson, kekuatan pasar ekonomi seyogianya terletak pada *“economics is rooted in nationalism”*. Dengan demikian, akar kekuatan pasar ekonomi adalah nasionalisme yang didasarkan pada realitas ekonomi masyarakat.

Realitas ekonomi masyarakat terletak pada kebersamaan, gotong-royong, dan persaudaraan.

Karena itu, jangan sampai demokrasi ekonomi yang diatur dalam koridor konstitusi ekonomi kita kuburkan ramai-ramai. Seiring dengan maraknya demokrasi politik di Tanah Air, harus ekuivalen dengan perkembangan kualitas demokrasi ekonomi, Jika demokrasi ekonomi tidak tegak, yang berkuasa justru pemilik kuasa dan uang, yang jalin-berkelindan dengan kekuatan korporatokrasi berskala global. Konsekuensinya, oligarki (kekuasaan uang, politik, dan korporasi global), kian meneguhkan pengawetan penguasaan produksi dan distribusi dari hulu hingga hilir serta kuasa monopolisasi pasar. Implikasinya, disparitas ekonomi kian tajam, eksklusivisme pemilik uang dan kuasa menyubur, dan ujungnya bisa membahayakan keharmonisan ekonomi nasional, yang selama ini kita rajut.

Kedua, liberalisasi politik kian menempatkan sirkulasi elite politik pemilik modal. Akibat liberalisasi politik, pemilik modal mendeterminasi oligarki parpol. Liberalisasi politik tidak mampu merangsang partisipasi politik rakyat, bahkan rakyat kian muak melihat “perilaku kurang beradab” para politisi. Di sisi lain, sumirnya ideologi partai, yang ditandai banyaknya politisi “kutu loncat”, memberi sinyal, liberalisasi politik hanya melahirkan politisi tuna-ideologi.

Liberalisasi politik yang mengemuka sejak era Reformasi yang sejatinya ingin meningkatkan partisipasi politik rakyat, yang tentunya bermuara pada peningkatan kesejahteraan rakyat, pada faktanya justru telah melahirkan ketimpangan ekonomi. Liberalisasi politik hanya memproduksi kebijakan ekonomi yang makin memuluskan pemilik modal raksasa. Hampir pasti, pemilik modal raksasa inilah yang sesungguhnya menyuplai kebutuhan material para kontestasi politik. Mereka melakukan perselingkuhan yang makin dahsyat, terutama pada lingkaran elit politik, apapun partainya. Akhirnya, yang menikmati manfaat kebijakan liberalisasi politik adalah pemilik modal raksasa, elit partai politik, dan rezim yang berkuasa. Inilah salah satu penyebab *biang* ketimpangan itu menyeruak. Maka benar apa yang dikatakan Joseph E Stiglitz (2005), bahwa ketimpangan dan kesenjangan terutama dalam aset dan pendapatan lebih sering

terjadi sebagai akibat keputusan politik, ketimbang konsekuensi dari bekerjanya kekuatan pasar.

Liberalisasi ekonomi politik yang berkarakter *free fight liberalism* itulah, sejatinya menjadi biang patologi yang menjauhkan bangsa dari makna kemerdekaan yang sejati. Tatakala terjadi krisis pangan misalnya, orang akan merujuk sumber hulunya pada kebijakan ekonomi-politik yang salah kaprah. Oligopolisasi pasar, yang diiringi perilaku tengkulak pengeruk keuntungan di jalur distribusi, justru sudah terang benderang siapa pelakunya. Tapi, Negara gamang bertindak. Dalam konteks itulah, tepat apa yang dikatakan Josep E. Stiglitz (2010), „problematika sosial suatu negara merupakan cerminan dari paradigma ekonomi yang dianut dari negara tersebut”.
Wallahu a’lam.

Referensi

- Chapra, Mohamad Umer. 1999. *Islam dan Tangatanan Ekonomi : Islamisasi Ekonomi Kontemporer*. Surabaya: Risalah Gusti.
- Fritzer, Friedrich. 2004. *Financial Market Structure and Economic Growth: A Cross Country Perspective Monetary Policy and The Economy*. 2nd Quarter, pp. 72-87. [.http://www.oenb.at/en/img/mop_20042_financial_market_tcm16-19681.pdf](http://www.oenb.at/en/img/mop_20042_financial_market_tcm16-19681.pdf).
- Laporan penelitian IDEAS (Indonesia Development and Islamic Studies), FEB Universitas Indonesia, Maret 2018.
- Laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Oktober 2015. Direktur Industri Keuangan Nonbank (IKNB) Syariah Otoritas Jasa Keuangan (OJK).
- Laporan Penelitian. 2016. ADB (Asian Development Bank) dan Baznas (Badan Amil Zakat Nasional), Jakarta.
- Laporan Penelitian. 2018. Lihat hasil riset IDEAS (Indonesia Development and Islamic Studies), FEB Universitas Indonesia, Maret 2018
- Laporan BIS Review 96/2010. *Hu Xiaolian: A managed floating exchange rate regime is an established policy*. Article by Ms Hu

- Xiaolian, Deputy Governor of the People's Bank of China, 15 July 2010
- Konsorsium Pembaruan Agraria, 2014. Peta Pertanahan Nasional. Penerbit: KPA. Jakarta,
- Hatta, Mohammad. 1975. *Membangun Ekonomi Indonesia*, Jakarta, Inti Idayu Press.
- , 1963. *Persoalan Ekonomi Sosialis Indonesia*, Djakarta, Penerbit Djambatan, 1963.
- Okuda, Hidenobu. 1990. Financial Factors in Economic Development: A Study of The Financial Liberalization Policy in The Philippines, Developing Economies, No. XXVIII, September, New York.
- Pakkanna, Mukhaer. 2012. Ekonomi Tanpa Negara. *Media Indonesia*, 5 Januari 2012
- , 2017. Toleransi Agama (Ekonomi) Kiai Hasyim. Dalam Takziah Muhammadiyah untuk KH. A. Hasyim Muzadi. Penerbit: UMJ dan Ahamad Dahlan School of Economics, Jakarta
- Pimpinan Pusat Muhammadiyah. 2016. Pengantar Buku: Negara Pancasila sebagai Darul Abdi Wa Syahadah. Diterbitkan PP Muhammadiyah, Yogyakarta
- Perkins, Jhon, 2016. *The New Confessions of an Economic Hitman* (2016), Berrett-Koehler Publishers. New York
- Robinson, Joan. 1988, *Aspects of Development and Underdevelopment*, Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Survei Public Interest Research and Advocacy Center (PIRAC) 2007 dan 2013
- Susetiawan. 2009. Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat: Sebuah Ketidakberdayaan Para Pihak Melawan Konstruksi Neoliberalisme. Makalah: Working Paper. Ditulis untuk Studi Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada dan Pusat Studi Pedesaan dan Kawasan. UGM, Yogyakarta.

- Stiglitz, Joseph E. 2006. *Making Globalization Work*. Penerbit.: W.W. Norton & Company, New York,
- Swasono, Sri-Edi. 2010. *Eksposes Ekonomika: Mewaspadaai Globalisasi dan Pasar Bebas*. Pusat Studi Ekonomi Pancasila. UGM Yogyakarta.
- Winters, Jeffry. 2012. *Oligarchy*. Cambridge University Press
- Badang Pusat Statistik (BPS). *Laporan 2015, 2014 dan 2013*, Jakarta
<https://id.wikipedia.org/wiki/Toleransi>

Mukhaer Pakkanna, lahir Makassar 14 Januari 1969. Saat ini menjabat Ketua Asosiasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (AFEB) PTM periode 2017-2021 dan Rektor Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan (ITB-AD) Jakarta, 2018-2022 serta Sekretaris MEK PP Muhammadiyah. Jebolan pendidikan S-3 Konsentrasi Ekonomi Pembangunan dan Keuangan Lokal pada Program Doktor Ilmu Ekonomi (PDIE) Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS). Selain sebagai Peneliti *Center for Information and Development Studies* (CIDES), dan pernah menjadi analis Bursa Berjangka pada Bappebti, dan menjadi Staf Ahli Bidang Ekonomi di DPR RI 1999 – 2004, serta penulis lepas diberbagai media cetak (surat kabar) nasional.

KEBIJAKAN PERENCANAAN DALAM PEMBIAYAAN ANGGARAN DEFISIT

Dr. Daryono Soebagiyo., MEd

Dosen FEB UMS

Daryono51@gmail.com, daryono.soebagiyo@ums.ac.id

PENDAHULUAN

Pengelolaan keuangan negara mengikuti ketentuan dalam paket undang-undang di bidang Keuangan Negara. Siklus pengelolaan keuangan negara tidak terlepas dengan fungsi-fungsi manajemen yang dikenal selama ini. Dalam suatu organisasi, pada dasarnya manajemen dapat diartikan suatu proses yang melibatkan orang-orang untuk menentukan, menginterpretasikan dan mencapai tujuan-tujuan organisasi yang telah ditetapkan dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penyusunan personalia atau kepegawaian (*staffing*), pengarahan dan kepemimpinan (*leading*) dan pengawasan (*controlling*). Begitupula dalam pengelolaan keuangan negara, fungsi manajemen tersebut diwujudkan dalam siklus pengelolaan keuangan negara yang terdiri dari: perencanaan, penganggaran, pelaksanaan anggaran/perbendaharaan, akuntansi, pemeriksaan dan pertanggungjawaban.

Beberapa ahli memiliki definisi dari kebijakan keuangan negara atau biasa disebut kebijakan fiskal. Menurut Dornbusch *et.al.* (2011) kebijakan fiskal adalah kebijakan yang diambil oleh pemerintah terkait tingkat belanja dan transfer pemerintah serta struktur perpajakan. Definisi menurut Hubbard *et.al* (2012) tentang kebijakan fiskal adalah kebijakan pemerintah dalam mengatur perubahan pajak, belanja serta transfer pemerintah yang bertujuan untuk memengaruhi kondisi makroekonomi. Secara garis

besar, kebijakan fiskal merupakan kebijakan pemerintah terkait penerimaan dan belanja negara untuk mencapai tujuan-tujuan pemerintah—seperti penurunan ketimpangan dan kemiskinan serta meningkatkan pertumbuhan.

Umumnya, kebijakan fiskal dapat dibagi menjadi kebijakan fiskal ekspansif (*expansionary fiscal policy*) dan kebijakan fiskal kontraksi (*contractionary fiscal policy*). Perbedaan keduanya terletak pada pendirian pemerintah mengenai penerimaan dan belanjanya.

Kebijakan fiskal yang ekspansif terjadi ketika pemerintah meningkatkan belanjanya serta menurunkan penerimaan pajak—lewat penurunan tarif—, tujuan utama dari kebijakan ekonomi ekspansif adalah mendorong perekonomian. Sebaliknya, suatu kebijakan fiskal dapat dikategorikan kontraksioner ketika pemerintah menurunkan pengeluarannya dan meningkatkan tarif pajak. Kebijakan fiskal kontraksioner bertujuan untuk meredam tekanan inflasi yang terjadi ketika perekonomian mengalami *overheating*.

Selanjutnya, berdasarkan polanya terhadap siklus bisnis (*business cycle*) kebijakan fiskal dapat dikategorikan menjadi prosiklikal (*pro-cyclical fiscal policy*) dan kontrasiklikal (*counter-cyclical fiscal policy*). Kebijakan fiskal prosiklikal bersifat mengikuti pola siklus bisnis, apabila perekonomian sedang berada dalam resesi maka pengeluaran pemerintah juga ikut rendah *vice versa*. Sebaliknya, kebijakan fiskal kontrasiklikal bersifat bertentangan dengan siklus bisnis, sehingga ketika perekonomian sedang dalam kondisi resesi maka pengeluaran pemerintah justru meningkat, *vice versa*.

Dalam kebijakan fiskal, biasanya terdapat beberapa indikator yang biasa digunakan seperti rasio penerimaan perpajakan, rasio keseimbangan primer, rasio defisit anggaran serta rasio utang pemerintah. Dalam dokumen perencanaan (RKP dan RPJMN), terdapat 6 (enam) indikator keuangan negara yang menggambarkan arah kebijakan fiskal yaitu rasio penerimaan perpajakan, rasio belanja modal, rasio subsidi energi, rasio keseimbangan primer, rasio defisit anggaran serta rasio utang pemerintah. (masuk ke metadata indikator keuangan negara).

PEMBIAYAAN

Menurut UU No. 17 Tahun 2013, Pembiayaan adalah setiap penerimaan yang perlu dibayar kembali dan/atau pengeluaran yang akan diterima kembali, baik pada tahun anggaran yang bersangkutan maupun tahun-tahun anggaran berikutnya. Pembiayaan merupakan implikasi yang terjadi ketika Belanja Negara lebih besar dibandingkan Penerimaan Negara (berdasarkan UU no Tahun 2013 pasal 12 ayat 3). Secara garis besar, Pembiayaan terdiri atas Pembiayaan Utang, Pembiayaan Investasi, Pemberian Pinjaman, Kewajiban Penjaminan, dan Pembiayaan Lainnya

Pembiayaan Utang dapat dilakukan dengan menerbitkan Surat Berharga Negara dan melakukan Pinjaman. Selanjutnya, Pinjaman dapat datang dari sumber dalam negeri dan sumber luar negeri. Pemerintah senantiasa menjaga kualitas kreditnya agar mendapatkan pembiayaan utang yang optimal.

Merupakan pembiayaan yang diterima atau diberikan pemerintah kepada lembaga-lembaga tertentu. Pembiayaan investasi umumnya diberikan kepada Badan Usaha Milik Negara dan Badan Layanan Umum sebagai bentuk penyertaan modal pemerintah. Pemerintah akan mendapatkan penerimaan kembali atas investasi yang telah dilakukannya ini.

Pemerintah pusat dapat memberikan pinjaman kepada BUMN dan Pemerintah Daerah. Saldo Pemberian Pinjaman mencatat besaran pinjaman yang diberikan pemerintah kepada BUMN dan Pemerintah Daerah.

ISU DEFICIT SPENDING

Di Indonesia isu defisit anggaran mendapatkan perhatian yang utama, bahkan sejak Kabinet Ampera (kabinet orba pertama). Perhatian ini disebabkan oleh tingginya tingkat inflasi yang disebabkan oleh pembiayaan defisit anggaran dengan pencetakan uang. Pengalaman ini membuat pemerintah mengintroduksi anggaran yang berimbang dan dinamis untuk menggantikan anggaran moneter. Di mana anggaran dibuat dengan tujuan untuk “menertibkan” defisit

anggaran dengan dibiaya dari utang luar negeri(Seda; 2003; 68). Dengan memasukan utang luar negeri sebagai sumber penerimaan negara maka anggaran terlihat sebagai *balance budget*. Utang luar negeri ini bukannya tanpa masalah, beban utang luar negeri yang semakin membengkak membawa konsekuensi logis membebani anggaran dengan pembayaran pokok dan bunga utang yang juga ikut meningkat.

Idealnya semua pengeluaran pemerintah dibiayai oleh penerimaan pajak. Peningkatan penerimaan pajak akan menaikkan total penerimaan pemerintah. sehingga defisit akan berkurang. Defisit anggaran pemerintah pusat Indonesia dibiayai dengan: 1) Utang luar negeri, 2) Pembiayaan dalam negeri melalui sektor perbankan maupun non perbankan.

Pembiayaan melalui sektor perbankan dapat melalui bank sentral dan bank umum. Defisit anggaran yang melalui sektor perbankan dapat ditelusuri melalui neraca otoritas moneter dan neraca konsolidasi bank umum yang berupa perubahan *net claim central government* (NCG). Pembiayaan melalui sistem non perbankan berupa penerbitan obligasi negara dan privatisasi aset negara, terutama aset negara yang dikelola BPPN. Utang ke luar negeri merupakan alternatif pembiayaan yang paling dominan selama tahun 1969-2000, sedang antara tahun 2001-2003 pembiayaan dalam negeri lebih dominan

Pengaruh defisit anggaran terhadap variabel ekonomi makro sangat tergantung oleh mekanisme pembiayaan defisit yang digunakan (Saleh, 2003 dan 2004). Hampir semua mekanisme pembiayaan defisit anggaran akan berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini terjadi karena peningkatan penerimaan akan memberikan keleluasaan untuk menaikkan pengeluaran pemerintah sehingga pertumbuhan ekonomi akan ikut naik. Jika utang yang digunakan untuk pembiayaan defisit digunakan untuk investasi pemerintah maka akan berpengaruh lebih besar terhadap perekonomian dan penyerapan tenaga kerja, daripada digunakan untuk membiayai konsumsi pemerintah. Pembiayaan melalui sektor perbankan akan berpengaruh terhadap inflasi dan selanjutnya akan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi riil (Chantrasmu, 1999).

Pembiayaan defisit anggaran dengan menggunakan utang luar negeri dilatarbelakangi oleh trauma inflasi yang tinggi pada tahun 1960-an, yang disebabkan oleh pembiayaan defisit anggaran dengan pencetakan uang. APBN yang berimbang sangat ampuh sebagai pengendali inflasi jika defisit anggaran ditutup dengan penambahan stok jumlah uang beredar. Defisit dalam negeri (dalam rupiah) akan didanai oleh utang luar negeri (dalam mata uang asing). Pertukaran ini akan menambah stok jumlah uang yang beredar, karena devisa tadi dibeli oleh Bank Indonesia dan komersial dengan menciptakan uang giral. Jika semua surplus devisa dibeli oleh Bank Indonesia maka akan terjadi *monetization*, sehingga menyebabkan pertambahan stok uang beredar yang sangat cepat. Hal ini semakin mempersulit Bank Indonesia untuk mengendalikan inflasi dan kestabilan nilai tukar rupiah (Nasution; 1984 dan Nasution, at. all; 1984). Pada sisi yang lain utang luar negeri akan menambah *capital inflow* pada saat penarikan utang baru, tetapi akan menambah *capital outflow* pada saat membayar bunga dan cicilan utang.

Jika defisit anggaran dibiayai dengan penerbitan obligasi negara maka permintaan kredit pemerintah mengalami kenaikan, sehingga tingkat suku bunga di pasar modal akan meningkat. Kenaikan tingkat bunga obligasi negara menyebabkan biaya investasi terasa mahal, sehingga akan meng-*crowd out* investasi swasta (Hossain Akhtar, et. all 1998). Penerbitan obligasi negara dalam jumlah besar di dalam pasar modal dan pasar uang yang belum berkembang akan memberikan tekanan yang kuat terhadap anggaran dan mendesak keluar (*crowd out*) pasar keuangan. Hubungan antara pembiayaan defisit anggaran dengan variabel ekonomi makro terjadi sebuah sistem simultan

Isu strategi pembiayaan defisit anggaran mendapatkan perhatian yang cukup luas dalam kebijakan makroekonomi sebagai program kebijakan pembangunan ekonomi berkelanjutan. Bagi setiap negara baik negara maju maupun terlebih negara-negara sedang berkembang akan mengalami persoalan defisit anggaran dan upaya bagaimana menanggulunginya.

Sungguhpun masing-masing negara tentu memiliki strategi untuk melakukan pembiayaan defisit anggarannya, tetapi yang lebih penting bagaimana upaya agar pengelolaan pembiayaan defisit anggaran bisa

lebih baik. Seperti juga yang dikemukakan Saleh (2003, 2004) di mana menyatakan bahwa pengaruh defisit anggaran terhadap variabel ekonomi makro sangat tergantung pada mekanisme pembiayaan defisit yang digunakan masing-masing negara tersebut.

Tabel 1
Defisit Anggaran di Beberapa Negara Tahun 2004 dan 2008

Negara	Defisit (Miliar Dolar)		PDB (Billion Dolar)		Rata-rata pertumbuhan PDB (%)	
	2004	2008	2004	2008	2004	2008
US (Federal)	-476	-455	11,867.75	14,441.43	3,1	2
Japan	-348	-201	4,605.94	4,886.96	2,7	1,9
Germany Uni.	-100	35	2,748.82	3,673.11	-0,1	2,5
Kingdom	-62	-135	2,203.58	2,684.22	2,2	3,1
France	-75	-216	2,060.91	2,866.83	0,5	2,1
Italy	-52	-64	1,730.10	2,307.43	0,4	1,4
China	-31	64,7	1,931.65	4,519.94	9,1	11,9
Spain	-2	-92,3	1,045.67	1,601.96	2,4	3,8
South Korea	-3,3	2,3	857.8	1,206	3,1	5,0
Indonesia	-1,11	-0,5	257.005	511.489	4,1	6,3

Sumber: *World Development Indicators*

Pada tataran kondisi persoalan klasik suatu kebijakan anggaran keuangan negara dinyatakan bahwa, kebutuhan pengeluaran (*expenditure needs*) yang semakin meningkat, tetapi sementara pada sisi lain upaya penerimaan negara tidak mampu mengikuti perkembangan kebutuhan pengeluaran, baik karena alasan keterbatasan kapasitas administrasi maupun penurunan basis penerimaan, sehingga dengan demikian akan menyebabkan perbedaan pemecahan persoalan penanganan pendekatan kebijakan.

Bagi negara Indonesia isu defisit anggaran mendapatkan perhatian utama sejak periode Orde Baru. Perhatian ini disebabkan

karena tingkat inflasi cukup tinggi yang disebabkan oleh pembiayaan defisit anggaran melalui cetak uang. Dari pengalaman waktu itu membuat pemerintah mencoba memperbaiki kembali dengan anggaran berimbang dan dinamis untuk menggantikan anggaran moneter. Anggaran tersebut dibuat dengan tujuan untuk menertibkan defisit anggaran dari hutang luar negeri. Dengan mengikut sertakan hutang luar negeri sebagai sumber penerimaan negara maka anggaran terlihat sebagai *balance budget*. Tetapi hutang luar negeri ini bukannya tanpa masalah, beban hutang luar negeri yang semakin besar membawa konsekuensi beban anggaran dengan pembayaran pokok serta bunga hutang ikut meningkat.

Saat ini Indonesia melakukan kebijakan stimulus fiskal yakni berupa defisit anggaran, yaitu kondisi di mana pengeluaran lebih besar daripada penerimaannya. Kebijakan stimulus anggaran belanja negara dilakukan dengan tujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Kebijakan stimulus anggaran ini sebenarnya bisa dilakukan melalui penerimaan negara, maupun belanja negara. Di sisi penerimaan negara, kebijakan stimulus anggaran dapat dilakukan, misalnya melalui penurunan dari tarif pajak pertambahan nilai (PPn). Karena penurunan tarif PPn di samping dapat menggairahkan bagi produsen atau swasta untuk meningkatkan produksi (di mana harga bahan baku akan menjadi lebih murah), demikian pula bisa merangsang masyarakat untuk meningkatkan konsumsi (karena harga barang akhir akan menjadi lebih murah). Penurunan tarif bea masuk atau penurunan tarif pajak yang lain akan mempunyai dampak yang sama.

Dari sisi belanja anggaran, kenaikan gaji pegawai negeri riil, akan meningkatkan konsumsi masyarakat. Demikian juga, kebijakan stimulus fiskal melalui pengeluaran pembangunan, ataupun melalui dana yang dialokasikan ke daerah, akan mempunyai dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi, baik melalui transmisi meningkatnya konsumsi pemerintah maupun meningkatnya investasi pemerintah.

Dalam kenyataan strategi pembiayaan defisit anggaran yang dijalankan Indonesia dari waktu ke waktu tidak ada perubahan signifikan, di mana setiap tahun anggaran pilihannya selalu berorientasi pada pembiayaan melalui pinjaman. Menurut Hirawan (1995) secara

teoritis konseptual pembiayaan pembangunan berasal dari tiga sumber yaitu dari pendapatan (*revenue financing*), kekayaan (*equity financing*) dan hutang (*debt financing*).

Sejarah pembiayaan defisit anggaran dimulai di era Soekarno (1959-1966). Di masa itu, pemerintah menutup defisit dengan cara mencetak uang baru melalui Bank Sentral yang kemudian dihitung sebagai pinjaman. Di masa Soeharto, di saat sistim ekonomi mulai tergantung pada investasi asing, pemerintah menutup pembiayaan defisit dengan pinjaman pada luar negeri, melalui bilateral maupun multilateral.

Sebetulnya, pinjaman tidak akan menjadi beban berat kalau digunakan untuk memacu produktivitas. Pinjaman akan menjadi persoalan apabila digunakan untuk kegiatan-kegiatan non-produksi. Sedang dalam periode pemerintahan setelah Orde Baru tampaknya keberhasilan dari usaha-usaha untuk mendorong perekonomian melalui peningkatan pengeluaran pemerintah sangat dipengaruhi oleh sumber pembiayaannya.

Peningkatan pengeluaran pemerintah yang dibiayai dari sumber dalam negeri (*domestic debt financing*) tidak tertutup kemungkinan dapat menekan pertumbuhan ekonomi. Hal ini karena sumber pembiayaannya diambil dari sektor swasta dengan menerbitkan surat hutang. Stimulus melalui cara tersebut hanya akan memindahkan sumber dana dari pemegang surat hutang (*bond-holders*) ke kelompok lainnya.

Idealnya semua pengeluaran pemerintah dibiayai oleh penerimaan pajak. Peningkatan penerimaan pajak akan menaikkan total penerimaan pemerintah, sehingga pembiayaan defisit akan berkurang.

Pembiayaan defisit anggaran setidaknya dapat untuk mendanai pengeluaran pemerintah agar terjadi peningkatan produktivitas perekonomian, yaitu pengeluaran kapital pemerintah untuk investasi. Dornbusch *et al.*(1989) membagi dua macam sumber pendanaan defisit anggaran, yaitu hutang bank sentral dan hutang publik. Ketika pemerintah mendanai defisit anggaran dengan meminjam dari masyarakat, pemerintah akan melakukan kebijakan pembiayaan

hutang (*debt financing*). Tetapi menurut Hossain dan Chowdhury (1998) menyatakan bahwa, seperti juga di negara-negara maju, pembiayaan defisit anggaran bagi negara-negara sedang berkembang adalah bagaimana anggaran defisit dapat dibiayai dari setidaknya tiga sumber, yaitu; dengan menjual obligasi ke publik, dengan pinjaman luar negeri, dan dengan mencetak uang atau oleh campuran dari ketiganya. Sedangkan menurut pendapat Turnovsky dan Wohar, (1987) dan Scarth (1988) menyatakan bahwa, sumber pembiayaan defisit anggaran secara konvensional terdiri dari *money financed* dan *bond financed defisit*, yaitu pembiayaan dengan pencetakan uang dan pembiayaan dengan menerbitkan *bonds* atau obligasi negara. Menurut Garcia (1996), secara garis besar ada dua cara pembiayaan defisit yaitu dengan pencetakan uang (*money creation*) dan hutang (*Debt*). Bahkan Buitter (1982, 1995) mengidentifikasi sumber pembiayaan defisit berasal dari: 1) hutang luar negeri. 2) Hutang dalam negeri. 3) Pencetakan uang. 4) Privatisasi. 5) *Runing down* cadangan devisa pemerintah. Masing-masing mekanisme pembiayaan defisit memberikan pengaruh berbeda terhadap perekonomian baik sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama.

Mekanisme pembiayaan yang *pertama*, yaitu pencetakan uang baru, akan memberikan penerimaan kepada pemerintah karena adanya selisih nilai nominal dan nilai riil dari uang, *seignorage*. Arti *Seignorage sendiri mempunyai makna sebagai* penerimaan (negara) yang ditingkatkan melalui pencetakan uang baru (Mankiw, 2007). Mekanisme pembiayaan dengan pencetakan uang baru ini mempunyai keterbatasan, karena penambahan uang beredar yang terlalu besar akan menyebabkan terjadinya inflasi dan merupakan suatu bentuk pajak bagi pemegang *cash balance (inflation tax)*. Di negara-negara sedang berkembang yang memiliki masalah keseimbangan internal biasanya pencetakan uang sebagai sumber utama inflasi. Sehingga kebijakan fiskal disarankan untuk mengendalikan defisit anggaran, sedangkan pada kebijakan moneter membiayai defisit dengan kebijakan pasif (Gunardi, 2000).

Mekanisme pembiayaan yang *kedua*, yaitu dengan melakukan pinjaman ke luar negeri, digunakan sebagai sumber pembiayaan defisit anggaran dengan catatan tidak berlaku secara permanen.

Pemerintah di dalam mendapatkan pinjaman luar negeri harus mampu meyakinkan debitor luar negeri bahwa perekonomian mampu menampilkan *creditworthy* yang meyakinkan. Pinjaman luar negeri sebagai sumber pembiayaan anggaran memiliki beberapa keterbatasan antara lain: adanya beban pengembalian di masa depan sehingga pemerintah dituntut untuk mengalokasikan pinjaman guna mendanai proyek-proyek yang produktif, adanya unsur spekulatif terhadap nilai tukar apabila tidak ada kontrol devisa yang kuat, menyebabkan pengaruh *inflationary* jika tidak ada tindakan sterilisasi terhadap pinjaman luar negeri.

Mekanisme yang *ketiga*, yaitu dengan melakukan pinjaman ke dalam negeri atau penerbitan obligasi negara. Kebijakan ini mensyaratkan suatu pasar modal yang baik dan adanya kemungkinan berkembangnya *secondary market* untuk pasar obligasi negara yang diterbitkan. Kendala yang dihadapi dengan penerbitan obligasi negara yaitu kemungkinan terjadinya fenomena *crowding out effect* terhadap investasi swasta, yaitu kondisi di mana terjadinya penurunan tingkat investasi ketika suatu kebijakan fiskal ekspansioner yang dilakukan akan meningkatkan tingkat bunga.

Hampir semua mekanisme pembiayaan defisit anggaran akan berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Demikian ini terjadi karena peningkatan penerimaan akan memberikan keleluasaan untuk menaikkan pengeluaran pemerintah sehingga pertumbuhan ekonomi ikut naik. Apabila pinjaman untuk pembiayaan defisit digunakan untuk investasi pemerintah, maka akan berpengaruh lebih besar terhadap perekonomian, penyerapan tenaga kerja, daripada digunakan untuk membiayai konsumsi pemerintah.

Tetapi dari pendekatan *Dependensia* menurut teori ekonomi politik seperti yang dikemukakan oleh Frank (1969) dan Santos (1970) menyatakan tidak melihat keberhasilan negara-negara yang melakukan kebijakan pembiayaannya dengan melakukan pinjaman atau bantuan modal. Oleh karena itu, seringkali di dalam teori ketergantungan menyatakan, dalam menutup kemungkinan pertumbuhan ekonomi bagi negara pinggiran (negara sedang berkembang), juga menganggap kebijakan pemerintah sebagai boneka dari kepentingan modal asing. Oleh sebab itu secara garis besar teori

dependensi menyatakan, suatu keadaan di mana keputusan-keputusan utama yang mempengaruhi kemajuan ekonomi di negara berkembang seperti keputusan mengenai pembiayaan anggaran, harga komoditi, pola investasi, hubungan moneter, dibuat oleh individu atau institusi di luar negara yang bersangkutan. Bahkan menurut Chase-Dunn (1982) juga mengemukakan bahwa bagi teori *dependensi*, suatu ketergantungan investasi modal asing dan ketergantungan terhadap pembiayaan atau hutang luar negeri akan berakibat negatif.

Seperti juga apa yang dikemukakan oleh teori pendekatan *debt-management* (Coe, Pesaran, Vahey, 2003) menyatakan bahwa, tujuan utama manajemen hutang adalah untuk memastikan pembiayaan kebutuhan pemerintah dan kewajiban pembayaran yang terpenuhi dengan biaya serendah mungkin hingga jangka panjang, agar konsisten dengan tingkat kebijakan risiko. Argumentasi untuk meminimalkan biaya juga telah banyak dinyatakan dalam literatur akademis, misalnya, oleh Tobin (1971), yang lebih menekankan pentingnya pengelolaan hutang dalam makro stabilisasi ekonomi proses melalui efeknya pada suku bunga jangka panjang. Referensi terkait dengan ini adalah pendapat Modigliani dan Sutch (1966) serta sebuah tinjauan komprehensif tentang literatur manajemen hutang juga disediakan oleh Missale (1999).

Bagi pemerintah Indonesia Makna pembiayaan defisit anggaran dapat diartikan sebagai suatu kebijakan di mana pada suatu periode arus pengeluaran (ΔG) lebih besar dari arus penerimaan pajak (ΔT) atau $\Delta G > \Delta T$. Sedangkan Peraturan Pemerintah (PP) Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2003, menyatakan bahwa defisit anggaran pemerintah adalah selisih antara pendapatan negara dan belanja negara dalam tahun anggaran yang sama. Untuk mengatasi defisit dalam budget atau anggarannya, maka kebijakan pembiayaan defisit ini dilakukan dengan maksud agar anggaran belanja tetap berfungsi sebagai alat atau sumber pendorong kegiatan pertumbuhan ekonomi.

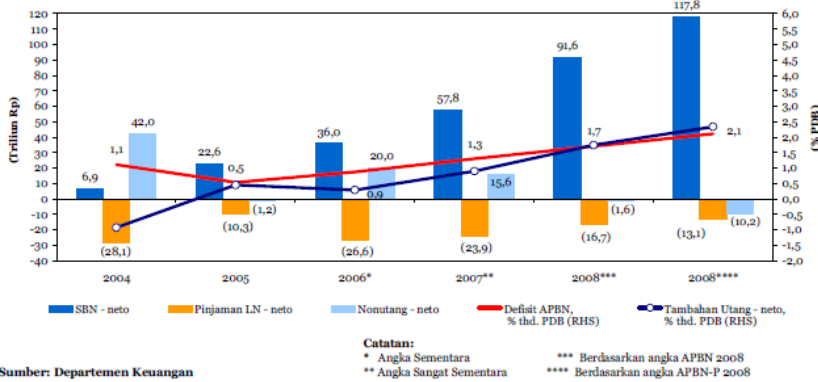
Sungguhpun demikian, dari kajian studi empiris tentang dampak pembiayaan defisit anggaran di Indonesia menunjukkan suatu keberagaman. Di mana dengan jenis pembiayaan melalui pinjaman dalam negeri dengan pencetakan uang memberikan efek inflasioner dan kondisi mencetak uang tersebut merupakan suatu bentuk pajak

bagi pemegang *cash-balance* atau *Inflation tax* (Gunawan;1991, Dornbusch-Reynoso; 1993, Gunadi; 2000). Tetapi penelitian dari Agenor dan Monteil (1996) serta penelitian yang dilakukan Algifari (2009) menyatakan bahwa pembiayaan defisit anggaran melalui pinjaman dalam negeri itu sendiri akan memberikan efek meminimalkan risiko pembiayaan anggaran dengan mengurangi porsi stok pinjaman luar negeri, yang selanjutnya berimplikasi pada perubahan dalam komposisi sumber pembiayaan defisit yang berjalan dari waktu ke waktu dapat menyiratkan terjadinya inflasi yang rendah. Kedua penelitian tersebut secara tidak langsung menyimpulkan bahwa kebijakan pembiayaan defisit anggaran mempengaruhi perekonomian.

Studi empiris yang dilakukan oleh Easterly (1994) Hakim (2006), dan Heriberta (2006) melihat sisi lain dari pembiayaan defisit melalui pinjaman luar negeri, memberikan efek pada jumlah uang beredar akan bertambah dan mengakibatkan terjadinya inflasi. Selanjutnya efek lainnya adalah terjadinya kenaikan tingkat bunga, dan biaya investasi akan terasa mahal, sehingga lebih jauh dinyatakan bahwa pembiayaan anggaran defisit masih berperan sebagai alat untuk menstimulus pertumbuhan perekonomian nasional, dan bagi Indonesia, pembiayaan defisit anggaran tampak memiliki kecenderungan meningkat karena stimulus fiskal. Di dalam melakukan pembiayaan defisit fiskal, ternyata memiliki dampak bagaimana menutup kekurangan anggaran serta upaya lanjut untuk dapat menjaga stabilisasi ekonomi.

Seperti yang telah dirangkum kembali dari data sekunder publikasi Departemen keuangan Republik Indonesia dalam kurun waktu 2004-2008 pembiayaan defisit menunjukkan pola konsisten sedangkan pembiayaan dari hutang meningkat secara signifikan. Dalam Gambar 1.1 menunjukkan terjadinya peningkatan pembiayaan defisit anggaran tiap tahunnya, dan besaran pembiayaan defisit tersebut disesuaikan dengan keadaan perekonomian negara.

Gambar 1
Perkembangan Pembiayaan Defisit Anggaran
Dalam Tahun 2004-2008



Indonesia selalu melaksanakan kebijakan pembiayaan anggaran defisit. Pada masa pemerintahan Orde Baru menggunakan pendekatan konsep anggaran berimbang, namun secara substansi kebijakan pembiayaan anggaran yang ditempuh Indonesia adalah defisit. Pembiayaan defisit anggaran belanja pada masa pemerintahan Orde Baru ditutupi dengan pinjaman luar negeri yang dicatat dalam Anggaran Belanja Negara (APBN) sebagai Penerimaan Pembangunan. Sungguhpun sejak tahun 2000 defisit anggaran ditutupi dengan pinjaman dari dalam negeri dan dari luar negeri.

Akankah pengelolaan pembiayaan defisit anggaran akan mengakibatkan kendala bagi keberlangsungan pembangunan ekonomi? Untuk menjawab pertanyaan tersebut, baik secara teoritis maupun hasil penelitian empiris dapat dikemukakan sebagai berikut: bahwa 1) kenyataan, Analisis pembiayaan defisit anggaran jarang ditemukan dalam studi literatur, 2) kalau dilihat secara empirik Indonesia lebih mengutamakan pentingnya masalah pembiayaan 3) tentu saja, dengan pembiayaan defisit anggaran melalui pinjaman, baik secara eksternal maupun secara internal dimungkinkan dapat dilakukan secara lebih baik. Sehingga kontribusi penelitian yang dikemukakan adalah sampai saat ini ternyata masih belum banyak ditemukan suatu studi yang membahas secara khusus tentang persoalan sumber pembiayaan anggaran. Tetapi sebagian besar studi

penelitian yang telah dan sering dilaksanakan lebih memfokuskan pada persoalan defisit anggaran, oleh sebab itu studi penelitian ini penting untuk dilakukan.

Bertolak dari gambaran keadaan teoritis dan kenyataan empiris yang ada, Indonesia masih melakukan kebijakan pembiayaan Defisit anggarannya, serta bagaimana pembiayaan defisit anggaran tersebut dapat optimal untuk menutup pendanaan defisit anggaran sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, dan menjaga stabilisasi ekonomi juga keberlangsungan pembangunan ekonomi di Indonesia dapat dilaksanakan dengan baik.

PENUTUP

Strategi pembiayaan defisit anggaran yang dijalankan Indonesia dari waktu ke waktu tidak ada perubahan signifikan, di mana setiap tahun anggaran pilihannya selalu berorientasi pada pembiayaan melalui pinjaman baik berupa hutang luar negeri maupun hutang dalam negeri dan cetak uang. Beberapa kajian teoritis oleh Hirawan (1995), Dornbusch *et al.*(1989), Hossain dan Chowdhury (1998), Turnovsky dan Wohar, (1987) dan Scarth (1988), Garcia (1996), Buiters (1982, 1995), menyatakan bahwa pembiayaan anggaran yang dilakukan melalui hutang adalah untuk pencapaian tingkat pertumbuhan ekonomi yang lebih baik. Sedangkan dari kajian empiris yang dilakukan oleh beberapa peneliti seperti; Gunardi, (2000), Gunawan (1991), Dornbusch-Reynoso (1993), Agenor dan Monteil (1996) serta penelitian yang dilakukan Algifari (2009), Easterly (1994) Hakim (2006), dan Heriberta (2006) dari pendekatan Klasikal-Keynesian, mengemukakan bahwa pembiayaan melalui pinjaman itu penting untuk keberlangsungan pertumbuhan perkonomian nasional. Sedang melalui pemikiran ekonomi politik dari pendekatan teori *Dependensia* (Ketergantungan), di mana pandangan teori Ketergantungan melihat bahwa hambatan pembangunan justru disebabkan oleh turut campurnya negara-negara maju. Bantuan dari negara maju dianggap akan menimbulkan ketergantungan dan masalah baru bagi negara yang sedang berkembang. Teori ketergantungan ini memakai pendekatan struktural yang merupakan

ciri utama dari filsafat materialisme. Seperti yang dikemukakan oleh; Frank (1969) Santos (1970), dan Chase-Dunn (1982), menyatakan bahwa teori ketergantungan pada dasarnya mengakui adanya faktor internal dan adanya kebutuhan terhadap bantuan negara-negara maju namun penyebab utama ketergantungan bukanlah dari faktor internal itu sendiri, tetapi lebih disebabkan adanya hubungan yang bersifat eksploitatif dengan negara maju. Bantuan negara maju hanya akan menguras sumber daya alam dan modal negara pinggiran demi kemajuan dan pembangunan negara pusat.

Tabel 1. Hubungan Antara Defisit dan Pertumbuhan Ekonomi

Negara	Defisit/Surplus (Miliar Dollar)		Tingkat Pertumbuhan PDB (%)	
	2004	2008	2004	2008
Defisit menurun, pertumbuhan ekonomi meningkat				
Germany	-100	35	-0,1	2,5
Indonesia	-1,11	-0,5	4,1	6,3
South Korea	-5	2,3	3,1	5
Defisit menurun, pertumbuhan ekonomi menurun				
Japan	-348	-201	2,7	1,9
US (federal)	-476	-455	3,1	2
Defisit meningkat, pertumbuhan ekonomi meningkat				
Cina	-31	-165	9,1	11,9
Spain	-2	-92,3	2,4	3,8
Italy	-52	-64	0,4	1,4
Uni. Kingdom	-62	-135	2,2	3,1
Perancis	-75	-216	0,5	2,1

Data: diolah dan dianalisis dari Sumber *World Development Indicators*

Keberhasilan negara-negara yang melakukan upaya kebijakan pembiayaannya dengan pinjaman atau bantuan modal tidak tampak terlihat. Apapun yang namanya pembiayaan melalui pinjaman (hutang) adalah merupakan suatu ketergantungan, baik berupa

ketergantungan investasi modal asing ataupun ketergantungan hutang luar negeri tidak akan berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi dan pemerataan pendapatan. Bagi teori ini, ketergantungan investasi modal asing dan ketergantungan terhadap hutang luar negeri akan berakibat negatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Chantrasm, Mary.** 1990. *Government Budget Deficit, Crowding-out and Inflation in Thai-land 1970-1986*, Phd Dissertation, University of Hawaii.
- Departemen Keuangan Republik Indonesia.** 2009. *Jurnal Keuangan Negara*, Volume 1 Edisi 1 tahun 2009, Jakarta: Badan Kebijakan Fiskal Departemen Keuangan.
- Haldane, Andrew.G, Nicolette Battini.** 1998. Forward Looking Rules For Monetary Policy, *Working paper 6543*, National Bureau of Economic Reseach, Cambridge.
- Soebagiyo, Daryono.** 2002. Deficit Spending dan Pengaruhnya terhadap Pendapatan Nasional dan Inflasi, *Jurnal Ekonomi Pembangunan 2002* (vol 3 no 1, 46-54), BPPE - FE UMS, Surakarta.
- Soebagiyo, Daryono.** 2005. *Defisit Spending and Economics Growth in Indonesia*. International Seminar: Empowering Economy and Business in Free Trade Era. Universiti Kebangsaan Malaysia and Muhammadiyah University of Surakarta. Surakarta.
- Stiglitz, Joseph.** 2004. The Parties' Flip-Flops on Deficit Spending: Economics or Politics?, *The Economists' Voice*, Volume 1, Issue. 1 Article.2, The Barkeley Electronic Press (Bepress),<http://www.bepress.com/ev>
- Tanuwidjaja, Enrico, Choy Keen Meng.** 2005. Central Bank Credibility and Monetary Policy: Evidence from Small Scale Macroeconomics Models in Indonesia, *SCAPE Working Paper Series Paper No. 2005/14* - Nov 2005 Singapore Centre for Applied and Policy Economics, National Univer-sity of Singapore.

- Tanuwidjaja, Enrico, Choy Keen Meng.** 2006. Central Bank Credibility and Monetary Policy in Indonesia. *Journal of Policy Mod- eling* 28 (2006) 1011-1022, *Elsevier*.
- Seda, Frans.** 2004, "Kebijakan Anggaran Penerimaan dan Belanja Negara (APBN) Berimbang dan Dinamis." Dalam Heru Subiyantoro dan Singgih Riphath, eds, *Kebijakan Fiskal*, Penerbit Buku Kompas, 2004.
- Scarth, William M.** 1996 "Macroeconomics: An Introduction to Advance Methods." Toronto: Harcourt Brace Jovanovich, 1996.
- Simanjuntak, Robert** 2001. "Kestinambungan Fiskal Indonesia: Kajian Teoritis dan Uji Empiris." Makalah seminar: Apakah Kondisi Fiskal Indonesia dalam Jangka Menengah dan Panjang akan Sustainable ? Bank Indonesia-JICA, Maret 2001.
- Waluyo, Joko.** 2004. Model Ekonomi Makro Defisit Anggaran Pemerintah Pusat Indo- nesia Tahun 1979-2003, *Jurnal Ekonomi Pembangunan* UPN, Jogjakarta.

PENTINGNYA KEPERCAYAAN POLITIK DALAM MEMBANGUN KEADILAN EKONOMI

Ihwan Susila

Pendahuluan

Keberhasilan pembangunan ekonomi tidak terlepas dari stabilisasi politik. Situasi politik yang kondusif di suatu negara akan menjadi pertimbangan utama bagi para investor untuk menanamkan modalnya. Demokrasi adalah salah satu pilar pembangunan yang dapat dimaknai sebagai keadilan. Dalam perspektif keadilan maka keadilan ekonomi adalah prinsip utama dalam membangun kesejahteraan masyarakat. Ketimpangan pendapatan dan penguasaan aset ekonomi oleh segelintir orang kerap kali menimbulkan masalah dan dapat memicu terjadinya konflik di sebuah negara. Oleh karena itu, perlu penegakan keadilan ekonomi yang mampu menjamin kebebasan, kesetaraan, dan penegakan hak asasi manusia.

John Naisbitt (1998) dalam bukunya *Paradox Global* menjelaskan bahwa dalam era globalisasi kebebasan berusaha bagi perusahaan kecil justru semakin terbuka lebar dan dengan kemajuan teknologi informasi; perusahaan kecil semakin kuat membangun jejaring internasional. Globalisasi diyakini dan faktanya dapat meningkatkan skala ekonomi dunia. Investasi melintasi batas negara dan arus informasi melintasi batas geografis negara yang semuanya bermuara pada kesejahteraan masyarakat dunia.

Konsep masyarakat madani berupaya melahirkan ekonomi kerakyatan dengan berbagai bentuk dan variasi aplikasinya. Pemikiran Muhammad Hatta, salah satu proklamator kemerdekaan Indonesia, tentang konsep koperasi adalah manifestasi dari masyarakat madani dengan merangkai usah kecil dan menengah sebagai pilar ekonomi

bangsa. Mohammad Yunus telah membuktikan konsep koperasi dengan aplikasi yang disesuaikan dengan kearifan lokal di Banglades dan berhasil memperoleh Nobel Perdamaian bidang Ekonomi dengan konsep Grameen Bank. Grameen Bank adalah sebuah lembaga keuangan yang menyediakan kredit mikro untuk menciptakan pembangunan ekonomi dan sosial bagi masyarakat miskin. Ini adalah salah satu contoh keberhasilan ekonomi yang berkeadilan sebagaimana cita-cita masyarakat madani untuk menebarkan kemakmuran yang berkeadilan. Dalam penerapannya, konsep koperasi perlu diadaptasi dengan mempertimbangkan kondisi industri di suatu negara. Industri di Jepang sukses merangkai banyak perusahaan kecil guna menyokong perusahaan besar, demikian juga yang dilakukan di Denmark, India, dan Singapura.

Kue ekonomi bisa dinikmati oleh seluruh masyarakat ketika kesuksesan perusahaan besar ditopang oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Perlu kebijakan pemerintah yang mampu menjamin kebebasan berusaha bagi seluruh lapisan masyarakat. Kemudahan akses permodalan juga harus menjadi prioritas kebijakan pemerintah untuk mengatasi ketimpangan pendapatan. Pemerintah memiliki peran yang sangat besar dalam mengatasi ketimpangan pendapatan dengan mengoptimalkan sistem pengelolaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dengan mengharuskan menggandeng UMKM sebagai pemasok bahkan pemasar bagi produk-produk BUMN. Hal ini akan membentuk jejaring usaha bagi pengusaha kecil dan menengah.

Transisi Demokrasi

Keadilan politik ekonomi terkait erat dengan ide dan praktek demokrasi. Menurut Schumpeter (1942) seperti dikutip oleh Huntington (1984b), demokrasi dapat didefinisikan sebagai kehendak rakyat dan kesejahteraan umum. Dalam demokrasi modern, menurut Huntington (1991) ide dan gerakan demokrasi merupakan faktor penting dalam masyarakat modern. Ide-ide demokrasi merupakan bagian penting dari demokrasi modern karena ini terkait dengan partisipasi warga dalam kehidupan politik. Partisipasi politik warga

negara merupakan salah satu indikator keberhasilan keadilan politik. Dengan berpartisipasi dalam kehidupan politik berarti warga negara merasa menjadi bagian dari pengambilan keputusan politik. Rasa percaya diri masyarakat akan meningkat ketika hak-haknya dilindungi, termasuk didalamnya kebebasan berekspresi dan menentukan pilihan. Hal ini akan berdampak juga pada keyakinan masyarakat bahwa kebebasan berusaha juga dijamin oleh negara termasuk keadilan dalam akses keuangan dan permodalan. Di sisi lain, gerakan politik demokrasi merupakan transisi dari pemerintahan otoriter ke pemerintahan demokrasi (Huntington, 1991a). Pemerintah yang demokratis adalah pemerintah yang dalam visi dan misinya selalu mengedepankan kemakmuran dan kesejahteraan bagi rakyatnya.

Huntington (1991) menjelaskan bahwa gelombang demokratisasi adalah proses transisi dari pemerintahan atau rezim non-demokratis ke pemerintahan demokratis yang terjadi dalam jangka waktu tertentu dan yang secara signifikan lebih banyak dari pada transisi dalam arah yang berlawanan selama periode waktu tertentu. Huntington mengkategorikan gelombang demokrasi ke dalam tiga kelompok. Gelombang pertama, demokratisasi telah terjadi dalam revolusi Amerika dan Perancis yang ditandai dengan pemilihan presiden di Amerika Serikat pada tahun 1828 diikuti oleh Swiss, Prancis, Inggris, dan beberapa negara Eropa yang memperkenalkan dan membuat transisi ke demokrasi. Gelombang kedua demokratisasi terjadi selama Perang Dunia II (1943-1962) yang merupakan gelombang pendek demokratisasi. Beberapa negara bergerak ke arah demokrasi seperti Jerman Barat, Italia, Austria, Jepang, Korea, Turki, Yunani, dan negara-negara Amerika Latin lainnya selama 1943-1975. Gelombang kedua dari demokrasi juga terjadi di Indonesia dengan demokrasi parlementer dari tahun 1950 sampai 1957. Gelombang ketiga demokratisasi terjadi di Eropa, Asia dan Amerika Latin dan gerakan menjadi revolusi demokratisasi global (Butler dan Cantrell, 1984b). Namun, selama gelombang demokratisasi, ada dua periode gelombang terbalik yang mengurangi jumlah negara demokratis di dunia, dan beberapa negara bahkan menerapkan pemerintahan otoriter seperti Pakistan, Korea Selatan, India, Filipina dan Indonesia (Norris, 2005).

Dalam hal transisi demokrasi di Indonesia, menurut Huntington, gelombang pertama demokratisasi (1828-1926) tidak memiliki efek pada Indonesia tetapi dalam gelombang kedua demokratisasi (1943-1962) tidak mencapai Indonesia dan ide demokrasi dipanen setelah kemerdekaan dari kolonialisme Belanda. Pada tahun 1955, Indonesia mengadakan pemilihan umum pertama yang bebas dan adil untuk parlemen nasional. Namun, periode demokrasi parlementer tidak berlangsung lama dan digantikan oleh Demokrasi Terpimpin dan diikuti oleh Orde Baru yang merupakan rezim otoriter dengan menerapkan Demokrasi Pancasila (Thompson, 2001; Eklof, 1999). Setelah jatuhnya Presiden Soeharto pada tahun 1998, era demokrasi di Indonesia dimulai dan ditandai dengan pelaksanaan pemilihan langsung.

Dari pandangan politik internasional, Carothers (2002) mencatat beberapa tren yang mengubah lanskap politik dunia. Pertama adalah jatuhnya rezim otoriter dipertengahan 1970-an di Eropa Selatan. Kedua adalah penggantian kediktatoran oleh pemerintah sipil yang terpilih antara 1970-an dan 1980-an di Amerika Latin. Ketiga adalah penurunan dari pemerintahan otoriter di pertengahan 1980-an di Eropa Timur. Keempat adalah runtuhnya rezim komunis pada 1980-an. Kelima adalah pecahnya Uni Soviet pada tahun 1991. Kecenderungan lain adalah penurunan sistem satu partai pada 1990-an di banyak bagian sub-Sahara Afrika dan akhirnya peningkatan sistem liberalisasi pada 1990-an di beberapa negara di Timur Tengah. Kecenderungan menunjukkan bahwa beberapa negara bergerak dari pemerintahan diktator menuju yang lebih demokratis (Huntington, 1991).

Transisi pemerintahan dari non-demokratis ke pemerintahan demokratis adalah waktu yang penting karena tidak hanya mengubah sistem, tetapi juga rezim. Mengacu Huntington (1991), transisi demokrasi dibagi menjadi empat pola, antara lain: transformasi, penggantian, transplacement, dan intervensi. Huntington (1991) dalam bukunya banyak mengulas transisi demokrasi dari rezim otoriter. Jenis pertama transisi demokrasi adalah transformasi. Dalam transformasi, para pihak yang berkuasa dalam rezim otoriter mensponsori perubahan dan memainkan peran yang menentukan dalam mengakhiri rezim dan mengubahnya menjadi sistem demokrasi.

Tipe kedua adalah penggantian. Transisi dalam penggantian sangat berbeda dari apa yang terjadi dalam transformasi karena karakteristik khusus. Namun, oposisi sangat kuat dan mampu mengatur diri mereka secara bebas. Unsur yang dominan dalam pemerintahan adalah sekelompok konservatif yang keras menentang perubahan rezim. Demokratisasi hanya dapat dibuat dalam bentuk oposisi yang kuat dan pemerintah melemah kemudian jatuh dengan sendirinya dan bergulir. Kelompok oposisi mulai mengambil alih kekuasaan pemerintahan. Dalam transisi ini, munculnya konflik baru terjadi dalam rezim. Jenis ketiga adalah transplacement. Dalam jenis transisi ini, demokrasi adalah hasil dari kompromi dan pakta bersama antara oposisi dan pemerintah. Para konservatif di rezim berada dalam posisi yang seimbang dengan pemerintah; pemerintah sendiri masih hanya bersedia untuk menegosiasikan perubahan, dan tidak ingin melakukan perubahan rezim. Jenis terakhir dari transisi intervensi yang dipicu oleh negara demokrasi yang matang untuk melaksanakan sejumlah aturan liberalisasi politik (Huntington, 1991).

Dalam konteks Indonesia, transisi menuju demokrasi yang digunakan adalah pola penggantian meskipun tidak diragukan lagi ini juga diwarnai oleh intervensi dari masyarakat internasional. Sebagai negara berkembang, Indonesia telah mengalami proses transisi menuju demokrasi. Namun, perubahan politik di suatu negara mungkin atau tidak diikuti oleh transisi tergantung pada apakah pemimpin serta perubahan rezim. Dalam Federasi Rusia, Vladimir Putin telah gagal untuk memastikan transisi dari rezim otoriter ke demokrasi liberal (Tangiev, 2007). Reformasi sosial dan ekonomi di bawah Putin juga memiliki efek negatif pada pembangunan jangka panjang di Rusia.

Transisi politik berarti rezim berubah dari satu bentuk pemerintahan dalam bentuk lain dari pemerintah. Transisi adalah selang waktu dari satu rezim politik untuk rezim lain. O'Donnell dan Schmitter (1986) menyatakan bahwa transisi adalah interval antara satu rezim politik dan lain. Transisi yang dipisahkan, di satu sisi, dengan peluncuran proses pembubaran rezim otoriter dan, di sisi lain, dengan pemasangan beberapa bentuk demokrasi, kembalinya beberapa bentuk pemerintahan otoriter, atau munculnya alternatif revolusioner.

Menurut Huntington (1991), transisi menuju demokrasi memerlukan setidaknya tiga kondisi. Pertama adalah akhir dari rezim otoriter. Kedua adalah munculnya pemerintahan yang demokratis, dan kondisi terakhir adalah konsolidasi demokrasi. Kondisi pertama dan kedua telah terjadi di Indonesia, termasuk akhir rezim otoriter ditandai dengan jatuhnya Soeharto pada 21 Mei 1998 dan peralihan kekuasaan ke BJ Habibie (21 Mei 1998 - 20 Oktober 1999), dan kemudian munculnya pemerintahan yang demokratis ditandai dengan pelantikan AbdurrahmanWahid (20 Oktober 1999-23 Juli 2001) sebagai Presiden Indonesia melalui pemilu demokratis pada tahun 1999. Sementara itu, persyaratan ketiga fase konsolidasi demokrasi di Indonesia yang sampai sekarang masih menjadi topik perdebatan di kalangan ilmuwan politik. Fase konsolidasi diprediksi akan terjadi periode yang lebih lama.

Selain itu, umumnya, dalam literatur politik, negara biasanya menghadapi tiga jenis masalah dalam mengembangkan dan mengkonsolidasikan sistem baru mereka politik yang demokratis. Ketiga jenis masalah tersebut adalah masalah transisi, masalah kontekstual, dan masalah sistemik sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.

Type of problem	Political evolution		
	Authoritarian system	Transition phase Transformation Replacement Transplacement Intervention	Democratic system
Contextual	[Shaded bar]		
Transitional		[Shaded bar]	
Systemic	[Shaded bar]		[Shaded bar]

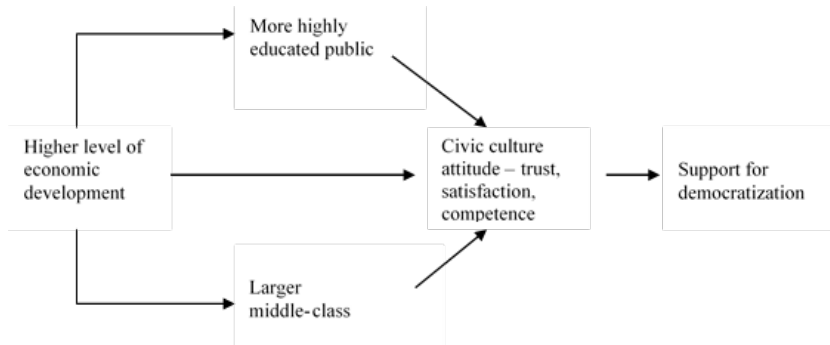
Gambar 1. *Huntington's model of problems confronting third wave countries*
Source: Huntington (1991).

Masalah pertama disebut masalah transisi, yang merupakan masalah membangun sistem konstitusi dan pemilu baru. Kedua, masalah kontekstual, yang lebih spesifik untuk masing-masing negara seperti konflik komunal, kemiskinan, inflasi, utang luar negeri, dan rendahnya tingkat pertumbuhan ekonomi. Akhirnya, masalah sistematis dari cara kerja sistem demokrasi seperti pembuat keputusan yang terlalu terkonsentrasi, kurangnya umpan balik, dan ketergantungan pada kinerja legitimasi (Huntington, 1991).

Selain beberapa masalah dalam konsolidasi demokrasi, Huntington (1991) berpendapat bahwa pembangunan ekonomi akan menghasilkan tiga hal penting untuk demokrasi sebagaimana terlihat pada Gambar 2. Pertama, pembangunan ekonomi dapat memberikan tingkat pendidikan moral yang tinggi yang mendukung demokrasi. Kedua, perluasan kelas menengah dan akhirnya, hal tersebut akan membentuk budaya masyarakat, kepercayaan, tanggung jawab dan kompetisi yang baik.

Huntington (1991) percaya bahwa pertumbuhan ekonomi yang cepat menciptakan basis ekonomi bagi demokrasi dan pembangunan kepercayaan. Dalam gelombang demokrasi ketiga, pembangunan ekonomi adalah formula ekonomi untuk transisi dari otoriter ke pemerintahan demokratis. Di bidang politik, kepercayaan politik adalah penilaian positif dari kinerja partai dan pemimpin pemerintahan (Schiffman et al, 2010; Vigoda-Gadot, 2006; Berman, 1997). Oleh karena itu, kepercayaan politik memegang peranan yang sangat penting untuk meningkatkan kinerja ekonomi dan mendukung pemerintahan yang demokratis.

Tantangan pembangunan ekonomi tidak hanya meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan menekan laju inflasi tetapi juga aspek pemerataan. Pertumbuhan ekonomi dapat dicapai melalui investasi baik oleh investor dalam negeri maupun luar negeri. Investasi ini tentu saja akan meningkatkan produksi nasional dan penyerapan tenaga kerja. Sementara pengendalian inflasi lebih bersifat kebijakan yang lebih makro yang melibatkan kekuatan pasokan barang dan kekuatan permintaan konsumen. Aspek pemerataan menjadi persoalan yang lebih rumit karena harus melibatkan banyak instrumen baik yang berasal dari pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat.



Gambar 2. The Huntington economic developments model supporting democratization.

Source: Huntington (1991).

Ada beberapa literatur tentang transisi dari pemerintahan otoriter menuju demokrasi khususnya di Indonesia (Luebke, 2011; Tan, 2006; Hadiz, 2003, 2004; Robison dan Hadiz, 2005). Meskipun proses demokrasi transisional di Indonesia berjalan lancar, ada beberapa kritik dari ilmuwan politik yaitu lemahnya sistem pelebagaan partai (Tan, 2006). Dalam masyarakat politik, partai politik merupakan komponen penting dalam hal transisi demokrasi. Partai politik juga menjadi faktor penentu untuk membangun sebuah sistem baru dalam rangka mendorong persaingan antara partai politik yang berbeda (Diamond dan Morlino, 2004). Oleh karena itu, sistem pelebagaan partai perlu terus ditingkatkan untuk menghasilkan kader-kader partai yang memiliki kemampuan kenegaraan.

Selain itu, dalam demokrasi transisi, ada kesempatan lebih besar bagi masyarakat untuk terlibat dan berpandangan politik. Hal ini terjadi karena keberagaman perilaku pemilih. Pada tahap awal demokrasi, banyak muncul partai politik dan kemudian secara bertahap menurun karena koalisi dengan partai lain atau karena mereka terlalu spesifik untuk kebutuhan pemilih. Oleh karena itu, dalam tahap transisi, informasi politik dan kepercayaan politik merupakan faktor penting (Duch, 2001). Informasi politik penting sebagai bagian dari proses demokrasi transisional karena orang-orang antusias untuk sistem politik baru dan ingin terlibat dalam proses demokrasi tetapi tingkat pengetahuan cenderung lebih rendah

sehingga lebih banyak informasi harus tersedia. Ada juga perbedaan akses informasi yang signifikan antara daerah perkotaan dan pedesaan (Duch, 2001). Kepercayaan politik, di sisi lain, terkait dengan kualitas etika pejabat publik. Tingkat kepercayaan pelaku politik dan lembaga pemerintah tergantung pada kualitas etika (Hosmer, 1995) dan efisiensi pemerintah (Hetherington, 1998).

Studi pada kepercayaan dalam konteks perilaku memilih, khususnya di Indonesia, telah menjadi semakin penting. Indonesia telah berjuang dalam pengalaman demokrasi selama beberapa dekade. Penggerak penting menuju transisi demokrasi adalah Reformasi 1998 yang adalah untuk mengubah sistem pemilu dari tidak langsung kepada pemilihan langsung. Setelah reformasi pemerintah 1998, demokrasi di Indonesia membutuhkan perubahan dalam sistem politik dan tentu saja perubahan rezim. Rezim Orde Baru dikritik karena berbagi karakteristik kediktatoran militer (Eklof, 1999). Setelah jatuhnya rezim orde baru, Indonesia memasuki masa transisi demokratis dan telah memiliki empat presiden yang terpilih secara demokratis. Presiden-presiden itu Burhanudin Jusuf Habibie, Partai Golkar (21 Mei 1998-20 Oktober 1999), Abdurrahman Wahid, Partai Kebangkitan Bangsa (20 Oktober 1999-23 Juli 2001), Megawati Soekarnoputri, Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (23 Juli 2001-20 Oktober 2004), dan Susilo Bambang Yudoyono, Partai Demokrat (20 Oktober 2004-20 Oktober 2009 dan dilanjutkan dari 20 Oktober 2009 to 20 Oktober 2014).

Saat ini, Indonesia sedang dalam masa transisi demokrasi. Pemerintah Orde Baru dikategorikan sebagai rezim non-demokratis dan beberapa bahkan menyebut sebagai pemerintahan yang otoriter. Masa transisi antara pemerintahan otoriter dan bentuk demokrasi di negara-negara berkembang telah menjadi fokus dari ilmuwan sosial. Indonesia tidak bisa lepas dari pengamatan bagaimana proses demokratisasi berjalan. Hal ini karena sistem politik Indonesia memiliki populasi yang besar, sekitar 250 juta orang, yang membuat transisi dari otoriter ke demokrasi merupakan proses yang sangat unik.

Isu demokrasi di Indonesia ini tidak hanya ditentukan oleh satu masalah saja, misalnya, korupsi (Henderson dan Kuncoro, 2011), tetapi juga oleh kompleksitas mekanisme pemilu. Partai-partai politik

juga tampaknya lebih peduli dengan kepentingan mereka sendiri dari pada kepentingan bangsa. Hal ini membutuhkan inisiatif untuk mengembangkan demokrasi yang lebih baik di masa depan karena untuk Dermody dan Hanmer-Lloyd, “tanpa kepercayaan, demokrasi tidak bisa berdiri” (Dermody dan Hanmer-Lloyd, 2004).

Isu-isu lain di Indonesia adalah perspektif yang berbeda tentang Islam dan demokrasi. Indonesia adalah negara muslim dengan Pancasila sebagai ideologi nasional (Ramage, 1995). Pancasila berarti lima prinsip yang merupakan ideologi nasional (Eklof, 1999; Ramage, 1995). Selain itu, Ramage (1995) berpendapat bahwa Indonesia memberikan contoh penting tentang bagaimana Islam dan pemerintah telah berhasil membina hubungan, serta bagaimana ideologi nasional dapat mendukung proses pembangunan bangsa.

Beberapa ilmuwan telah mendiskusikan dan sekaligus memperdebatkan hubungan antara Islam dan demokrasi (Goddard, 2002; Tessler, 2002; Hadi dan Hoffman, 2003; Potrafke, 2012; Sarmazdeh, 2013). Untuk Goddard (2002) demokrasi dapat dinyatakan dalam perspektif yang berbeda dalam Islam sehingga berpendapat bahwa ada kemungkinan bahwa interpretasi aturan Islam dapat bervariasi dari satu orang ke orang lain. Selain itu, Sarmazdeh (2012) berpendapat bahwa demokrasi dapat digunakan dengan beberapa adaptasi dalam pemerintahan Islam. Beberapa ilmuwan berpendapat bahwa sekularisme merupakan pondasi penting dari demokrasi. Namun, mereka menghadapi masalah ketidakcocokan antara Islam dan demokrasi dan mereka menyimpulkan bahwa pemerintah Islam tidak bisa demokratis. Selain itu, Sarmazdeh (2012) berusaha untuk berpendapat bahwa sekularisme bukanlah dasar utama demokrasi dan agama kompatibel dengan demokrasi. Di Indonesia, hubungan antara Islam dan negara dengan Pancasila sebagai ideologi nasional juga akan mendominasi wacana politik. Sebagai negara Muslim, Indonesia menerapkan dan menyesuaikan demokrasi dengan beberapa jenis berbeda dari demokrasi parlementer ke demokrasi liberal.

Indonesia telah mengalami pendekatan evolusioner dengan tiga periode demokrasi. Evolusi demokrasi ini terjadi pada periode pertama antara tahun 1949 dan 1957 yang ketika itu Indonesia menerapkan

Demokrasi Parlementer. Ini juga merupakan transisi dari Demokrasi Parlementer ke Demokrasi Terpimpin. Periode kedua dari demokrasi di Indonesia adalah Demokrasi Terpimpin di bawah Presiden Soekarno antara 1959 dan 1965. Periode ketiga dan terpanjang adalah Demokrasi Pancasila di bawah Presiden Soeharto dari Maret 1966 sampai Mei 1998 (Eklof, 1999).

Pemilu 1999 di Indonesia adalah pemilu pertama yang diadakan setelah reformasi 1998 yang memungkinkan warga untuk memilih wakil rakyat di pusat, propinsi dan kabupaten untuk jangka lima tahun (Henderson dan Kuncoro, 2011). Selain pemilihan umum baik pusat dan daerah yang dilakukan secara periodik 5 tahun sekali, demokratisasi memungkinkan persaingan politik, atau kebebasan berpolitik, dan pembentukan partai politik. Masyarakat juga menikmati kebebasan untuk mengekspresikan pendapat mereka dan kebebasan pers.

Selain itu, awal era demokrasi di Indonesia ditandai dengan pelaksanaan pemilihan langsung yang terjadi dalam dua tahap yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). Pada tahap pertama, pemilu diselenggarakan pada tanggal 5 April 2004 yang bertugas untuk memilih Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) atau Dewan Perwakilan Daerah (DPD). Tahap kedua dilaksanakan pada tanggal 5 Juli 2004 dimana untuk pertama kalinya Indonesia memilih seorang presiden dengan pemilihan langsung.

Saat ini, Indonesia sedang mengalami transisi demokrasi pada tahap konsolidasi dan menurut Newton (2001) demokrasi memerlukan tingkat kepercayaan. Ini sejalan dengan argumen bahwa kepercayaan telah menjadi elemen kunci dalam pemasaran politik, terutama dalam situasi ketika sistem demokrasi berada pada masa transisi. Masalah demokrasi di Indonesia ini tidak hanya ditentukan oleh isu korupsi, tetapi juga oleh kompleksitas mekanisme pemilihan di Indonesia. Diperlukan inisiatif untuk mengembangkan lingkungan yang demokratis yang lebih baik di masa depan. Dengan lingkungan yang demokratis, keadilan politik ekonomi akan mudah diwujudkan karena masing-masing pihak yang terlibat akan saling menjaga sekaligus mengawasi kinerjanya.

Kepercayaan dan Komunikasi Politik

Komunikasi dalam pemasaran politik memainkan peran penting dalam mobilisasi politik dan dalam banyak hal dapat membangun kepercayaan baik kepada kepada aktor politik dan kepada pemerintah. Dalam komunikasi pemasaran politik, bahasa politik dapat mempengaruhi bahkan untuk mengendalikan pikiran, perilaku, dan nilai-nilai. Politisi biasanya memilih kata-kata mereka dengan hati-hati karena mereka percaya pada kekuatan bahasa. Komunikasi politik sangat penting untuk meyakinkan masyarakat tentang kebijakan yang diambil pemerintah dalam penegakan keadilan ekonomi. Politisi juga harus mampu mengkomunikasikan platform mereka agar masyarakat pemilih semakin dewasa dalam menggunakan hak pilihnya sehingga politisi terpilih benar-benar memiliki kapabilitas sesuai yang diharapkan.

Dalam pemasaran politik, informasi dan kepercayaan politik merupakan sumber penting keberagaman perilaku pemilih (Duch 2001). Informasi politik menjadi penting sebagai bagian dari proses demokrasi. Tingkat informasi politik biasanya cenderung rendah di negara-negara demokratis awal, seperti Indonesia, dibandingkan dengan negara yang lebih dewasa sistem demokrasinya.

Partai politik dan pemerintah menggunakan persuasi dengan berbagai cara untuk mencapai tujuan mereka. Pengembangan metode komunikasi yang lebih mudah diakses harus dikembangkan terutama mengantisipasi perkembangan teknologi informasi dan media masa. Kenyataan bahwa ketika hasil survei dalam jajak pendapat di awal kampanye, seorang kandidat politik atau partai politik memenangkan jajak pendapat tersebut, kekuatan media masa bisa mempengaruhi pemilih untuk memutuskan pilihannya.

Bagi partai politik dan pemerintah, penting untuk mengelola komunikasi dengan mempertimbangkan kembali siapa yang akan menjadi target audien mereka. Hal ini yang kemudian menjadi perhatian bagi para politisi untuk menciptakan simbol-simbol komunikasi yang mudah dipahami oleh masyarakat. Para pemimpin modern menyadari akan kekuatan simbolisme dalam retorika dan citra yang akan mereka komunikasikan kepada para pemangku

kepentingan, dan mengevaluasi bagaimana simbolisme ini dapat meningkatkan atau bahkan mengubah keputusan pemilih khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Retorika adalah inti dari persuasi politik dan merupakan komponen penting pembentuk kepercayaan politik (Susila et al., 2015). Retorika menekankan pada arti yang tepat dari kata-kata yang digunakan dalam deskripsi masalah dan solusi alternatif yang ada, dan deskripsi ini dapat bervariasi dalam konten persuasif. Penggunaan simbol untuk membujuk adalah wujud retorika karena tampilan simbol umumnya lebih persuasif daripada argumen politik yang dikemukakan dalam sebuah diskusi. Kepemimpinan politik yang besar pada kenyataannya adalah kepekaan tertinggi terhadap simbol dan penguasaan manipulasi mereka.

Penggunaan simbol partai telah menjadi strategi kampanye penting dalam proses politik di Indonesia dan juga penyampaian kebijakan pemerintah. Simbolisme politik menjadi semakin penting ketika dihadapkan pada kenyataan bahwa selain menggunakan simbol sebagai tanda identitas, simbol memberikan informasi kepada para pemilih sekaligus memberikan hiburan terutama selama kampanye politik (Alakali et al. 2014). Pemilih mempersepsikan simbol partai untuk membuat kesimpulan tentang bentuk kebijakan yang mungkin akan diambil oleh partai atau pemimpin politik. Dengan demikian, simbol partai berfungsi sebagai merek yang merepresentasikan sumber informasi kepada calon pemilih secara lebih efisien tentang kebijakan dan kinerja suatu partai dan politisinya.

Simbol-simbol partai adalah komoditas yang memberi para politisi cara berbiaya rendah untuk menandakan preferensi mereka kepada para pemilih (Grynawiski, 2010). Oleh karenanya, banyak kandidat politik yang menyibukkan diri dengan memanfaatkan kekuatan nama atau merek partai mereka untuk menang dalam pemilihan umum. Reputasi partai cenderung memberikan efek langsung pada pemungutan suara terlepas dari apakah calon individu menarik perhatian konstituen mereka saat kampanye atau tidak.

Partai politik sering menggunakan kata-kata tertentu saat kampanye untuk membangun citra partai dan mendekatkan mereka dengan publik. Di sisi lain keadaan ekonomi juga tampaknya memiliki

dampak langsung pada hasil pemilu (Basinger dan Ensley, 2007) yang dimediasi melalui pesan-pesan yang dikirim kandidat secara individual kepada pemilih. Popularitas partai dapat bermanfaat jika kandidat pandai untuk menggunakannya. Simbol partai memberikan jejak pada saat kampanye dan ini adalah konsekuensi penggunaan simbol untuk membentuk evaluasi pemilih jauh sebelum hari pemilihan (Campbell et al., 2007). Penggunaan simbol-simbol politik juga menjadi alat untuk mobilisasi besar-besaran dari akar rumput yang selaras dengan tren politik saat ini dan secara aktif berpartisipasi dalam proses politik (Alakali et al., 2014).

Dari perspektif teori, interaksionis simbolik adalah teori sosiologi yang menyatakan bahwa orang-orang tidak menanggapi realitas secara langsung melainkan makna sosial yang dikaitkan dengan pemahaman tentang realitas. Interaksionis menempatkan banyak penekanan pada simbol yang mewakili gerakan, tanda, bahasa, ekspresi wajah dan postur sebagai bagian yang sangat penting dalam komunikasi manusia. Simbol-simbol ini memiliki makna khusus yang melekat dan berinteraksi secara individual dan bahwa orang-orang bereaksi terhadap simbol-simbol ini berdasarkan makna yang diberikan kepada simbol-simbol itu (Alakali et al., 2014). Ini berarti aktor sosial berkomunikasi melalui penggunaan simbol dengan diberikan makna oleh aktor itu sendiri melalui interaksi sosial. Oleh karena itu untuk memahami komunikasi antar aktor, seseorang harus memahami makna yang diberikan kepada simbol-simbol ini oleh individu yang berkomunikasi.

Faktor budaya juga berperan penting dalam menyampaikan komunikasi baik verbal maupun nonverbal yang mencakup gerakan seperti ekspresi wajah dan postur (Alakali et al., 2014). Banyak partai politik menggunakan simbol untuk mendidik dan memobilisasi pemilih. Namun demikian, perlu dipahami bahwa orang melekatkan makna ke simbol yang berbeda di lingkungan yang berbeda karena penggunaannya dapat menghasilkan respons negatif atau positif.

Pemasaran politik dapat memberikan kontribusi penting pada saat kepercayaan pada politisi mulai menurun (Harris & Lock, 2010). Demokrasi membutuhkan kandidat dan institusi yang dapat dipercaya (Newton, 2001; Offe, 2001) agar menghasilkan pemerintahan

yang baik. Oleh karena itu, merancang strategi yang tepat untuk membangun kepercayaan sangat penting bagi partai politik dan kandidat dalam memberdayakan pemilih untuk terlibat dalam proses pemilihan (Dean & Croft, 2001). Bagi Dermody dan Hanmer-Lloyd (2004), pemerintah hanya bisa mengatur pemerintahan mereka melalui persetujuan dari orang-orang yang ada dalam struktur demokrasi. Hal ini terkait erat dengan kepercayaan politik.

Mayer et al. (1995) mendefinisikan kepercayaan sebagai penilaian positif kinerja pemerintah dan pemimpin partai. Kepercayaan juga dapat didefinisikan sebagai keinginan untuk menerima kerentanan berdasarkan harapan positif tentang niat atau perilaku orang lain (Mayer et al., 1995). Kerentanan memicu risiko dan banyak pakar mengklaim bahwa kepercayaan itu terkait dengan risiko (Das & Teng, 2004; Luhmann, 2000; Mayer et al., 1995; Rousseau et al., 1998), maka faktor risiko penting untuk diidentifikasi, karena itu akan mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

Masalah kepercayaan telah menjadi perhatian dalam diskusi politik dan kehidupan publik (Newton, 2001; Hardin, 2002; Dermody et al., 2010; Schiffman et al., 2010). Sarjana politiks ebagian besar belajar kepercayaan pada pemerintah, pejabat publik, dan politisi (Smith, 2010; Schiffman et al., 2010; Dermody et al., 2010). Beberapa penelitian spesifik telah dilakukan tentang bagaimana dan mengapa kepercayaan masyarakat atau ketidakpercayaan pejabat publik dan konsekuensi (Burns et al., 2003; Schiffman et al., 2010). Selain itu, Uslaner dan Brown (2003) berpendapat bahwa kepercayaan berperan penting dalam tingkat partisipasi. Mereka menguji dampak kepercayaan pada partisipasi komunal dan partisipasi politik. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki efek pada partisipasi komunal dan partisipasi politik. Partisipasi politik seperti menghadiri pertemuan politik adalah karena persepsi bahwa pemerintah tidak responsif terhadap mereka. Temuan ini mendukung Niemi et al. (1991) bahwa persepsi ini akan berdampak negatif terhadap kesediaan masyarakat untuk berpartisipasi dalam politik, lebih memilih untuk terlibat dalam kegiatan komunal.

Lewicky et al. (1998) berpendapat bahwa kepercayaan dan ketidakpercayaan dapat dilihat sebagai dimensi yang terpisah;

ada sejumlah elemen yang berkontribusi terhadap pertumbuhan dan penurunan kepercayaan dan juga ketidakpercayaan. Lewicky et al. (1998) mengembangkan model hubungan kepercayaan ketidakpercayaan pada matriks untuk menggambarkan komponen kepercayaan dan ketidakpercayaan yang mencerminkan hubungan yang kompleks antara kepercayaan dan ketidakpercayaan. Kepercayaan ditandai dengan harapan, keyakinan, jaminan, dan inisiatif. Sementara itu, ketidakpercayaan dinyatakan oleh rasa takut, skeptisisme, sinisme, kekhawatiran, dan kewaspadaan (Lewicky et al., 1998; Dermody dan Hanmer-Lloyd, 2004).

Dermody dan Hanmer-Lloyd (2004) membahas kepercayaan diadaptasi dari Lewicky et al. (1998) Model matriks yang kemudian diterapkan pada pemasaran politik, khususnya dalam domain kepercayaan politik, dan menggunakan model untuk menganalisis perilaku pemilih muda. Mereka mengungkapkan empat segmen jenis pemilih yaitu pemilih yang ambivalen, loyalis partai, sinis bersemangat, dan pemilih egois. Komunikasi pemasaran politik meningkatkan kepercayaan politik anak muda. Bentuk komunikasi tersebut terdiri dari dua yaitu bahasa politik dan komunikasi simbolis. Bahasa politik memainkan peran penting dalam membentuk kepercayaan politik. Dalam teori interaksi simbolik, makna muncul karena ada interaksi sosial dengan pemahaman tentang realitas. Simbol-simbol diciptakan melalui gerakan, tanda, bahasa, ekspresi wajah dan juga postur.

Penggunaan aksentuasi dalam berbahasa lebih mudah diingat oleh calon pemilih. Selain itu, tempo, kosakata, dan gaya penyampaian adalah faktor penting dalam membentuk kekuatan bahasa politik untuk meraih kepercayaan calon pemilih. Bagi calon pemilih, kandidat juga harus mampu menjelaskan dengan baik tentang visi dan misi mereka dengan mengangkat isu-isu penyelesaian masalah terkini.

Penggunaan simbol-simbol dalam berkomunikasi lebih mudah diangkap oleh calon pemilih karena simbol mudah dikenali dan diingat daripada platform yang cenderung sulit dimengerti. Simbol juga menjadi identitas bagi penyampainya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa calon pemilih dapat membedakan kandidat dari kebiasaan desain dan warna baju yang sering dikenakan kandidat. Bahkan, warna baju diinterpretasikan oleh calon pemilih sebagai perwujudan visi da

missi kandidat politik. Komunikasi simbolik dapat ditangkap sebagai pembeda antara satu kandidat dengan kandidat lainnya jika memiliki ciri khusus dan hal ini memungkinkan media menyukai untuk diberitakan.

Bahasa yang sederhana memungkinkan calon pemilih untuk memahami maksud politik yang ingin disampaikan. Demikian juga simbol-simbol politik yang diciptakan memudahkan calon pemilih untuk mengingat dan membedakan kandidat yang akan dipilih. Keduanya, bahasa dan simbol, merupakan komponen penting yang membentuk kepercayaan dan mempengaruhi niat calon pemilih untuk berpartisipasi dalam pemilihan umum. Pemilih muda dikenal sebagai golongan yang cenderung sinis terhadap politik tetapi bukan berarti sikap sinis melahirkan keengganan untuk berpartisipasi dalam politik. Sekali lagi, bahasa dan simbol mampu meningkatkan kepercayaan pemilih muda jika keduanya digunakan dengan baik dan konsisten.

Kepercayaan berperan penting dalam tingkat partisipasi politik. Kepercayaan adalah harapan positif dan keyakinan tentang perilaku orang lain. Kepercayaan dan ketidakpercayaan dapat dilihat sebagai dimensi yang terpisah dengan berbagai elemen yang dapat berkontribusi terhadap peningkatan dan penurunan kepercayaan dan juga ketidakpercayaan.

Sekali lagi, menumbuhkan kepercayaan masyarakat adalah hal yang paling penting dalam penegakan keadilan ekonomi. Jika kepercayaan masyarakat kepada pemerintah dan politisi meningkat maka berbagai upaya yang dilakukan untuk penegakan keadilan ekonomi akan mudah dilaksanakan. Dunia usaha dan masyarakat akan patuh kepada peraturan perundang-undangan yang dibuat oleh pemerintah dan politisi atau wakil rakyat karena mereka percaya bahwa apa yang dilakukan pemerintah adalah untuk kepentingan rakyat.

Penutup

Membangun ekonomi politik hanya bisa dilakukan oleh pemerintah yang dipercaya. Untuk dapat mengatur ekonomi, pemerintah perlu kekuatan politik dengan membangun kepercayaan masyarakat. Tanpa kepercayaan, kebijakan yang diambil oleh

pemerintah tidak akan efektif dijalankan. Pemerintahan yang demokratis tidak akan bisa berdiri tanpa kepercayaan dari masyarakatnya. Sebaik apapun kebijakan pemerintah yang diambil akan sia-sia jika masyarakat tidak memiliki kepercayaan kepada pemerintah. Ketidakpercayaan akan melahirkan sinisme masyarakat dan tentu saja berdampak pada situasi ekonomi politik yang tidak kondusif.

Reformasi 1998 telah membuka era baru demokrasi di Indonesia setelah beberapa kali Indonesia mengalami masa transisi dari demokrasi parlementer, demokrasi terpimpin, demokrasi Pancasila, dan demokrasi saat ini. Proses transisi ini telah menjadi pengalaman yang berharga dan proses pendewasaan politik bagi bangsa dan warga negaranya menuju demokrasi modern yang pro-kesejahteraan. Keadilan ekonomi akan bisa ditegakkan dengan pemerintahan yang demokratis dan dapat dipercaya.

Referensi

- Alakali, T.T., Sambe, S.S., and Tondo, A.W. (2014), Political symbolism and Mass Mobilisation for Political Participation in Nigeria, *American International Journal of Humanities, Arts, and Social Sciences*. 6(1), 44 – 49.
- Alver, F., and Caglar, S. (2015). The impact of symbolic interactionism on research studies about communication science, *International Journal of Arts & Sciences*. 8, (7), 479 – 484.
- Basinger, Scott J. and Michael J. Ensley (2007) Candidates, Campaigns, or Partisan Conditions? Reevaluating Strategic-Politicians Theory. *Legislative Studies Quarterly* 32(3), 361-394.
- Burns, N., Kinder, D., & Rahn, W. (2003). Social trust and democratic politics. Annual meeting of the Mid-West Political Science Association. Chicago, IL: Mid-West Political Science Association.
- Butler, J. K. & Cantrell, R. S. (1984), “A behavioral decision theory approach to modeling dyadic trust in superior and subordinates.” *Psychological Reports*, 55, 9-28.

- Das, T.K., & Teng, B. (2004). The risk-based view of trust: A conceptual framework. *Journal of Business and Psychology*, 19(1), 85–116.
- Dean, D., & Croft, R. (2001). Friends and relations: Long-term approaches to political campaigning. *European Journal of Marketing*, 35(11/12), 1197–1217.
- Dermody, J. & Hanmer-Lloyd, S. (2004), “Segmenting youth voting behaviour through trusting-distrusting relationships: a conceptual approach.” *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 9(3), 202-217.
- Dermody, J. & Hanmer-Lloyd, S. (2005a), “Promoting distrust? A chronicle of the 2005 British general election advertising campaigns.” *Journal of Marketing Management*, 21(9), 1021-1047.
- Dermody, J. & Hanmer-Lloyd, S. (2005b), “Safeguarding the future of democracy: (re) building young people trust in parliamentary politics.” *Journal of Political Marketing*, 4(2/3), 115-133.
- Dermody, J., Hanmer-Lloyd, S., & Scullion, R. (2010). Young people and voting behaviour: Alienated youth and (or) an interested and critical citizenry? *European Journal of Marketing*, 44(3/4), 421–435.
- Duch, R. M. (2001). A development model of heterogeneous economic voting in new democracies. *American Political Science Review*, 95, 895–910.
- Eklöf, S. (1999), “Indonesian politics in crisis: the long fall of Suharto 1996-98,” Copenhagen, NIAS Press.
- Goddard, H. (2002), “Islam and democracy.” *The Political Quarterly*, Vol. 73, No.1: pp. 3-9.
- Grynaviski, Jeffrey D. (2010) *Partisan Bonds: Political Reputations and Legislative Accountability*. New York: Cambridge University Press.
- Hardin, R. (2002). *Trust and trustworthiness*. New York, NY: Russell Sage Foundation.

- Huntington, S. P. (1991a), "Democracy's third wave." *Journal of Democracy*, Vol. 2, No.2: pp. 12-34. Huntington, S. P. (1991b), "The third wave: democratization in the late twentieth century," Norman London, University of Oklahoma Press.
- Lewicki, R. J., McAllister, D. J., & Bies, R. J. (1998). Trust and distrust: New relationships and realities. *The Academy of Management Review*, 23(3), 438–458.
- Lin, C.W. (2011). The study of political language: a brief overview of recent research, *Chia Nan Annual Bulletin*, 37, 471 – 485.
- Luhmann, N. (2000). Familiarity, confidence, trust: Problems and alternatives. In D. Gambetta (Ed.), *Trust: Making and breaking cooperative relations*. Oxford: Oxford University Press.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- McEvily, B., Perrone, V., & Zaheer, A. (2003). Trust as an organizing principle. *Organization Science*, 14(1), 91–103.
- Newton, K. (2001). Trust, social capital, civil society, and democracy. *International Political Science Review*, 22 (2), 201–214.
- Niemi, R. G., Craig, S. C., & Mattei, F. (1991). Measuring internal political efficacy in the 1988 National Election study. *The American Political Science Review*, 85(4), 1407–1413.
- Norris, P. (2005), Stable democracy and good governance in divided societies: Do power sharing institutions work? *International Studies Association 46th Annual Convention, Panel Political Institution and Ethnic Politics*. Honolulu.
- O'Donnell, G. A. & Schmitter, P. C. (1986), "Transition from authoritarian rule: tentative conclusions about uncertain democracies," Baltimore, John Hopkins University Press.
- Offe, C. (2001), "Political liberalism, group right, and the politics of fear and trust." *Studies in East European Thought*, 53, 167-182.
- Ramage, D. E. (1995), "Politics in Indonesia: democracy, Islam, and

- the ideology of tolerance,” London, Routledge.
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). “Not so different after all: A cross-discipline view of trust.” *Academy of Management Review*, 23, 393–404.
- Sarmazdeh, J. K. (2012), “Islam and democracy.” *Journal of American Science*, Vol. 8, No.1: pp. 591-595.
- Schiffman, L., Thelen, S. T., & Sherman, E. (2010). Interpersonal and political trust: Modelling levels of citizens’ trust. *European Journal of Marketing*, 44(3/4), 369–381.
- Smith, M. L. (2010). Building institutional trust through e-government trustworthiness cues. *Information Technology & People*, 23(3), 222–246.
- Susila, I., Dean, D., and Harness, D. (2015), Intergenerational spaces: citizens, political marketing and conceptualising trust in a transitional democracy, 31(9/10), 970 – 995.
- Thompson, M. R. (2001), “Whatever happened to Asian values?” *Journal of Democracy*, 12(4), 154-165.
- Uslaner, E. M., & Brown, M. (2003). Inequality, trust, and civic engagement. *American Politics Research*, 31,1–28.
- Uslaner, E. M., & Brown, M. (2003). Inequality, trust, and civic engagement. *American Politics Research*, 31,1–28.

BAGIAN 2.
PENGEMBANGAN UMKM DAN
PEMERATAAN PEMBANGUNAN

TATA KELOLA DAN KEWIRAUSAHAAN PERUSAHAAN KELUARGA PADA UMKM DI INDONESIA: PELUANG DAN TANTANGAN

Kussudyarsana, PhD

Pendahuluan

Dalam perekonomian suatu negara, kewirausahaan mempunyai peran yang sangat besar. Ibarat mobil, kewirausahaan seperti mesin yang akan menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Melalui kewirausahaan, akan tercipta usaha baru yang memberikan lapangan kerja bagi masyarakat dan berdampak pada pertumbuhan ekonomi. Dalam jangka panjang, kewirausahaan akan meningkatkan pemerataan kesejahteraan dan pengurangan kemiskinan.

Banyak perusahaan di berbagai belahan dunia, adalah perusahaan keluarga. Diperkirakan 90% dari 15 juta perusahaan di Amerika Serikat didominasi kepemilikannya oleh kelompok keluarga. Dari 500 perusahaan kaya di Amerika Serikat, kurang lebih sepertiganya dimiliki atau dikendalikan oleh keluarga (Susanto dkk, 2007). Demikian halnya dengan di Australia, di mana 67% perusahaan yang ada di sana adalah perusahaan keluarga (Graves dan Thomas, 2006). Tidak jauh berbeda, di Spanyol, kurang lebih 87% aktivitas ekonomi dijalankan oleh perusahaan keluarga (Galvian dkk, 2017). Di Indonesia sendiri, menurut catatan dari Claessens dkk (2000), 66, 9% dari perusahaan yang *go public* di bursa saham dimiliki oleh keluarga-keluarga.

Kajian tentang tata perusahaan keluarga konteks Indonesia menjadi penting karena beberapa hal. *Pertama*, Indonesia mempunyai

masyarakat dengan konteks budaya kolektif di mana nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan tertanam kokoh dalam masyarakat dan termanifestasikan dalam berbagai aktivitas kegiatan masyarakat termasuk dalam bidang-bidang bisnis (Irawanto, Ramsey & Ryan 2011; Rademaker 1998). Dalam masyarakat kolektif peran keluarga dalam ikatan persaudaraan yang kokoh bisa mendasari pilihan tata kelola perusahaan. Terlebih lagi perusahaan keluarga sering diidentikkan dengan tata kelola relasional di mana nilai-nilai keluarga menjadi dasar dalam menjalankan hubungan di dalam organisasi dan antarorganisasi (Calabro & Mussolino 2011). Sekalipun sebagian besar perusahaan di Indonesia adalah perusahaan keluarga yang berskala kecil dan menengah, namun kajian tentang tata kelola pada perusahaan keluarga skala kecil dan menengah jarang dilakukan (Patrick 2001). Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang peran tata kelola pada perusahaan keluarga di Indonesia. Berangkat dari permasalahan tersebut, *paper* ini bermaksud mendiskusikan peran tata kelola pada perusahaan kecil dan menengah di Indonesia.

Perusahaan keluarga Indonesia sekalipun mempunyai peran besar pada pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja di Indonesia, namun keberlangsungan usaha menjadi titik lemah pada perusahaan jenis ini (Soedibyo 2008). Banyak perusahaan keluarga di Indonesia yang tidak mampu mempertahankan keberlangsungan usaha. Menurut perkiraan, sebagian besar perusahaan keluarga hanya bertahan pada generasi pertama saja. Hanya sebagian kecil perusahaan keluarga yang bisa bertahan pada generasi kedua, ketiga, dan seterusnya. Diperkirakan kelemahan aspek sumber daya, kewirausahaan dan *governance* menjadi faktor pemicu ketidakberlangsungan usaha perusahaan keluarga (Soedibyo 2008). Hal ini tentu saja menjadi tantangan, karena terdapat pameo dalam perusahaan keluarga yaitu “Generasi pertama membangun, generasi kedua menikmati dan generasi ketiga menghancurkan”.

Definisi dan Karakteristik Perusahaan Keluarga

Perusahaan keluarga mempunyai peran yang signifikan dalam menggerakkan ekonomi di Indonesia melalui kegiatan kewirausahaan

yang mereka lakukan. Diperkirakan hampir 97% usaha kecil dan menengah yang ada di Indonesia berbentuk perusahaan keluarga (Kementerian UMKM). Suatu entitas bisnis digolongkan sebagai perusahaan keluarga apabila terdapat satu atau lebih anggota keluarga terlibat pada perusahaan dan mempengaruhi jalannya perusahaan. Menurut Donnelley (2002). Adapun Aronoff (2002) menyatakan bahwa perusahaan keluarga adalah perusahaan di mana dua anggota keluarga atau lebih mengendalikan keuangan perusahaan.

Dari sisi kepemilikan dan pengelolaannya, terdapat dua jenis perusahaan keluarga yaitu *family owned enterprise* (FOE) dan *family business enterprise* (FBE)- (Susanto dkk 2007). *Family owned enterprise* adalah jenis perusahaan keluarga, di mana mayoritas kepemilikan dimiliki keluarga, namun yang menjalankan perusahaan tersebut adalah pihak lain. Sedangkan tipe kedua adalah perusahaan keluarga, di mana pemilik sekaligus pengelola perusahaan. Perusahaan keluarga di Indonesia terbanyak adalah tipe kedua, di mana mereka adalah pemilik, sekaligus juga pengelolanya.

Perusahaan keluarga banyak dijumpai di Indonesia dikarenakan karakteristik perusahaan ini sangat cocok dengan masyarakat Indonesia yang mempunyai budaya kolektif. Setidaknya ada beberapa karakteristik perusahaan keluarga yaitu: *overlapping* antara sistem bisnis dan keluarga, orientasi jangka panjang dan keterlibatan emosi yang dalam perusahaan serta *parsimony*, *personalism*, dan *particularism*.

Carney (2005) berpendapat bahwa perusahaan keluarga mempunyai tiga karakteristik utama: *parsimony*, *personalism*, dan *particularism*. *Parsimony* adalah kecenderungan perusahaan keluarga untuk menggunakan sumber daya secara hemat karena merasa bahwa uang yang ditanamkan pada perusahaan adalah uang mereka sendiri, sehingga mereka akan berhati-hati untuk menggunakannya (Chrisman, Steier & Chua 2006). *Personalism* mengacu pada personalisasi dari otoritas organisasi yang berada di tangan keluarga yang kemudian memberikan kesempatan untuk mewujudkan visi mereka. Jabatan dalam perusahaan melekat secara personal sehingga sukar dibedakan dengan kepentingan diri dan bisnis. *Particularism* mengacu pada kecenderungan perusahaan keluarga untuk membuat keputusan bisnis yang bersifat khusus, yang diperuntukan bagi pemilik

dan keluarganya. Mereka dapat membuat aturan main bisnis dengan mengecualikan pemilik dan keluarganya dari konsekuensi aturan tersebut. Sebagai contoh pemilik perusahaan dan keluarga dapat memilih posisi kepemimpinan dalam perusahaan, sekalipun pihak konsultan profesional telah memberikan saran.

Perusahaan keluarga pada umumnya berorientasi jangka panjang (Verbeke & Kano 2010). Uang yang mereka investasikan pada bisnis, tidak diarahkan untuk segera ditarik, namun untuk memberikan kesejahteraan bagi keluarga untuk jangka panjang (Sirmon & Hitt 2003). Kecenderungan ini tidak terlepas dari upaya mereka untuk dapat memelihara regenerasi kepemimpinan keluarga dalam perusahaan. Kecenderungan ini disebut sebagai "*patient capital*" (Sirmon & Hitt 2003). Upaya ini digunakan untuk memuaskan kesejahteraan sosio-emosional yang ada pada keluarga. Orientasi jangka panjang tidak hanya berwujud pada seberapa lama dana ditanamkan dalam perusahaan. Namun juga seberapa lama mereka menjalin hubungan kerja sama dengan rekan bisnisnya (Habbershon & William 1999). Pada umumnya mereka menjalin hubungan baik dengan stakeholder mereka, baik itu pemasok atau pun pelanggan. Hubungan baik yang terjalin seringkali tidak sebatas pada satu generasi kepemimpinan perusahaan, namun juga beberapa generasi kepemimpinan.

Perusahaan keluarga berbeda dengan non-keluarga khususnya karena adanya keterlibatan emosi (*emotional attachment*) dalam organisasi (Berrone, Cruz & Gomez-Meija 2012; Brundin & Hartel 2014; Gomez-Meija & Nickel 2001; Steier 2014). Steier dan Muenthel (2014) menyatakan bahwa sifat hubungan antar anggota keluarga bersifat privat dan mempunyai intensitas emosional yang tinggi. *Emotional attachment* adalah kehadiran aspek psikologis pada perusahaan oleh keluarga dalam rangka memelihara konsep diri yang positif (Berrone, Cruz & Gomez-Meija 2012). Fletcher (2000) menyatakan bahwa keterkaitan antar personal, ikatan emosi dan afeksi keterlibatan emosi dalam perusahaan keluarga lebih kompleks dibandingkan perusahaan non-keluarga. Kehadiran perusahaan keluarga merupakan manifestasi kebutuhan untuk memiliki, afeksi dan keintiman (Kepner 1983), kehadiran ikatan emosional perusahaan keluarga dapat memfasilitasi keberlangsungan

hubungan masa lalu, masa kini dan masa yang akan datang. *Emotional attachment* juga penting untuk menjelaskan kepemimpinan antar generasi pada perusahaan keluarga di mana kehilangan perusahaan merupakan peristiwa yang sangat emosional bagi sebagian besar pemilik perusahaan keluarga *owners* (Sharma & Manikuti, 2005).

Peluang dan Tantangan Kewirausahaan dan Tata Kelola Perusahaan Keluarga di Indonesia

Kewirausahaan tidak dapat dilepaskan oleh peranan keluarga. Keluarga memberikan dukungan bagi wirusahaan dalam masa perintisan dan pengembangan usaha. Dukungan tersebut dapat berupa finansial, tenaga kerja, pemikiran, jaringan bisnis maupun pengetahuan bisnis. Ketika memulai usaha, modal usaha tidak mudah didapatkan dari lembaga penyedia dana resmi seperti bank atau lembaga keuangan yang lain karena terkait dengan risiko pembiayaan. Sehingga dukungan dana dari keluarga menjadi sumber utama bagi wirausahawan ketika mereka memulai bisnis (Au, 2009). Dalam masa pengembangan usaha, wirausahawan membutuhkan tenaga dan pikiran untuk mendukung proses bisnis mereka.

Kajian dari Kussudyarsana (2017) memperlihatkan bahwa perusahaan keluarga ketika memulai bisnis, memperoleh dana dari berbagai macam sumber antara lain simpanan pribadi, dukungan rekan kerja, investasi keluarga. Simpanan pribadi (48,64%) merupakan sumber utama untuk memulai usaha, diikuti oleh kerja sama modal dengan rekan bisnis. Keluarga menjadi sumber pendanaan ketika wirausahawan memulai usaha. Sebanyak 9,22% wirausahawan menggunakan sumber dana keluarga untuk mendukung mereka dalam memulai usaha. Teman juga merupakan sumber dana yang banyak digunakan oleh wirausahawan ketika mereka memulai usaha

Tabel 1
Sumber Dana Usaha Perusahaan Keluarga

Financial Sources	N	Percentage
<i>Personal saving</i>	269	48.64
<i>Family investment</i>	51	9.22
<i>Joint with friends & colleagues</i>	21	3.80
<i>Bank</i>	159	28.75
<i>Venture capital</i>	3	0.54
	50	9.04
	553	100%

Terkait dengan aspek finansial, perusahaan keluarga digambarkan mempunyai *patient capital* dengan kapasitas untuk tertanam dalam kembalian peluang bisnis jangka panjang daripada hanya sekadar kembalian jangka pendek (Habbershon & William, 1999:5). *Patient capital* adalah modal yang diinvestasikan tanpa menghadapi ancaman penarikan modal dalam jangka waktu yang panjang (Dobrzynski, 1993). Oleh Karena itu, *patient capital* berbeda dari modal financial pada umumnya karena waktu investasi yang diinginkan (*intended time of investment*) (Sirmon & Hitt, 2003). Bagaimanapun, perusahaan dengan *patient capital* mampu mendukung strategi yang inovatif dan kreatif. Perusahaan keluarga memperlihatkan jangka waktu yang lebih panjang karena adanya tujuan antargenerasi, kematangan karier pimpinan perusahaan (*a longer CEO tenure*), dan kehadiran dari banyak perusahaan perusahaan keluarga dalam siklus industri yang dapat menghalangi sukses jangka pendek.

Untuk memulai usaha, seorang wirausahawan membutuhkan pengetahuan dan keterampilan bisnis. Wirausahawan pemula yang orang tuanya adalah pebisnis mempunyai keuntungan dibandingkan dengan mereka yang orang tuanya bukan wirausahawan. Perusahaan keluarga menjadi tempat menempa diri bagi para wirausahawan pemula. Dalam perusahaan keluarga, anggota keluarga belajar tentang seluk-beluk bisnis termasuk operasionalisasi bisnis, konsumen, dan persaingan bisnis semenjak kecil. Mereka belajar langsung

dari pemimpin perusahaan yang mempunyai pengetahuan dan keterampilan tinggi. Proses sosialisasi bisnis yang mereka terima sejak kecil mereka menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Mereka bukan saja mempunyai pengetahuan dan keterampilan yang tinggi akan tetapi juga mempunyai motivasi dan loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan (Dyer, 2006). Dengan demikian perusahaan keluarga sangat mendukung kewirausahaan.

Perusahaan keluarga pada umumnya merekrut anggota keluarga untuk mengisi beberapa posisi dalam perusahaan (Chua, Chrisman & Litz 2004). Penyediaan tenaga kerja bagi anggota keluarga adalah tujuan non-finansial yang umum pada perusahaan keluarga (Schulze, Lubatkin, Dino, & Buchholts 2001) yang mampu memelihara kemakmuran sosio-emosional (Berrone, Cruz & Gomez-Mejia 2012). Dalam kajian yang dilakukan oleh Kussudyarsana (2017), keterlibatan anggota keluarga dalam perusahaan bermacam-macam. Beberapa anggota keluarga menduduki posisi di perusahaan seperti: manajer (80,13%), pengawas (71,88%), pegawai (17,48%), dan pemilik (95,56%). Hasil temuan ini menjelaskan bahwa pada umumnya perusahaan menduduki posisi yang strategis di perusahaan.

Kewirausahaan sangat berkaitan erat dengan perilaku mengambil risiko (*risk taking behavior*). Wirausaha menanggung ketidakpastian akan hasil akan mereka dapatkan di masa yang datang. Berbeda dengan pegawai yang sudah mendapatkan kepastian tentang upah mereka yang akan mereka dapatkan setiap bulan, wirausahawan mendapatkan hasil bisa berubah-ubah dari waktu ke waktu. Keputusan bisnis yang mereka ambil bukan hanya mendatangkan keuntungan, namun terkadang memberikan kerugian. Perusahaan keluarga memberikan dukungan bagai investasi dengan horizon jangka panjang. Perusahaan keluarga pada umumnya lebih memungkinkan untuk berinvestasi pada pada proyek yang berisiko tinggi ataupun kurang menguntungkan dalam jangka pendek di bandingkan perusahaan non-keluarga (Astrachan & Zelwegger 2008). Sekalipun demikian, pemilik perusahaan keluarga mungkin tidak mau menanggung risiko atas harta mereka atau membawa perusahaan risiko ke dalam masa depan yang penuh risiko. Anggota keluarga mungkin khawatir terhadap kehilangan warisan, kemudian

menekan manajer dan pekerja perusahaan mengurangi aktivitas proyek jangka panjang. Bagaimanapun, ada kemungkinan bahwa perusahaan keluarga lain menekankan komitmen jangka panjang penciptaan nilai jangka panjang seperti kewirausahaan (Zahra *et al.* 2004).

Kajian empiris tentang pengambilan keputusan yang berisiko pada perusahaan keluarga di Indonesia memperlihatkan hal yang sebaliknya. Widjaja dan Sugiarto (2008) mengindikasikan bahwa perusahaan keluarga di Indonesia cenderung untuk menghindari risiko (*risk adverse*) berkurangnya pengendalian atas perusahaan dan sumber daya manusia mereka. Oleh karenanya mereka menghindari penggunaan masuknya investor baru (*equity*) dan lebih memilih menggunakan pinjaman dana (*debt financing*) seperti dari bank. Hal tersebut juga terlihat pada perusahaan keluarga skala telah go-publik, di mana konsentrasi kepemilikan masih berada di tangan segelintir keluarga. Melalui struktur terpusat ini, mereka memiliki cukup hak voting untuk mengendalikan manajemen dan bisnis mereka.

Perusahaan keluarga juga memberikan dukungan ketiga wirausahawan menghadapi masa-masa sulit. Modal keuangan yang dipunyai oleh keluarga bisa digunakan untuk membantu perusahaan selama menghadapi masa-masa sulit. Sebagai contoh ketika perusahaan mengalami kegagalan dalam pengembangan bisnis dan produk barunya. Hal ini mungkin tidak terjadi pada perusahaan non keluarga karena kurangnya loyalitas, ikatan kuat, dan komitmen jangka panjang dari pekerja perusahaan (Sirmon & Hitt 2003). Keluarga bukan saja menggunakan sumber daya finansial mereka untuk melindungi perusahaan ketika menghadapi masa sulit, namun juga dalam situasi di mana keluarga membutuhkan modal untuk membuat perusahaan baru (Dyer 2006). Demikian halnya ketika pemilik perusahaan membutuhkan sumber daya finansial untuk memulai bisnis dan pemeliharaan selama masa awal-awal pengembangan bisnis (Muske *et al.* 2009).

Dalam sudut pandang perspektif agensi, perusahaan keluarga mendukung adanya inovasi yang radikal. Inovasi yang merupakan bagian dari aspek kewirausahaan yang sangat penting. Inovasi yang radikal membutuhkan investasi jangka panjang. Perusahaan

keluarga bersedia melakukan investasi jangka panjang karena pemilik berkeinginan akan mewariskan perusahaan tersebut kepada keluarganya (Zahra 2005).

Untuk dapat mendukung inovasi dan keberhasilan jangka panjang, perusahaan keluarga memerlukan perencanaan strategis. Melalui perencanaan strategis, pemilik perusahaan menetapkan apa yang akan mereka inginkan di masa yang akan datang. Proses ini dilakukan melalui interaksi antara pemilik, karyawan dan anggota keluarga mereka, sehingga akan membentuk komitmen jangka panjang serta meningkatkan pengetahuan bisnis bagi perusahaan dan keluarga (Susanto dkk, 2007). Proses ini akan meningkatkan pemahaman pemilik, karyawan dan generasi penerus mereka terhadap aspek-aspek dalam pengelolaan bisnis seperti cara menghadapi persaingan, investasi dan penanganan konflik dalam usaha.

Aspek yang tidak bisa dipisahkan dengan kewirausahaan adalah pengembangan jaringan bisnis. Seorang wirausahawan dapat berhasil karena dia mampu mengoptimalkan jaringan bisnis yang mereka miliki. Dalam perusahaan keluarga, membangun hubungan kepercayaan (*trusting relationship*) antara perusahaan keluarga dan pemangku kepentingan yang lain (*stake holder*), adalah suatu hal biasa terjadi (Steier & Muenthel 2014). Hubungan yang didasarkan atas *trust* ini terkadang lebih banyak pakai pada perusahaan keluarga dibandingkan dengan kontrak formal (Gedajlovic & Carney 2010; Memili *et al.* 2011a; Verbeke & Kano 2010). Hubungan antara perusahaan keluarga dan pemasok serta pelanggannya sering kali lebih kuat dan bernilai dibandingkan pada perusahaan non keluarga (Lyman 1991). Hubungan baik dengan pemangku kepentingan menjadi bagian dari *social capital* (Gedjalovic and Carney 2010). Hubungan yang terjalin ini akan menghasilkan efisiensi pemangku kepentingan.

Tantangan Alih Generasi

Kajian dari Jakarta Consulting Grup menunjukkan bahwa pada umumnya generasi penerus dari pemilik perusahaan keluarga di Indonesia menginginkan bekerja pada perusahaan yang dirintis orang tua mereka. Hal ini bisa dipahami mengingat ikatan kekerabatan di

negara-negara Asia, seperti Indonesia, pada umumnya lebih kuat dibandingkan di negara Barat. Hal ini berbeda dengan kajian pada beberapa negara maju, terutama negara barat. Namun demikian dari sisi pemimpin perusahaan keluarga mengalami kecemasan dengan penerus mereka. Riset menunjukkan bahwa terdapat gaya hidup yang berbeda antara pendiri dan penerus perusahaan keluarga. Banyak pendiri perusahaan keluarga yang mengeluhkan gaya hidup penerus mereka, yang tidak mau meneladani para pendiri. Hal ini menjadi kecemasan buat mereka, kesuksesan yang para pendiri raih adalah berkat sikap mental dan gaya hidup yang mereka anut.

Tantangan Profesionalisme

Negara-negara di kawasan Asia Timur dan Asia Tenggara termasuk Indonesia dari sisi *corporate governance* dikenal mempunyai kombinasi antara kepemilikan dan pengendalian (Claessens, Djankov& Lang 2000). Pada negara-negara Asia Tenggara kepemilikan terkonsentrasi pada segelintir pemilik yang biasanya adalah anggota keluarga (Claessens *et al.* 2002). Praktik ini berbeda dengan model di Amerika Serikat (AS) dan negara-negara Anglo Saxon (Carney & Gedajlovic 2001). Di negara-negara tersebut pada umumnya kepemilikan dipisahkan dari pengendalian. Di negara tersebut, kepemilikan tersebar pada banyak orang. Dalam sistem yang terpisah, pengendalian diserahkan pada manajer profesional. Dalam sistem bisnis di mana terdapat penyatuan antara kepemilikan dan pengendalian, organisasi sering kali dilekatkan pada individu pemilik dan manajer (Carney 2005). Dalam sistem ini tanggung jawab manajemen dan risiko finansial diletakkan pada individu dan sekelompok keluarga. Kecenderungan ini dikenal dengan kapitalisme personal (*personal capitalism*) (Carney 2005). *Personal capitalism* mengacu pada “*firms managed by individuals or by small numbers of associates, often members of founders’ families, assisted by only a few a salaried managers, or they (are) federations of such a firms*” (Chandler 1990 p.236). Berbeda dengan kapitalisme manajerial yang lebih mendasarkan pada rasionalitas dan perhitungan, kapitalisme personal memfokuskan pada hubungan personal dan norma sosial (Carney & Gedajlovic 2001).

Carney dan Gedajlovic (2001) menyatakan bahwa *personal capitalism* yang banyak diadopsi oleh banyak negara Asia termasuk Indonesia dimanifestasikan pada pengambilan keputusan organisasi. Dalam *personal capitalism*, posisi dan peran dari pemilik-manajer dalam organisasi sangatlah penting dan sering kali melebihi organisasi itu sendiri. Dalam sistem ini, pengambilan keputusan organisasi merupakan refleksi dari kepentingan pemilik dan itu diakomodasi oleh struktur otoritas kewenangan di mana bersifat satu arah. Konsentrasi kepemilikan memfasilitasi pengambilan keputusan yang bersifat *particularistic* di mana manajer-pemilik membuat keputusan berdasarkan penilaian yang bersifat individual dan sangat subjektif. Kecenderungan ini dapat dilihat pada proses perekrutan karyawan di mana lebih cenderung mendasarkan pada ikatan persaudaraan di dibandingkan dengan keahlian. Chu, Chrisman, dan Litz (2004) mengkaitkan hal tersebut dengan kecenderungan perusahaan keluarga untuk mengejar tujuan non-ekonomis yang termasuk dalam hal ini adalah memberikan lapangan pekerjaan bagi anggota keluarganya. Di Indonesia, Soedibyo (2008) mencatat bahwa praktik dari perekrutan atas perusahaan keluarga sering kali dihubungkan dengan ketidakberlanjutan perusahaan keluarga.

Di Asia Tenggara, termasuk Indonesia, personalism diperkuat oleh orientasi budaya *paternalistic*. Praktik dari *paternalism* di Indonesia sering dikaitkan dengan “Bapakisme” di mana otoritas kewenangan secara informal berpusat di tangan laki-laki (Hofstede & Geert 1982). Terminologi “Bapakisme” merupakan refleksi dari kepatuhan seseorang di dalam masyarakat terhadap figur seseorang yang mempunyai nilai simbolis seperti seorang Bapak. Seseorang yang dianggap bapak akan memberikan perlindungan dan rasa aman terhadap orang-orang di sekitarnya (Mulder 1978). Rekomendasi dari orang yang dianggap Bapak (referral) sering kali lebih besar pengaruhnya dibandingkan dengan aturan dan prosedur formal sehingga menciptakan pengaturan informal dalam hubungan bisnis (Rademaker 1998). Dalam perusahaan keluarga ketergantungan pada figur bapak yang terwakili pada manajer-pemilik perusahaan sangatlah kentara di mana preferensi mereka sangatlah mewarnai cara organisasi bisnis berperilaku (Carney 2005).

Praktik Bapakisme pada akhirnya dapat berdampak pada nepotisme yang berdampak pada rendahnya kinerja perusahaan. Praktik tata kelola (*governance*) yang buruk pada perusahaan keluarga seringkali dikaitkan dengan rendahnya kinerja perusahaan keluarga (Bertrand dan Schoar 2006) dan praktik nepotisme pada perusahaan keluarga. Adanya aspek nepotisme yang kuat dalam perusahaan keluarga dapat mengalihkan tujuan utama perusahaan dari memperoleh keuntungan kepada memuaskan tujuan keluarga (Dyer 2006).

Di dalam lingkungan di mana orang-orang mempunyai tingkat kepercayaan terhadap institusi rendah, seperti di Indonesia, hubungan personal menjadi penting untuk mengatasi (*mitigate*) ketidakpastian (Rademaker 1998). Memelihara hubungan baik dengan pegawai pemerintah merupakan salah satu cara untuk mengamankan perusahaan terhadap kepastian bisnis di masa yang akan datang (Rademaker 1998). Hubungan baik ini akan memberikan kesempatan perusahaan mendapatkan fasilitas yang tidak dapat didapatkan oleh semua pihak, karena pegawai pemerintah mempunyai kewenangan untuk mengatur aturan main dalam bisnis. Namun demikian relasi bisnis antara penguasa dan pengusaha menjadi sumber korupsi dan berdampak pada turunnya kinerja bisnis setelah berganti rezim (Bertrand dan Schoar 2006).

Salah satu indikator dari profesionalisme perusahaan adalah penggunaan perangkat formal seperti penganggaran perusahaan, perencanaan strategis, deskripsi kerja dan monitoring pekerjaan. Hasil survey menunjukkan bahwa perusahaan keluarga di Indonesia, perencanaan strategis, belum dianggap sebagai hal yang sangat penting bagi mereka. Kajian dari Kussudyarsana (2017) memperlihatkan bahwa bagi perusahaan keluarga skala kecil perencanaan strategis bukanlah suatu hal yang penting bagi mereka.

Tabel 2 menunjukkan adanya perbedaan nilai rata-rata antara perusahaan keluarga skala kecil dan menengah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan skala menengah mempunyai skor yang lebih tinggi pada aspek tata kelola formal dibandingkan perusahaan skala kecil. Hal ini bisa ditunjukkan pada skor dari aspek tata kelola formal seperti penganggaran, penggunaan manajer

profesional dan aplikasi deskripsi pekerjaan pada perusahaan keluarga skala menengah lebih tinggi dibandingkan perusahaan skala kecil. Adapun pada aspek perencanaan strategis, tidak terdapat perbedaan antara perusahaan keluarga skala kecil dan menengah.

Tabel 2. Tata Kelola dalam Perusahaan

	Small		Medium		t- score
	Mean	SD	Mean	SD	
<i>Strategic planning</i>	3.67	1.01	3.84	0.95	-1.17
<i>Formal budgeting</i>	3.3206	1.09	3.923	1.063	-3.63**
<i>Professional managers</i>	2.35	1.087	2.83	1.4	-2.74***
<i>Job descriptions</i>	2.63	1.91	3.27	1.27	-3.75***
<i>Formal monitoring</i>	2.95	1.056	3.56	1.18	-3.69
<i>Financial incentives</i>	3.85	1.04	3.88	1.11	-0.185

*p<0.05, ** P<0.01,***p<0.001

Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin besar skala perusahaan, semakin besar kemungkinan mereka mengaplikasikan tata kelola formal dibandingkan tata kelola relasional. Temuan ini sejalan dengan literatur yang mengindikasikan bahwa semakin besar perusahaan, semakin kompleks aktivitas yang mereka jalankan dan oleh karenanya membutuhkan pengaturan formal untuk mengkoordinasikan kompleksitas aktivitas (Gedajlovic & Carney 2004). Hal ini masuk akal mengingat ketika skala perusahaan masih kecil, pemilik perusahaan dapat menangani banyak pekerjaan (Barney & Hesterly 2006). Namun demikian sejalan dengan bertumbuhnya ukuran perusahaan, dia tidak lagi dapat menanganinya sendiri, kemudian mendelegasikan tugas dan wewenangnya kepada pihak lain.

Penutup

Perusahaan keluarga di Indonesia mempunyai kontribusi yang signifikan pada ekonomi Indonesia. Untuk mengoptimalkan perannya dalam perekonomian, maka peningkatan pada aspek kewirausahaan dan tata kelola menjadi sangat diperlukan. Terdapat sejumlah peluang dan tantangan bagi perusahaan keluarga yang perlu dijawab bagi perusahaan keluarga di Indonesia. Beberapa kendala seperti belum digunakannya secara optimal alat-alat manajemen modern seperti perencanaan strategis, penganggaran dan pengawasan formal menjadi agenda perbaikan yang perlu segera dilakukan. Dari sisi kewirausahaan, aspek inovasi dan pengambilan risiko menjadi aspek yang perlu mendapatkan perhatian.

Biodata Penulis

Kussudyarsana, PhD adalah dosen FEB UMS, jurusan Manajemen. Studi S1 dan S2 diselesaikan dari FEB-UGM. Gelar doktornya (PhD) diperoleh dari Charles Darwin University Australia. Pada saat ini aktif sebagai staf pengajar di FEB-UMS, Pemimpin Redaksi Jurnal Benefit dan Sekretaris Prodi Manajemen.

Daftar Pustaka

- Aronoff, CE & Ward, JL, 1996, *Family Business Governance: Maximizing Family and Business Potential*, 5 edn, Family Enterprise, Marietta, Georgia.
- Astrachan, JH, Klein, SB & Smyrniotis, KX, 2002, 'The F-PEC scale of family influence: a proposal for solving the family business definition problem', *Family Business Review*, vol. 15, no. 1, pp. 45-58.
- Au, K & Kwan, HK, 2009, 'Start-Up Capital and Chinese Entrepreneurs: The Role of Family', *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 33, no. 4, pp. 889-908.
- Baker, G, Gibbons, R & Murphy, KJ, 2002, 'Relational Contracts and

- the Theory of the Firm', *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 117, no. 1, pp. 39-84.
- Barney, JB & Hesterly, WS, 2006, *Strategic management and competitive advantage: concepts and cases*, Pearson, Englewood Cliffs, London.
- Berrone, P, Cruz, C & Gomez-Mejia, LR, 2012, 'Socioemotional Wealth in Family Firms: Theoretical Dimensions, Assessment Approaches, and Agenda for Future Research', *Family Business Review*, vol. 25, no. 3, pp. 258-79.
- Bertrand, M & Schoar, A, 2006, 'Role of Family in Family Firms', *Journal of Economic Perspectives*, vol. vol. 20, no. 2, pp. 73-96.
- Caniëls, MCJ & Gelderman, CJ, 2010, 'The Safeguarding Effect of Governance Mechanisms in Inter-firm Exchange: The Decisive Role of Mutual Opportunism', *British Journal of Management*, vol. 21, no. 1, pp. 239-54.
- Carney, M, 2005a, 'Corporate governance and competitive advantage in family-controlled firms', *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 25, no. 3, pp. 249-65.
- , 2005b, 'corporate government and competitive advantage in family controlled firm', *Entrepreneurship Theory and Practice*, pp. 249-65.
- Chandler, AD, 1990, *Strategy and structure: Chapters in the history of the industrial enterprise*, The Mit Press, Cambridge.
- Chrisman, JJ, Chua, JH & Sharma, P, 2005, 'Trends and directions in the development of a strategic management theory of the family firm', *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 29, no. 5, pp. 555-79.
- Chrisman, JJ, Kellermanns, FW, Chan, KC & Liano, K, 2010, 'Intellectual foundations of current research in family business: An identification and review of 25 influential articles', *Family Business Review*, vol. 23, pp. 9-26.
- Chrisman, JJ, Steier, LP & Chua, JH, 2006, 'Personalism, particularism,

- and the competitive behaviors and advantages of family firms: An introduction', *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 30, no. 6, pp. 719-29.
- Chu, W, 2009, 'The influence of family ownership on SME performance: evidence from public firms in Taiwan', *Small Business Economics*, vol. 33, no. 3, pp. 353-73.
- Chua, JH, Chrisman, JJ & Litz, RA, 2004, 'Comparing the agency cost of family and non family firm, Chrisman, Chua', *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 28, no. 4, pp. 335-54.
- Chua, JH, Chrisman, JJ & Sharma, P, 1999, 'Defining the family business by behavior', *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 23, no. 19, pp. 19-40.
- Claessens, S, Djankov, S, Fan, J, P.H. & Lang, L, H. P., 2002, 'Disentangling the Incentive and Entrenchment Effects of Large Shareholdings', *The Journal of Finance*, vol. Vol. 57, No. 6 (Dec.), pp. 2741-71.
- Claessens, S, Djankov, S & Lang, L, 2000, 'The Separation of Ownership and Control in East Asian Corporations', *Journal of Financial Economics*, vol. vol. 58, pp. 81-112.
- Cristina Costa, A & Bijlsma-Frankema, K, 2007, 'Trust and Control Interrelations: New Perspectives on the Trust Control Nexus', *Group & Organization Management*, vol. 32, no. 4, pp. 392-406.
- Daily, C, M, Dalton, DR & Cannella, AA, 2003, 'CORPORATE GOVERNANCE: DECADES OF
- Daniel, W, 2003, 'Corporate Governance in Indonesian Listed Companies-A Problem of Legal Transplant', *Bond Law Review*, vol. vol. 15, no. 1.
- Davis, JH, Allen, MR & Hayes, HD, 2010, 'Is Blood Thicker Than Water? A Study of Stewardship Perceptions in Family Business', *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 34, no. 6, pp. 1093-116.

- Gedajlovic, E & Carney, M, 2002, 'The Coupling Of Ownership and Control and the Allocation of Financial Resources: Evidence from Hong Kong', *Journal of Management Studies*, vol. 39, no. 1, pp. 123-46.
- Gersick, KE, 1999, 'Stages and transitions: Managing change in the family business', *Family Business Review*, vol. 12, pp. 287-97.
- Gersick, KE & Feliu, N, 2014, 'Governing the family enterprise', *The SAGE Handbook of Family Business*, pp. 196-225.
- Geyskens, I, Steenkamp, J-B & Kumar, N, 2006, 'Make, buy, or ally', *Academy of Management Journal*, vol. 49, no. 3, pp. 519-43.
- Goel, S, Jussila, I & Ikaheimonen, T, 2014, 'Governance in family firms', *The SAGE Handbook of Family Business*, pp. 226-31.
- Consultants, Deventer/Jakarta.
- Hosmer, LT, 1995, 'Trust: The connecting link between organizational theory and philosophical ethics', *Academy of Management Review*, vol. 20, no. 2, pp. 379-403.
- Indarti, N, 2010, 'The Effect of Knowledge Stickiness and Interaction on Absorptive Capacity', Master thesis, University of Groningen.
- Jones, GR & George, JM 1998, 'The Experience and Evolution of Trust: Implications for Cooperation and Teamwork', *Academy of Management Review*, vol. 23, no. 1, pp. 531-46.
- Keasey, K, Thomson, S & Wright, M 1997, *Corporate Governance: Economic and Financial Issues*, Oxford University Press, UK.
- Kepner, E 1983, 'The family and the firm: A co-evolutionary perspective', *Organizational Dynamics* vol. 12, pp. 57-70.
- Kuncoro, M 2000, *Usaha Kecil Di Indonesia: Profil, Masalah dan Strategi Pemberdayaan* UGM, Yogyakarta.
- Lansberg, IS 1983, 'Managing human resources in family firms: The problem of institutional overlap', *Organizational Dynamic*, vol. 12, no. 1, pp. 39-46.

- Liu, Y, Luo, Y & Liu, T 2009, 'Governing buyer–supplier relationships through transactional and relational mechanisms: Evidence from China', *Journal of Operations Management*, vol. 27, no. 4, pp. 294-309.
- Lubatkin, M, Lane, PJ, Collin, S & Very, P 2007, 'An embeddedness framing of governance and opportunism: towards a cross-nationally accommodating theory of agency', *Journal of Organizational Behavior*, vol. 28, no. 1, pp. 43-58.
- McCollom, ME 1988, 'Integration in the family firm: When the family system replaces controls and culture', *Family Business Review*, vol. 1, no. 4, pp. 399-417.
- Mellewigt, T, Madhok, A & Weibel, A 2007, 'Trust and formal contracts in interorganizational relationships - Substitutes and complements', *Managerial and Decision Economics*, vol. 28, pp. 833-47.
- Mitchell, RK, Agle, BR & Wood, DJ 1997, 'Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts', *Academy of Management Review*, vol. 22, no. 1, pp. 853-86.
- Mulder, N 1978, *Mysticism and everyday life in contemporary Java*, Singapore University Press, Singapore.
- Mustakallio, M, Autio, E & Zahra, S 2002, 'Relational and Contractual Governance in Family Firms: Effects on Strategic Decision Making', *Family Business Review*, vol. vol. 15, no. 3, pp. 205-22.
- Pieper, TM 2002, *Corporate governance in family firms*, INSEAD, Boulevard de Constance, Article.
- Pieper, TM, Klein, SB & Jaskiewicz, P 2008, 'The Impact of Goal Alignment on Board Existence and Top Management Team Composition: Evidence from Family-Influenced Businesses', *Journal of Small Business Management*, vol. 46, no. 3, pp. 372-94.
- Prabowo, MA 2010, 'The Effect of Board Composition on Firm

- Performance in Indonesia', Doctor of Philosophy thesis, Curtin University of Technology
- Puranam, P & Vanneste, BS 2009, 'Trust and governance: Untangling a tangled web', *Academy of Management Review*, vol. 34, no. 1, pp. 11-31.
- Rademakers, MFL 1998, 'Market organization in Indonesia: Javanese and Chinese family business in the jamu industry', *Organization Studies*, vol. 19(6), pp. 1005-27.
- Schulsze, WS, Lubatkin, MH & Dino, RN 2002, 'Altruism, agency, and the competitiveness of family firms', *Managerial and Decision Economics*, vol. 23, pp. 247-59.
- 2003, 'Toward a theory of agency and altruism in family firms', *Journal of Business Venturing*, vol. 18, pp. 473-90.
- Sharma, P 2004, 'An Overview of the Field of Family Business Studies: Current Status and Directions for the Future', *Family Business Review*, vol. 17, no. 1, pp. 1-36.
- Siebels, J-F & Knyphausen-Aufseß, D 2012, 'A Review of Theory in Family Business Research: The Implications for Corporate Governance', *International Journal of Management Reviews*, vol. 14, no. 3, pp. 280-304.
- Soediby, M 2008, *Rahasia Sukses Membangun Bisnis Keluarga*, 1 edn, Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Tagiuri, R & Davis, J 1996, 'Bivalent attributes of the family firm', *Family Business Review*, vol. 9, no. 2, pp. 199-208.
- Tsamenyi, M, Noormansyah, I, Uddin. & Shahzad 2008, 'Management controls in family-owned businesses (FOBs): A case study of an Indonesian family-owned University', *Accounting Forum*, vol. 32, pp. 62-74.

PERAN UNIVERSITAS DALAM PEMBENTUKAN WIRUSAHA BARU

Soepatini

Universitas Muhammadiyah Surakarta

PENDAHULUAN

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, wirausaha sama dengan wiraswasta adalah “orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, dan menyusun pedoman operasi, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya”. Dari definisi ini dapat dipahami bahwa seorang wirausaha harus memiliki karakteristik unggul seperti keberanian mengambil risiko, kreativitas, berorientasi masa depan dan memiliki jiwa kepemimpinan. Karakteristik ini akan memungkinkan seorang wirausaha mampu menjalankan bisnis yang berdampak pada keuntungan finansial bagi dirinya sekaligus memperbaiki kesejahteraan ekonomi dan sosial bagi masyarakat.

Menurut laporan BPS jumlah wirasaha di Indonesia meningkat dari yang sebelumnya hanya sebesar 1,67% menjadi 3,10% dari total jumlah penduduk Indonesia yang saat ini sebanyak 225 juta jiwa (BPS, 2017). Namun demikian jumlah tersebut masih jauh lebih sedikit dibandingkan dengan negara tetangga yang mana rasio wirausaha Singapura 7 %, Malaysia 6 %, Thailand 5 %. Sementara di era ekonomi saat ini bagaimanapun wirausaha dituntut untuk memiliki kemampuan memenuhi permintaan pelanggan era modern ini yang menginginkan produk dan jasa yang lebih *customized* dan *knowledge intensive* (Formica, 2002). Dengan demikian Indonesia perlu untuk menambah jumlah wirausaha yang handal. Para ekonom sepakat bahwa mahasiswa adalah sumber wirausaha yang ideal. Hal ini mengacu

pengalaman negara-negara maju di dunia yang berusaha menyiapkan generasi muda khususnya lulusan perguruan tinggi menjadi wirausaha yang tangguh dan berdaya saing melalui pendidikan dan pelatihan kewirausahaan.

Pemerintahan Indonesia sudah fokus kepada kewirausahaan sejak 1994 (APEC, 2004). Namun demikian, upaya tersebut kurang menunjukkan hasil yang memuaskan yang ditandai oleh masih tingginya tingkat pengangguran, rendahnya daya saing nasional di bidang bisnis, kurangnya *skill entrepreneurship* para lulusan universitas dan buruknya sikap terhadap wiraswasta dan kewirausahaan (Statistics Indonesia, 2009; Purwadi dan Tantra, 2007; APEC, 2004). Melihat pengalaman ini, pada 2009 pemerintah Indonesia mengalokasikan 37 miliar rupiah untuk membentuk mahasiswa wirausaha di pendidikan tinggi. Tujuannya untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam memulai bisnis sehingga ketika lulus tidak mengandalkan pada lowongan di pasar kerja (Kompas, 2009). Namun demikian dari 2.679 universitas swasta di Indonesia dan 82 negeri, Kuswara menemukan hanya beberapa yang memiliki komitmen tinggi pada pendidikan kewirausahaan (Kuswara, 2011).

Muhammadiyah sebuah organisasi keagamaan besar di Indonesia yang memiliki lebih dari 170-an perguruan tinggi sudah semestinya ikut memikul tanggung jawab dalam menyiapkan lulusannya untuk siap menjadi wirausaha yang tangguh. Terlebih lagi organisasi ini lahir dari para wirausaha besar pada masa itu, maka peran ini seharusnya sudah melekat pada setiap civitas akademika. Pada hakikatnya Islam telah menempatkan kewirausahaan dan profesi wirausaha sebagai kegiatan dan karier yang terhormat jika diikuti dengan akidah dan akhlak yang lurus. Tulisan ini ingin mencoba memberikan wawasan tentang bagaimana universitas khususnya yang berada di bawah naungan Muhammadiyah mampu berperan lebih besar dalam penciptaan wirausaha baru yang religius dan berkemajuan.

PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DI UNIVERSITAS

Ada tiga kategori universitas menurut Wissema (2009) yaitu *teaching university*, *research university*, dan *entrepreneurial university*.

Tanggung jawab universitas menciptakan wirausaha dan memberi dampak pada pengembangan ekonomi regional dan nasional muncul ketika universitas sudah mampu melewati fase pertama sebagai sebuah *teaching university* dan fase kedua yaitu *research university*. Pada fase pertama dan kedua evolusi peran universitas, ada beberapa lulusan yang pada akhirnya memilih menjadi wirausaha. Namun demikian proses pembentukan wirausaha ini sangat sedikit sekali campur tangan dari universitas. Keluarga adalah faktor penentu utama terbentuknya wirausaha ini. Sementara itu *entrepreneurial university* memiliki misi utama mendidik mahasiswanya untuk menjadi wirausaha unggul di bidang yang sejalan dengan ilmu yang dipelajari. Dengan demikian desain kurikulum dan atmosfer yang ada disusun sedemikian rupa agar mahasiswa mampu memperoleh pengetahuan dan pengalaman berwirausaha sejak semester pertama. Ketika mereka lulus tidak lagi khawatir tentang pekerjaan. Jika pun mereka tidak langsung berbisnis namun bekerja di perusahaan, langkah ini adalah dimaksudkan untuk mematangkan ide bisnis mereka dan membangun jaringan.

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan di tujuh universitas di Indonesia di mana salah satunya adalah universitas Muhammadiyah, pendidikan kewirausahaan dipandang berbeda dari sisi kedudukannya dalam kurikulum dan tujuan yang diharapkan. Pada universitas dengan kategori *teaching* dan *research university*, pendidikan kewirausahaan hanya diwujudkan dalam satu mata kuliah kewirausahaan jika pun ada tambahan, mahasiswa dengan inisiatif mereka sendiri mengikuti kompetisi-kompetisi kewirausahaan yang diselenggarakan oleh pemerintah atau institusi lain. Dalam universitas tipe-tipe ini, kegiatan kewirausahaan tidak dianggap sebagai suatu kegiatan yang bernilai prestis yang tinggi. Dengan kata lain, *enterprising culture* tidak tumbuh dengan baik dalam lingkungan universitas. Dosen dan mahasiswa yang memiliki semangat kewirausahaan tinggi sering mengeluhkan lemahnya dukungan baik material maupun moral. Dosen merasa tidak ada keleluasaan dalam menerapkan metode belajar yang tepat untuk mata kuliah Kewirausahaan.

Hasil penelitian penulis dan mengacu pada referensi literatur yang ada menunjukkan adanya perbedaan dalam memahami apa itu kewirausahaan. Ada yang meyakini bahwa kewirausahaan adalah

karakter pribadi yang unggul berupa kreatif, percaya diri, pengambilan risiko dan berorientasi masa depan. Kegiatan kewirausahaan tidak harus diwujudkan dalam bentuk menjalankan bisnis. *Entrepreneurial spirit* sangat diperlukan dalam semua jenis pekerjaan. Dosen dan pimpinan universitas dengan cara pandang seperti ini tidak menginginkan mahasiswa terlibat dalam bisnis selama kuliah karena hal ini akan mengganggu dan bahkan menyebabkan mahasiswa memutuskan berhenti kuliah karena sudah demikian mencintai bisnis mereka. Alih-alih belajar bisnis selama kuliah, kreativitas dan sifat unggul lain ditumbuhkan melalui kegiatan-kegiatan PKM dari Dikti. Lulus kuliah dan diterima di perusahaan dan kementerian adalah sesuatu yang membanggakan orang tua dan almamater.

Sementara itu pemahaman tentang apa itu kewirausahaan bagi *entrepreneurial university* adalah memulai dan mengembangkan bisnis yang membawa dampak yang tinggi pada perekonomian. Dengan demikian universitas akan mendorong mahasiswa dengan latar belakang keilmuannya masing-masing menciptakan bisnis yang notabene berbeda dengan pengusaha ekonomi lemah. Perbedaannya pada tingginya kandungan inovasi yang tinggi yang didukung oleh ilmu pengetahuan dan teknologi. Hal ini sejalan dengan definisi kewirausahaan menurut Schumpeter yang akan memberi dampak yang signifikan pada pertumbuhan ekonomi. Sementara menurut Boumol dan Storm (2010), *Entrepreneurial University* akan mempersiapkan lulusannya menjadi *productive entrepreneur* sebagai lawan *unproductive entrepreneur*. Seorang wirausaha unggul selalu berpikir untuk mengelola bisnis yang membawa pertumbuhan dalam industri di mana dia berada bukan hanya sekadar mendapatkan laba untuk dirinya sendiri.

Dalam pengertian kewirausahaan seperti itu, maka lulusan diharapkan bukan hanya memiliki karakter pribadi unggul seperti percaya diri, kreatif namun juga mampu melihat peluang bisnis dan mengeksekusinya ke dalam bisnis dengan pertumbuhan tinggi. Desain kurikulum dan atmosfer yang terbentuk selalu diarahkan pada penciptaan bisnis baru. Menjadi mahasiswa adalah saat yang tepat untuk melakukan eksperimen bisnis. Jurusan apapun yang diambil akan dikombinasikan dengan pengetahuan dan keterampilan bisnis.

Keterampilan menjual menjadi wajib dimiliki semua mahasiswa. Dengan demikian ada perbedaan dalam makna prestasi yang diwakili oleh IPK. Mahasiswa dengan IPK yang tinggi, artinya dia telah mampu menguasai pengetahuan di bidangnya dan mengubahnya menjadi produk yang memiliki nilai yang tinggi bagi konsumen yang ditunjukkan oleh perkembangan bisnis di tahun akhir perkuliahan.

Menjadikan lulusan bukan berhenti hanya menjadi *enterprising* tapi harus *entrepreneurial*. Kelebihannya adalah mereka memiliki kesiapan untuk menjalankan bisnis yang inovatif maupun keberterimaan di perusahaan-perusahaan besar. Hal ini disebabkan adanya tren perusahaan lebih menyukai lulusan yang telah memiliki pengalaman bisnis yang cukup selama kuliah. Perusahaan khususnya perusahaan besar dihadapkan perubahan iklim bisnis yang cepat sebagai akibat dari perubahan teknologi, persaingan dan selera konsumen. Untuk itu kewirausahaan dalam perusahaan atau *intrapreneurship* menjadi isu strategis untuk bertahan dan memenangkan persaingan. Dengan demikian lulusan yang telah diasah pengalamannya selama kuliah otomatis memiliki karakter unggul seperti berani mengambil risiko, kreatif, dan *communication skill* yang mumpuni. Hal ini membuat mereka akan memiliki peluang yang lebih besar untuk diterima di perusahaan-perusahaan yang bonafide. Selain itu terbiasa menjalankan usaha yang berorientasi bisnis akan lulusan lebih mampu berkecimpung pada kegiatan-kegiatan kewirausahaan sosial. Dengan begitu para lulusan juga akan lebih mudah untuk bekerja di instansi pemerintah dan swasta yang bergerak pada pelayanan masyarakat.

Menjadi wirausaha adalah sebuah perilaku yang direncanakan (Ajzen dan Shapero, 1982). *Theory of planned behavior* berguna untuk memahami bagaimana perilaku ini terbentuk. Seseorang ingin menjadi wirausaha jika mereka melihat adanya penerimaan terhadap profesi dan kegiatan kewirausahaan baik itu keluarga, teman, tetangga, dan masyarakat di mana mereka hidup dan bertempat tinggal atau disebut dengan *subjective norm*. Selain tentu saja orang tersebut secara pribadi memiliki sikap atau keyakinan bahwa menjadi wirausaha memiliki banyak kelebihan dari sisi finansial dan sosial. Demikian juga keyakinan yang tinggi terkait keterampilan dalam memulai dan menjalankan bisnis hingga berhasil termasuk di dalamnya akses

pendanaan. Memahami keterkaitan semua faktor yang mempengaruhi terbentuknya wirausaha akan membawa implikasi pada bagaimana kurikulum dan budaya universitas bisa berakibat pada sedikit atau banyaknya wirausaha yang muncul dari lingkungan perguruan tinggi.

Entrepreneurial university memang memiliki visi untuk menciptakan lulusan dengan *entrepreneurial spirit* yang tinggi. Dukungan universitas termasuk lingkungan kampus yang menganggap kegiatan kewirausahaan sebagai sebuah norma sehingga kegagalan berbisnis selama kuliah dianggap sebagai hal yang biasa meskipun di sisi lain keberhasilan bisnis merupakan suatu prestasi yang patut dibanggakan. Yang menarik dari proses perjalanan menjadi wirausaha di sebuah *entrepreneurial university* adalah munculnya mahasiswa yang *reflective practitioner*. Dengan teori-teori yang mereka pelajari di kampus membuat mahasiswa mampu memahami setiap kegagalan dan keberhasilan dari bisnis yang mereka jalani. Hal inilah yang membedakan wirausaha yang berpendidikan dengan yang bukan. Teori tidak berhenti sebagai teori. Teori menghindarkan mahasiswa dari menjalankan bisnis asal-asalan namun juga tidak membuat mereka takut untuk mengambil keputusan bisnis.

Namun harus disadari bahwa membentuk wirausaha bukan hanya terkait dengan kualitas proses belajar mengajar namun juga kualitas input atau calon mahasiswa. *Entrepreneurial university* akan melakukan seleksi bagi calon mahasiswa bukan hanya dari kemampuan akademik mereka namun juga sikap mereka terhadap kewirausahaan dan sifat-sifat kepribadian terutama pengambilan risiko dan kepercayaan diri. Adanya input yang sudah terseleksi dari aspek kewirausahaan ini lebih mempermudah bagi *entrepreneurial university* untuk menciptakan lulusan yang siap berwirausaha atau siap kerja dengan kualitas kepribadian dan *skill* yang siap menjalani peran sebagai *intrapreneur*. Pengalaman berbisnis selama kuliah dengan keberhasilan dan kegagalannya membentuk mereka tidak hanya memiliki karakteristik *enterprising* namun juga *entrepreneurial*.

Berdasarkan literatur yang ada, jarang sekali sebuah universitas langsung berada pada fase *entrepreneurial university*. Ini berarti ada proses transformasi yang harus dilalui dari *teaching* dan *research university* menuju *entrepreneurial university*. Menurut Soepatini

(2014), strategi yang bisa ditempuh oleh *teaching* dan *research university* adalah melakukan *undifferentiated* strategi dalam pendidikan strategi yang maknanya adalah universitas harus fokus pada penciptaan lulusan yang memiliki karakteristik *enterprising* (percaya diri, kreatif, mampu mengambil risiko) melalui kegiatan-kegiatan ekstra kurikuler yang bersifat non bisnis khususnya bagi mereka yang kurang tertarik untuk menjadi wirausaha. Strategi ini bisa digabungkan dengan *differentiated strategy* yaitu melakukan seleksi terhadap mahasiswa yang telah memiliki *entrepreneurial intention* yang tinggi. Kelompok mahasiswa ini diberi perhatian khusus terkait dengan peningkatan *perceived feasibility* dengan penyediaan inkubator bisnis disertai dengan sosialisasi keberadaan dan prestasi bisnis mereka di lingkungan kampus.

Hampir sebagai besar ahli di bidang kewirausahaan sepakat bahwa penumbuhan entrepreneurial spirit harus diawali sedini mungkin khususnya di masa-masa seseorang berada di sekolah menengah. Seseorang yang masuk ke perguruan tinggi sudah membawa *career aspiration* yang sulit untuk diubah. Dengan demikian tugas universitas menemukan mereka yang sudah memiliki *entrepreneurial intention* dan menyediakan sarana dan prasarana belajar yang memungkinkan mereka melakukan eksperimentasi bisnis selama belajar di universitas. Mengacu pada konsep pemasaran, universitas harus melakukan segmentasi pasar pada mahasiswa sejak semester awal yang memungkinkan universitas memberikan perhatian dan dukungan yang khusus bagi calon wirausaha. Dikti sebenarnya sudah menyediakan stimulus pengembangan mahasiswa wirausaha namun bagaimanapun juga hal ini harus diikuti dengan kebijakan masing-masing universitas untuk kegiatan kewirausahaan yang berkesinambungan.

KESIMPULAN

Universitas adalah tempat di mana ilmu pengetahuan dan imajinasi ditumbuhkembangkan. Dengan demikian universitas seharusnya menjadi tempat yang tepat untuk persemaian wirausaha baru yang produktif. Bagi universitas Muhammadiyah, profesi dan kegiatan kewirausahaan bukanlah sesuatu yang asing. Apalagi dengan

adanya kekuatan berupa amal usaha seperti sekolah, rumah sakit dan lain-lain, pembentukan mahasiswa wirausaha bukanlah hal yang sulit. Namun masih jarang ditemukan pernyataan yang eksplisit dan visi misi universitas terkait kewirausahaan. Penggalan kembali nilai-nilai Islam dan Kemuhammadiyah terkait kewirausahaan akan memudahkan universitas Muhammadiyah memiliki konsep yang berbeda terkait *entrepreneurial university*. Bagaimanapun juga harus diakui bahwa konsep apapun tanpa pegangan agama pada akhirnya akan membawa kerusakan. Berhenti hanya pada mendorong mahasiswa berbisnis tanpa dibekali tentang bisnis apa yang sebaiknya dijalankan menurut kaidah agama termasuk proses bisnis yang dijalankan baik dari aspek keuangan, produksi dan pemasaran. Pentingnya memasarkan dan memproduksi barang yang halal termasuk pendanaan yang bebas riba tampaknya menjadi pekerjaan rumah bagi wirausaha muslim alumni universitas Muhammadiyah.

AKSES PEMBIAYAAN LEMBAGA KEUANGAN BAGI UKM

Imronudin

Pendahuluan

UKM mempunyai peran yang sangat penting baik di negara maju maupun di negara-negara berkembang karena UKM memberikan kontribusi yang besar terhadap penyediaan lapangan kerja, dan pendapatan nasional. Menyadari begitu pentingnya peran UKM, pemerintah Indonesia telah menerapkan berbagai kebijakan untuk mendorong pertumbuhan UKM di berbagai sektor ekonomi. Namun demikian, kesulitan UKM dalam mengakses tambahan modal pada tahap awal perkembangannya dan mempertahankan pertumbuhannya masih merupakan masalah yang umum terjadi. Oleh karena itu hadirnya lembaga keuangan baik konvensional maupun yang berbasis syariah diharapkan bisa menjadi alternatif sumber pendanaan bagi UKM. Kehadiran lembaga keuangan syariah menawarkan berbagai instrumen pembiayaan yang berbeda dari lembaga keuangan konvensional. Hal ini menjadi peluang tersendiri bagi UKM untuk memilih skema pembiayaan yang tepat.

Kemampuan untuk mengakses berbagai sumber keuangan merupakan kunci bagi semua tipe bisnis untuk menjamin stabilitas operasinya tak terkecuali usaha kecil dan menengah. Namun demikian seringkali Usaha kecil dan menengah (UKM) menghadapi rintangan yang lebih besar dalam mengakses modal dibandingkan dengan perusahaan besar, terutama dari sumber formal. Hal ini disebabkan karena UKM dipandang lebih berisiko dibandingkan dengan perusahaan besar. Kesulitan untuk mengakses modal merupakan kendala bagi UKM untuk tumbuh dan berkembang.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Ada beberapa definisi UKM yang sering digunakan. Untuk membahas usaha kecil dan menengah perlu adanya pemahaman yang bersifat umum. Klasifikasi perusahaan seperti perusahaan mikro, kecil, dan menengah dapat ditentukan berdasarkan jumlah karyawan, nilai penjualan tahunan, dan juga jumlah aset yang dimiliki. Pengklasifikasian tersebut bisa berbeda-beda antarnegara.

Untuk kasus Indonesia, berdasarkan UU No 20 tahun 2008 dinyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat dikelompokkan menjadi usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Menurut undang-undang tersebut perusahaan di kategorikan berskala kecil jika perusahaan tersebut mempunyai kekayaan bersih antara lima puluh juta sampai dengan lima ratus juta rupiah diluar tanah dan bangunan tempat usaha. Dilihat dari penjualan, perusahaan dikategorikan berskala kecil jika omset penjualannya antara tiga ratus juta sampai dengan dua setengah miliar rupiah per tahun. Perusahaan dikategorikan berskala menengah jika mempunyai kekayaan bersih antara lima ratus juta sampai dengan sepuluh miliar rupiah, atau memiliki omset penjualan per tahun antara dua setengah miliar sampai dengan lima puluh miliar rupiah.

Usaha Kecil dan Menengah memainkan peran penting di sebagian besar negara termasuk Indonesia. Peran penting tersebut berupa kontribusinya terhadap Produk Domesti Bruto (PDB) dan mengurangi kemiskinan melalui penciptaan lapangan kerja. Selain itu UKM juga dianggap sebagai mesin pertumbuhan ekonomi dan inovasi. Menurut data di kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah, jumlah usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia mencapai 57.895.721 unit pada tahun 2013 dan didominasi oleh usaha mikro yang mencakup 57.189393 unit. Jumlah keseluruhan UMKM tersebut mencakup 99,99% dari keseluruhan perusahaan yang ada di Indonesia. Jumlah UMKM sebanyak itu mampu menyerap tenaga kerja sebesar 114.144.082 orang atau 96,99% dari seluruh jumlah pekerja di Indonesia. Meskipun mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 96,99% tetapi kontribusinya terhadap PDB sebesar hanya sebesar 60,34%.

Data terkini mengenai jumlah UMKM pada laman resmi kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah tidak dapat diakses, tetapi menurut Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BPPN), jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia pada 2018 sebanyak 58,97 unit. Peningkatan jumlah UMKM tersebut tentu saja akan meningkatkan jumlah serapan tenaga kerja dan kontribusi yang lebih besar terhadap PDB. Oleh karena itu wajar jika UMKM dianggap sebagai penggerak mesin ekonomi.

Fungsi UKM sebagai mesin penggerak ekonomi didasarkan pada tiga argumen dasar. Pertama, UKM bisa meningkatkan kompetisi dan kewirausahaan; mereka meningkatkan efisiensi ekonomi melalui inovasi dan pertumbuhan produktivitas. Kedua, UKM umumnya lebih produktif daripada perusahaan besar. Namun, lingkungan ekonomi makro yang tidak kondusif berdampak negatif terhadap pengembangan UKM. Ketiga, karena UKM lebih padat karya dari pada usaha besar, semakin besar jumlah UKM, semakin besar penyerapan pekerjaan (Tambunan, 2007).

Pentingnya UKM dapat diperoleh dari kontribusinya terhadap perekonomian sebuah negara. UKM adalah sumber lapangan kerja terbesar, menyediakan mata pencaharian bagi lebih dari 90% tenaga kerja. Kedua, UKM adalah mesin pembangunan ekonomi pedesaan karena sebagian besar dari UKM kegiatan utama bisnisnya berbasis pertanian yang tersebar di seluruh wilayah pedesaan. Ketiga, UKM memproduksi produk untuk pasar domestik, permintaan yang tidak bergantung pada pasar internasional (Tambunan, 2008). Khusus usaha mikro, secara umum didominasi oleh perusahaan wirausaha tanpa mempekerjakan pekerja bayaran. Karakteristik negatif lainnya dari usaha mikro adalah bahwa mereka sering dianggap sebagai usaha dengan tingkat produktivitas rendah, menghasilkan produk berkualitas rendah karena mereka tidak memiliki teknologi dan keterampilan karena kebanyakan dari mereka kurang berpendidikan. Label yang seperti ini merugikan usaha mikro untuk mengakses tambahan modal yang mereka perlukan.

Meskipun UKM dianggap memiliki beberapa karakteristik negatif sebagaimana dikemukakan di atas, namun UKM memiliki

keunggulan yaitu UKM lebih tahan terhadap guncangan krisis ekonomi. Krisis ekonomi yang terjadi di kawasan Asia Tenggara tahun 1998, tak terkecuali Indonesia, memberikan bukti bahwa UKM tetap bertahan dan tumbuh sementara sebagian besar korporasi runtuh selama masa krisis tersebut. Situasi yang kontradiktif ini sudah selayaknya bagi pemerintah untuk menaruh perhatian yang lebih pada penguatan peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam program pembangunan nasional.

Kebijakan Pemerintah untuk Mendukung Pengembangan UKM

Mengingat pentingnya UKM dalam pembangunan ekonomi, pemerintah Indonesia telah merumuskan dan menerapkan berbagai jenis kebijakan dan langkah-langkah yang ditujukan untuk pengembangan sektor UKM (Tambunan, 2007). Pemerintah Indonesia telah melakukan upaya serius untuk mengembangkan UKM sejak 1995 dengan memperkenalkan UU No. 9 tahun 1995 tentang usaha kecil yang mencakup semua sektor ekonomi. Kebijakan ini sejalan dengan Rencana Pembangunan Lima Tahun Keenam atau REPELITA (Rencana Pembangunan Lima Tahun) selama 1994/95-1998/99 yang menekankan pada promosi UKM, terutama bertujuan pada penciptaan lapangan kerja dan peningkatan ketidakseimbangan distribusi pendapatan di seluruh wilayah dan kelompok etnis.

Selama 1974-1994, pemerintah Indonesia memperkenalkan program BIPIK (pengembangan industri kecil). Di bawah program ini, bantuan teknis diperluas ke perusahaan kecil melalui UPT (unit layanan teknis) yang dikelola oleh TPL (petugas lapangan ekstensi). Untuk menjaga pengembangan UKM, pemerintah meluncurkan program serupa yang disebut PIKM (Proyek Pengembangan Usaha Kecil). Dalam praktiknya, program ini tidak dapat berjalan dengan baik karena anggaran (Hayashi, 2002).

Untuk mengatasi kesulitan UKM dalam mengakses modal dari lembaga keuangan formal, pemerintah memperkenalkan kredit bersubsidi yaitu KIK (kredit investasi kecil) dan KMKP (kredit untuk modal kerja) pada tahun 1973 dan melanjutkan skema hingga

1980-an. Sayangnya, program ini tidak berhasil yang ditandai dengan tingkat *default* yang tinggi. Program ini akhirnya dihapuskan pada tahun 1990 dan sebagai gantinya adalah didirikannya skema KUK (kredit usaha kecil) non-subsidi. Selama lima hingga sepuluh tahun terakhir, program kredit utama yang tersedia untuk UKM adalah: 1) skema KUK (kredit usaha kecil), yang mengharuskan bank-bank di Indonesia untuk mengalokasikan 20 % dari pinjaman mereka kepada perusahaan skala kecil; dan 2) Skema Kredit Likuiditas, yang dimulai kembali pada tahun 1998 dan memberikan kredit kepada petani, koperasi, dan UKM.

Pembiayaan Eksternal bagi UKM

Untuk mendukung tumbuh dan berkembangnya UKM diperlukan adanya dukungan permodalan yang bisa diakses oleh UKM. Meskipun ada pendapat yang mengatakan bahwa pertumbuhan dan perkembangan ditentukan oleh gagasan bisnis, inovasi dan kreativitas pengelolanya. Namun demikian perlu disadari bahwa gagasan bisnis dan inovasi tidak dapat diwujudkan tanpa adanya dukungan modal. Ini sejalan dengan temuan yang dikemukakan oleh Beck dan Kunt (Beck and Demircuc-Kunt, 2006) yang mengatakan bahwa kendala utama yang menghambat pertumbuhan UKM adalah sulitnya akses terhadap sumber modal eksternal. Oleh karena itu, pengembangan lembaga hukum dan keuangan memainkan peran penting untuk mengurangi hambatan dalam mengakses keuangan. Banyak bukti yang menunjukkan bahwa pertumbuhan usaha kecil dan menengah lebih baik dari pada perusahaan besar di negara-negara yang memiliki lembaga keuangan yang baik. Oleh karena itu pemerintah harus memberikan dukungan dan bimbingan kepada lembaga keuangan untuk memungkinkan UKM untuk memperoleh dukungan modal dengan memberikan kemudahan untuk memperoleh pembiayaan. Kendala akses keuangan bagi UKM lebih besar lagi terjadi di negara-negara dengan sistem keuangan yang lemah. Hal ini merupakan karakteristik umum yang terjadi di negara berkembang termasuk Indonesia.

Lemahnya lembaga keuangan ditambah dengan biaya transaksi yang tinggi serta adanya asimetri informasi menambah tingginya

financing gap di banyak negara. Istilah *financing gap* menggambarkan tidak dapat diaksesnya keuangan formal (sumber keuangan seperti bank, pasar modal atau pemasok keuangan lainnya) yang pada gilirannya menghalangi UKM untuk bisa memiliki struktur pembiayaan yang optimal. Kondisi *financing gap* ini semakin diperburuk, lebih-lebih bagi UKM, dengan adanya asimetri informasi. Asimetri informasi adalah keadaan di mana informasi yang dimiliki *insider* berbeda dengan *outsider* ketika kedua belah pihak terlibat transaksi. Tentu saja *insider* memiliki informasi yang lebih baik dibandingkan dengan *outsider*. Asimetri informasi muncul ketika *outsider* memiliki kualitas informasi yang kurang bagus ketika menilai sebuah perusahaan dibandingkan dengan *insider*. Dalam konteks relasi *lender* dan *borrower*, asimetri informasi terjadi ketika lembaga keuangan tidak bisa mengakses informasi yang diperlukan untuk menilai risiko calon nasabah. Demikian juga calon nasabah tidak bisa memenuhi informasi yang dibutuhkan oleh lembaga keuangan. Di samping itu *financing gap* juga dipengaruhi oleh adanya keadaan tertentu seperti jumlah tabungan domestik, hukum yang mengatur lembaga keuangan, struktur pasar, dan sistem keuangan.

Untuk merealisasikan kesempatan investasinya, UKM sangat tergantung pada sejauh mana mereka bisa memperoleh tambahan modal untuk membiayai investasi mereka. Sulitnya akses pembiayaan dari lembaga keuangan formal mengakibatkan UKM lebih mengandalkan kredit yang diberikan oleh suplier mereka dengan cara membeli bahan mentah secara kredit. Ini terjadi terutama bagi UKM yang tidak memiliki cukup aset yang bisa digunakan sebagai jaminan (*collateral*). Sumber modal yang berasal dari suplier ini umumnya berjangka pendek dan hanya cukup untuk “menambal” kekurangan modal kerja. Padahal untuk mendukung pertumbuhan usaha tidak cukup hanya tambahan modal kerja tetapi juga modal tetap untuk investasi baru. Banyak temuan yang mendukung pendapat bahwa lemahnya akses terhadap modal eksternal menjadi penghambat bagi pertumbuhan UKM. UKM dengan akses keuangan formal yang lebih baik akan tumbuh lebih cepat dibandingkan dengan UKM dengan kemampuan akses yang lemah terhadap lembaga keuangan formal.

Ketersediaan kredit bagi UKM yang layak (*creditworthiness of SME*) juga dipengaruhi oleh konsentrasi pasar lembaga keuangan. Konsentrasi pasar yang lebih besar dari lembaga keuangan memberikan dampak yang berlawanan bagi pembiayaan UKM. Di satu sisi, konsentrasi pasar yang lebih besar bisa mengurangi akses kredit ketika penyedia dana menggunakan kekuatan pasar yang lebih besar untuk meningkatkan laba dengan mengenakan suku bunga atau biaya pinjaman yang lebih tinggi kepada UKM dan memperketat pengaturan kredit untuk mengurangi risiko. Di sisi lain, konsentrasi pasar yang lebih besar dapat memberikan peluang besar bagi UKM untuk mengakses kredit melalui teknik *relationship lending*. *Relationship lending* terjadi jika terjalin hubungan yang dekat dalam jangka waktu yang lama antara *lender* dan *borrower*. Dengan terbangunnya *relationship lending*, pihak lender sudah mengenal baik keadaan dan karakter peminjam sehingga diperoleh *soft information* untuk mengurangi asimetri informasi. Dengan berkurangnya asimetri informasi, risiko kredit juga akan berkurang, dan kompensasi yang diminta bank untuk menutup risiko tersebut juga menurun yang mengakibatkan margin yang diminta bank juga menurun. Dengan kondisi ini UKM bisa memperoleh modal dengan biaya yang rendah dan mendorong UKM untuk memanfaatkan kesempatan ini menambah kredit untuk membiayai investasinya.

Lembaga keuangan seringkali menilai terlalu rendah ketika memberikan penilaian terhadap aset perusahaan calon peminjam. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi jika terjadi default. Kondisi ini banyak dialami oleh UKM. Dengan demikian umumnya UKM tidak memiliki cukup aset yang bisa digunakan sebagai jaminan. Untuk mengkompensasi potensi kerugian atas pemberian kredit/pembiayaan kepada UKM, lembaga keuangan akan mengenakan bunga pinjaman yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan besar.

Pembiayaan Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Bagi UKM

Kehadiran bank dan lembaga keuangan syariah merupakan solusi alternatif bagi sebagian besar UKM. Umumnya UKM dianggap

berisiko tinggi dan karenanya tidak layak untuk memperoleh pembiayaan dari bank (*unvankable*). Namun demikian fakta menunjukkan keadaan yang berkebalikan dari anggapan tersebut. Krisis ekonomi yang melanda Indonesia tahun 1998 menjadi bukti sejarah kedigdayaan UKM dalam mempertahankan diri menghadapi situasi krisis di mana banyak perusahaan besar mengalami kebangkrutan dan dilikuidasi. Sebaliknya UKM bisa bertahan dan sebagian mencatatkan pertumbuhan. Oleh karena itu sudah selayaknyalah bagi bank dan lembaga keuangan untuk melihat fakta sebagai kesempatan untuk lebih yakin dan berani memberikan pembiayaan kepada UKM, lebih-lebih bank dan lembaga keuangan syariah yang mempunyai skema pembiayaan yang beragam. Dengan beragamnya skema pembiayaan yang dimiliki oleh bank dan lembaga keuangan syariah, UKM diharapkan bisa memilih dan menyesuaikan skema yang cocok dengan kebutuhan modal dan karakteristik usaha yang dimiliki.

Di samping punya skema pembiayaan yang beragam, bank dan lembaga keuangan syariah, paling tidak secara teori memiliki keunggulan dibandingkan dengan bank dan lembaga konvensional. Keunggulan ini akan tampak terutama ketika bank maupun lembaga keuangan syariah menerapkan prinsip *profit and loss sharing* (PLS) dalam menyalurkan pembiayaan kepada nasabahnya. Dengan prinsip ini bank dan nasabah memikul risiko bersama-sama dan berbagi keuntungan dari proyek yang dibiayainya. Dengan prinsip ini, nasabah baru akan membayar kelebihan pinjaman kepada bank jika nasabah tersebut memperoleh untung, karena kelebihan pembayaran di atas pinjaman/pembiayaan merupakan keuntungan yang diperoleh nasabah yang dibagikan kepada bank sesuai dengan nisbah yang disepakati. Sebaliknya, ketika nasabah menderita rugi tidak ada kewajiban bagi nasabah untuk memberikan kelebihan pembayaran di atas nilai pinjaman, bahkan kerugian tersebut ikut ditanggung oleh bank.

Dari gambaran keunggulan tersebut di atas, bank dan lembaga keuangan syariah diharapkan untuk lebih banyak menerapkan prinsip PLS dalam menyalurkan pembiayaan kepada nasabahnya, terutama bagi UKM. Menurut Aggarwal and Yousef (2000) ada beberapa keunggulan konsep PLS dibandingkan dengan bank konvensional

yang berprinsip bunga. Pertama, PLS dianggap lebih adil karena untung dan rugi ditanggung bersama antara peminjam dan pemberi pinjaman, sedangkan bank konvensional yang berprinsip bunga menetapkan beban tetap kepada nasabahnya tanpa memandang usahanya untung atau rugi. Kedua, PLS berbeda dengan prinsip bunga di mana bank konvensional lebih menekankan pada kemampuan nasabah untuk mengangsur (salah satunya karena asetnya besar), sedangkan bank syariah lebih menekankan pada kelayakan usaha nasabahnya. Oleh karena itu penerapan PLS ini akan mendorong efisiensi alokasi sumber daya karena pembiayaan akan lebih diarahkan pada proyek-proyek yang produktif. Yang ketiga prinsip PLS dipandang mampu menstabilkan ekonomi dibandingkan dengan sistem perbankan berbasis bunga. Keuntungan lain dari prinsip PLS adalah bahwa prinsip ini memungkinkan bank syariah untuk memberikan pembiayaan dalam jangka panjang sehingga pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan ekonomi.

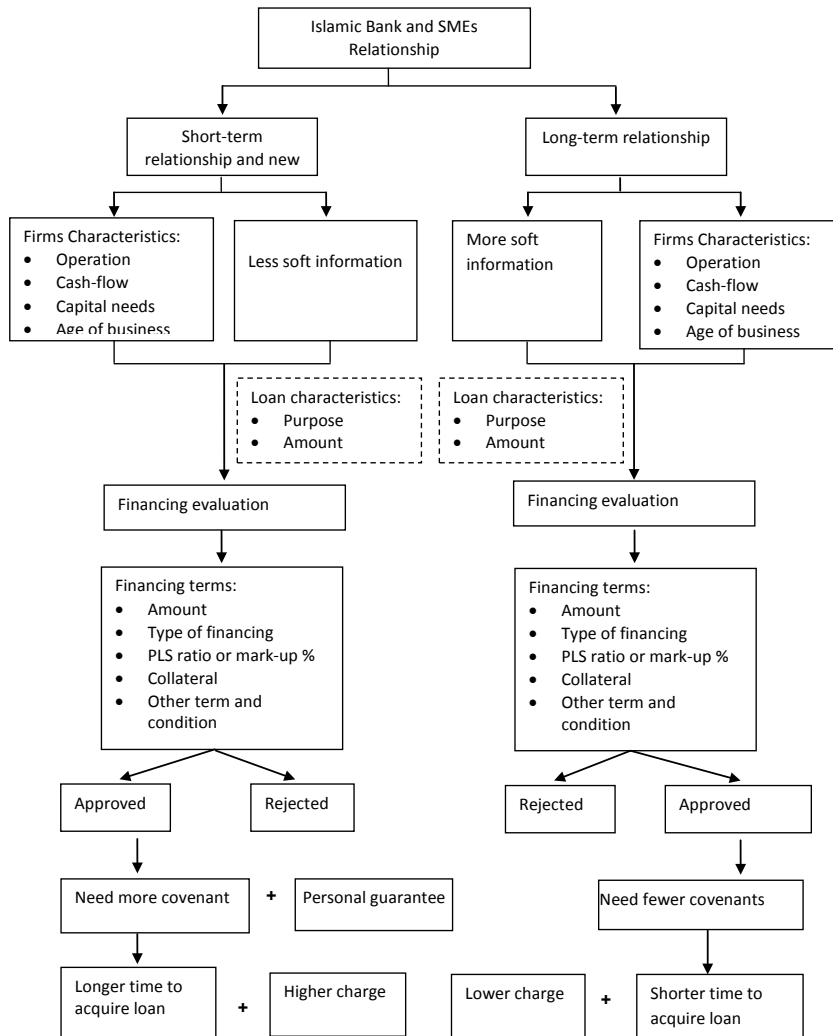
Model Konseptual Pembiayaan Bank Syariah Bagi UKM

Sebagaimana sudah disinggung di depan bahwa salah satu cara untuk mengurangi asimetri informasi adalah dengan membangun hubungan jangka panjang antara nasabah dengan bank atau lembaga keuangan syariah. Dengan terbangunnya hubungan jangka panjang ini, lembaga keuangan syariah akan bisa memperoleh soft informasi yang tidak mungkin diperoleh melalui hard information seperti laporan keuangan. *Soft information* tersebut misalnya nasabah yang pada bulan tertentu tidak bisa mengangsur karena ada keperluan mendadak yang berupa pembayaran SPP anaknya dan banyak keperluan tak terduga lainnya. Membangun hubungan jangka panjang antara bank dengan nasabah tersebut sering disebut sebagai *relationship lending*. Model penilaian nasabah melalui *relationship lending* bisa diilustrasikan pada gambar 1.

Dari gambar tersebut terlihat bahwa hubungan antara nasabah dengan bank dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori; yaitu *short-term* dan *long-term relationship*. Pelanggan baru dan pelanggan

potensial termasuk dalam kategori hubungan pendek karena bank tidak memiliki *soft information* yang memadai tentang mereka. Hubungan ini dapat mempengaruhi bank dalam membuat keputusan pembiayaan melalui *soft informasi* yang diperoleh tentang perusahaan. Informasi semacam ini sangat penting dalam mengevaluasi proposal pembiayaan, terutama untuk UKM, mengingat fakta bahwa bank mengandalkan *soft information* ketika berhadapan dengan perusahaan kecil untuk mengatasi asimetri informasi (Agarwal dan Hauswald, 2006; Bouslama, 2014; Ramlee dan Berma, 2013).

Dengan demikian, keberhasilan proposal pembiayaan tergantung pada karakteristik pemohon yang melibatkan kombinasi karakteristik perusahaan, karakteristik pinjaman, *soft information* yang diperoleh dan persyaratan pembiayaan. Namun demikian, kemampuan, pengetahuan dan pengalaman petugas bank juga memainkan peran penting dalam menentukan hasil aplikasi pinjaman (Feakins, 2004). Selain itu, senioritas dan wewenang petugas bank juga memiliki implikasi penting bagi keberhasilan pinjaman atau tidak (Canales dan Nanda, 2008). Setelah mengevaluasi proposal pembiayaan, petugas bank dapat menyetujui atau menolaknya. Jika proposal disetujui, pemohon yang memiliki hubungan jangka panjang dengan bank akan segera mendapatkan pembiayaan. Mungkin juga bagi bank untuk mengenakan suku bunga yang lebih rendah untuk klien dengan hubungan yang panjang dan baik. Hal ini karena melalui *soft information* yang diperolehnya memungkinkan bank untuk mengukur risiko nasabah. Sebaliknya, bank membutuhkan lebih banyak jaminan dan perlu lebih banyak waktu untuk mengevaluasi pemohon yang mempunyai hubungan jangka pendek. Sulit untuk memprediksi pembayaran di masa depan dari mitra hubungan singkat, karena bank memiliki rekam jejak yang terbatas. *Default* pembayaran dapat berasal dari ketidakmampuan maupun moral hazard dari klien. Oleh karena itu, bank mungkin memerlukan jaminan pribadi untuk menyelesaikan kemungkinan itu.



Source: penulis

Gambar 1 Model Pembiayaan Bank Syariah bagi UKM

Dari uraian di atas, jelas bahwa bank dapat memperlakukan pengusaha dengan hubungan panjang berbeda dari mereka yang memiliki hubungan jangka pendek. Ini menunjukkan bahwa *soft information* memiliki nilai penting bagi bank dalam membuat keputusan pembiayaan, terutama untuk UKM. *Soft informasi* hanya dapat diperoleh melalui hubungan antara bank dan pelanggan.

Semakin lama hubungannya, semakin banyak soft information yang dapat diperoleh. Ini sangat penting bagi bank ketika berhadapan dengan UKM, karena mereka biasanya kekurangan *hard information* yang valid yang dapat diandalkan.

Kesesuaian Produk-Produk Pembiayaan Syariah Bagi UKM

UKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi, dalam hal penciptaan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan dan menstabilkan pendapatan rumah tangga.

Namun diakui oleh para pembuat kebijakan dan akademisi di banyak negara bahwa akses terhadap keuangan formal sangat sulit bagi *start-up* dan UKM.

Umumnya, pada tahap awal perkembangan bisnis UKM mengakses keuangan dari sumber-sumber informal. Setelah lama beroperasi dan diakui keberadaannya barulah bisnis tersebut dipercaya oleh lembaga keuangan untuk memperoleh pinjaman. Sekitar 75 - 90 % UKM di kawasan ASEAN bergantung pada taungan pribadi, laba ditahan, pinjaman dari keluarga, kerabat, dan pemberi lembaga pemberi pinjaman informal. Sedangkan sebesar 3 -18 % mengakses keuangan sektor formal, seperti bank, modal ventura, dan pasar modal (RAM Consultancy Services Sdn. Bhd, 2005). Bisnis pemula menghadapi rintangan dalam mengakses keuangan formal. Kehadiran bank dan lembaga keuangan syariah alternatif sumber keuangan yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan modal. Jika bank-bank syariah besar melayani nasabah besar, maka bank syariah berukuran kecil seperti bank pembiayaan syariah (BPRS) menjadi sumber pembiayaan yang sesuai bagi UKM karena umumnya BPRS melayani pembiayaan dalam skala kecil dan menengah. Bagi usaha mikro ada lembaga keuangan mikro yang mendasarkan operasinya dengan prinsip syariah yaitu Baitul Maal Wattanwil (BMT). Muhammadiyah sendiri mendirikan lembaga serupa yang dikenal dengan sebutan BTM (Baitul Tanwil Muhammadiyah).

Bank dan lembaga keuangan syariah bekerja berdasarkan prinsip syariah dalam menyalurkan pembiayaannya. Hal ini didasarkan pada ayat alqur'an surah Albaqoroh ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ
وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ
إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٥٧٢

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya (Al Baqoroh, 275).

Ayat tersebut mempertegas bahwa Allah SWT melarang setiap transaksi yang didasarkan riba. Larangan yang lebih keras lagi disebutkan dalam Alquran surat Albaqoroh ayat 279:

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ
أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ٩٧٢

Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertobat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya (Al Baqoroh, 279).

Dengan bekerja berdasarkan prinsip syariah, bank dan lembaga keuangan Islam masih mempunyai fleksibilitas dalam melayani kebutuhan pembiayaan bagi nasabahnya. Secara garis besar ada yang mengelompokkan skema pembiayaan bank syariah menjadi dua yaitu prinsip *profit and loss sharing* dan prinsip *margin* atau *mark-up*. Ada juga yang mengelompokkan skema pembiayaan ini menjadi tiga yaitu *sale-based instrument*, *lease-based instrument*, and *partnership-based instrument*.

Instrumen pembiayaan berbasis penjualan (*sale-based instrument*) terdiri dari *salam* dan *istisna*. *Salam* adalah pembelian barang dengan jumlah dan kualitas tertentu yang pembayarannya dilakukan dimuka. *Salam* ini biasanya dilakukan dalam transaksi barang-barang hasil pertanian dan perkebunan. Sedangkan *istisna* merupakan pembelian produk manufaktur di mana satu pihak membeli barang dan pihak lain berjanji untuk membuatnya sesuai dengan spesifikasi yang disepakati. Adapun instrumen pembiayaan berbasis kemitraan terdiri dari kontrak *musharakah* dan *mudharabah*. Sedangkan instrumen berbasis sewa adalah *ijara* (kontrak sewa).

Bai salam adalah salah satu kontrak pembiayaan syariah paling populer di sektor pertanian. Ini adalah kontrak penjualan di mana pengiriman komoditas terjadi pada beberapa tanggal di masa depan dengan imbalan harga yang dibayar di di depan. Penggunaan jenis kontrak ini dapat ditelusuri kembali pada masa kenabian. Nabi Muhammad SAW mengizinkan petani untuk menjual produk pertanian yang tidak dibudidayakan atas dasar pengiriman yang ditanggungkan, di mana pembeli melakukan pembayaran penuh pada hari pertama dan mengirimkan produk ketika sudah siap. Tujuan dasar dari kontrak ini adalah untuk memenuhi kebutuhan para petani kecil yang memerlukan uang tunai untuk menanam tanaman mereka dan memberi makan keluarga mereka sampai waktu panen. Jenis kontrak ini bermanfaat bagi kedua belah pihak. Dengan membuat kontrak *bai salam*, penjual/petani menerima uang tunai di muka yang dapat digunakan untuk biaya operasi pertanian, sementara pembeli biasanya membayar komoditas dengan harga lebih rendah (Kaleem and Abdul Wajid, 2009). Selanjutnya, dengan menggunakan *bai salam* paralel, bank Islam menjual hasil panen kepada perusahaan penggilingan padi

di mana harga jualnya setara dengan harga pokok barang (ditambah margin). Dalam hal ini, pemilik penggilingan padi mendapat manfaat dalam bentuk kontinuitas pasokan bahan baku (hasil panen). Jika petani mengalami kegagalan panen dan dia tidak bisa mengirim panen ke bank syariah, bank syariah akan menanggung risiko menerima panen. Untuk memperkecil risiko, ada tiga solusi yang bisa diusulkan. Pertama, jika petani hanya bisa mengirimkan hasil panen setengah dari jumlah yang disepakati, maka petani harus mengembalikan setengah dari uang itu kembali ke bank. Kedua, petani dapat meminta bank syariah untuk menunda pengiriman sisa kuantitas sampai panen berikutnya. Ketiga, petani dapat membeli tanaman dari petani lain dan kemudian mengirimkannya ke bank Islam.

Kontrak pembiayaan *murabahah* adalah pembiayaan paling populer yang digunakan oleh bank-bank syariah di seluruh dunia. *Murabahah* lebih disukai karena sebagian besar pembiayaan yang disediakan oleh bank syariah diarahkan untuk pembiayaan perdagangan dan modal kerja. Mudarabah terutama digunakan untuk pembelian barang untuk pengiriman segera dengan pembayaran harus diselesaikan di kemudian hari baik secara sekaligus atau dalam bentuk angsuran. Berbagai aset dapat digunakan berdasarkan kontrak *murabahah*, termasuk bahan baku dan barang untuk dijual kembali. Berdasarkan kontrak ini, UKM bisa membeli beberapa bahan mentah dan peralatan yang mereka butuhkan untuk menjalankan bisnis mereka. Keuntungan UKM menggunakan kontrak ini adalah bahwa kontrak ini tidak memerlukan transparansi laporan keuangan UKM. Bank syariah hanya perlu memastikan bahwa pemilik UKM yang akan dibiayai melalui kontrak ini harus dapat melakukan pembayaran kembali.

Ijara/leasing, dianggap sebagai instrumen terpopuler kedua setelah *murabahah* di bank syariah. Seperti halnya *leasing* konvensional, *ijara* adalah penjualan untuk mendapatkan keuntungan (hak untuk menggunakan barang) selama periode tertentu. *Ijara* adalah kontrak di mana bank membeli dan menyewakan aset atau peralatan yang diperlukan oleh klien. Tanggung jawab untuk pemeliharaan terletak pada *lessor* yang dalam hal ini adalah bank syariah. Dengan demikian, kontrak *Ijara* memungkinkan UKM untuk menggunakan manfaat

aset dari penyedia tanpa menanggung risiko pemeliharaan. Membeli aset tetap membutuhkan modal dalam jumlah besar yang biasanya sulit dipenuhi oleh UKM. Instrumen pembiayaan *ijara* memungkinkan UKM untuk menggunakan aset tetap tertentu tanpa membelinya. Sebagai gantinya, UKM perlu membayar pembayaran sewa secara berkala.

Fitur kontrak *ijara* dapat dilihat dari aturannya. Pertama, dalam pembiayaan *ijara*, semua kewajiban kepemilikan ditanggung oleh lessor, karena properti yang disewakan tetap menjadi milik penyedia. Kedua, periode sewa harus ditentukan dengan ketentuan yang jelas pada saat kontrak. Ketiga, UKM sebagai penyewa harus membayar sewa kepada lessor. Keempat UKM harus bertanggung jawab atas kerusakan aset sewaan yang disebabkan oleh penyalahgunaan atau kelalaian. Aset sewaan harus tetap berada dalam risiko lessor selama periode sewa jika digunakan dalam kondisi operasional normal. Dengan demikian, penggunaan pembiayaan *ijara* memberi peluang bagi UKM untuk menggunakan layanan penuh atas aset tetap tanpa membeli aset tersebut selama penggunaan aktiva tetap tersebut berjalan dalam operasi normal. Sebaliknya, sebagai penyewa, UKM harus bertanggung jawab untuk memperbaiki properti sewaan jika mereka melakukan kesalahan yang dapat menyebabkan kerusakan.

Kontrak berikutnya yang dapat digunakan oleh UKM adalah kontrak *musharakah*. Kontrak pembiayaan ini merupakan kontrak berdasarkan prinsip *partnership*. *Musharakah* adalah salah satu bentuk kontrak pembiayaan syariah yang dikenal dengan prinsip bagi laba atau profit and loss sharing (PLS). Dalam kontrak ini dua atau lebih pihak dapat terlibat, dan biasanya masing-masing menyediakan keahlian dan keterampilan serta modal. Karena pemilik UKM umumnya dipandang sebagai entitas bisnis yang memiliki kekurangan tidak hanya pembiayaan tetapi juga beberapa keterampilan, dengan menggunakan kontrak *musharakah* masing-masing pihak dapat berbagi keterampilan dan keahlian yang berbeda seperti keterampilan manajemen, layanan konsultasi. Dengan demikian, dengan masuk ke dalam kontrak ini, UKM mendapatkan keterampilan baru dari pihak lain. Dalam hal ini, bank syariah dapat membantu UKM dengan menyediakan manajemen keuangan sederhana seperti pelatihan

menyusun laporan keuangan atau keterampilan manajemen lainnya. Adalah mungkin bagi salah satu mitra untuk hanya menyediakan modal dan dia menjadi mitra pasif (*sleeping partner*), tetapi akan lebih menguntungkan bagi UKM jika mereka mendapatkan lebih banyak keterampilan dari mitra lain jika mitra lain tidak hanya menyediakan modal tetapi juga terlibat dalam bisnis. Jelaslah bahwa fitur fleksibilitas kontrak memungkinkan setiap mitra untuk terlibat dalam proyek. Setiap individu memiliki keterampilan, pengetahuan, dan bahkan modal yang berbeda, yang pada gilirannya meningkatkan peluang bagi UKM untuk terlibat dalam berbagai proyek. Bank syariah harus mempromosikan penerapan kontrak *musharakah*. Pertama, kontrak ini didasarkan pada PLS yang lebih adil dan hanya untuk bank syariah dan peminjam. Kedua, kontrak *musharakah* memungkinkan bank syariah mengendalikan bisnis yang dibiayai karena dengan kontrak ini memungkinkan manajer bank syariah terlibat dalam bisnis yang dibiayai.

Dalam kontrak *musharakah*, selain membagikan keuntungan kepada pemberi pinjaman, pengusaha harus mengembalikan modal pokok di akhir kontrak. Namun, memberikan prinsip pinjaman dalam satu waktu dapat menyebabkan kesulitan keuangan bagi UKM. Oleh karena itu, jenis *musharakah* ini harus dimodifikasi untuk memenuhi kebutuhan UKM. Kontrak ini disebut *musharakah mutanaqisshah* atau *deminishing contract* (Obaidullah and Latiff, 2008). *Musharakah mutanaqisshah* adalah varian dari kontrak *musharakah* di mana satu pihak secara bertahap membeli seluruh bagian dari properti. Pembeli dalam kontrak ini secara bertahap akan memiliki bagian yang lebih besar dari usaha patungan dan sebagai akibatnya, bagian mereka dari modal meningkat. Dengan menggunakan kontrak pembiayaan ini, UKM akan mendapat manfaat berupa kepemilikan seluruh properti di akhir kontrak.

Kontrak pembiayaan berbasis *partnership* lainnya adalah *mudarabah*. Instrumen pembiayaan ini ideal dari sudut pandang UKM karena umumnya mereka tidak memiliki modal yang cukup. Pembiayaan *mudarabah* memberikan beberapa keuntungan bagi UKM. Pertama, tidak seperti mendapatkan pinjaman dari bank konvensional, UKM yang terlibat dalam kontrak *mudarabah* tidak

perlu melakukan pembayaran bunga yang jatuh tempo setiap tahun. Sebaliknya, pembayaran yang dilakukan ke bank syariah berasal dari keuntungan. Dengan demikian, tidak ada kewajiban bagi UKM untuk melakukan pembayaran ke bank syariah jika mereka tidak mendapatkan laba selama tahun yang sama. Pemilik UKM akan melakukan pembayaran jika dan hanya jika mereka menerima keuntungan. Selain itu, Bank syariah tidak dapat menyita atau mengambil tindakan hukum jika tidak ada keuntungan dan karenanya tidak ada yang dibagikan. Oleh karena itu, menggunakan pembiayaan mudarabah tidak meningkatkan risiko perusahaan seperti halnya pembiayaan utang melalui peningkatan leverage keuangan perusahaan.

Dalam kontrak Mudarabah, bank bertindak sebagai *robul mall* (pemilik dana) sementara pemilik UKM bertindak sebagai *mudarib* (agen yang mengelola dana yang disediakan oleh bank). Berdasarkan kontrak ini, bank menyediakan dana 100% sementara UKM menyediakan waktu dan tenaga mereka. Ini berarti bahwa bank sebagai pemegang saham perusahaan dengan menyediakan keuangan kepada pengusaha. Dalam hal ini kedua belah pihak sepakat untuk berbagi laba, berdasarkan pada rasio laba yang telah ditentukan di bagian awal kontrak. Dalam kasus kerugian, bank menanggung semua risiko keuangan sedangkan kerugian UKM adalah waktu dan usaha. Untuk meringankan beban UKM di akhir kontrak, pembayaran pembiayaan dapat disusun secara angsuran. Awalnya, bank dapat memiliki 100% saham, tetapi karena setiap angsuran dilunasi, UKM membeli kembali saham tersebut. Bagian bank berkurang secara bertahap sejalan dengan pembayaran yang diterima, yang pada gilirannya mengurangi laba nominal yang dibagi dengan bank. Sebaliknya, berdasarkan nisbah laba yang sama, UKM memperoleh lebih banyak keuntungan secara bertahap seiring dengan meningkatnya bagian mereka dalam ekuitas. Karena bank syariah akan sepenuhnya menanggung risiko dana yang diinvestasikan dalam kontrak mudarabah, bank syariah akan menerapkan kontrak ini dengan pemilik UKM jika mereka memiliki hubungan dekat dan panjang dengan bank. Berdasarkan hubungan ini, kepercayaan antara pemilik UKM dan bank syariah akan mengurangi risiko. Oleh karena itu, hubungan bank dan perusahaan jangka panjang bermanfaat

terutama bagi perusahaan-perusahaan berisiko tinggi seperti UKM (Peltoniemi, 2007).

Kesimpulan

UKM mempunyai peran yang sangat penting dalam perekonomian sebuah negara. Hal ini dibuktikan dengan kontribusinya terhadap PDB yang mencapai lebih dari 60%. Dari sisi penyediaan lapangan kerja, UKM lebih penting lagi karena UKM mampu menyerap lebih dari 90% tenaga kerja. Namun demikian UKM menghadapi kendala klasik berupa sulitnya mengakses modal dari bank dan lembaga keuangan formal terutama pada tahap-tahap awal. Hal ini disebabkan karena UKM dipandang sebagai entitas bisnis yang memiliki risiko tinggi. Di samping tidak cukupnya aset yang bisa dijadikan jaminan kredit, keberadaan asimetri informasi cukup tinggi di sektor UKM. Kehadiran bank dan lembaga keuangan syariah menjadi solusi alternatif kelemahan UKM yaitu dengan menyediakan berbagai skema pembiayaan yang bisa dipilih sesuai dengan karakteristik bisnis UKM. Yang lebih penting lagi adalah bank dan lembaga keuangan syariah ini harus menerapkan *relationship banking* dalam menyalurkan pembiayaannya kepada UKM yaitu menjalin hubungan baik dalam jangka panjang yang berfungsi untuk mendapatkan soft information dan pada gilirannya mengurangi asimetri informasi. Jika ini terwujud, maka *financing gap* yang sering dialami oleh UKM bisa diatasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, S., Hauswald, R., 2006. Distance and information asymmetries in lending decisions. Wash. DC Am. Univ.
- Aggarwal, R.K., Yousef, T., 2000. Islamic banks and investment financing. J. Money Credit Bank. 93–120.
- Beck, T., Demirguc-Kunt, A., 2006. Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint. J. Bank. Finance 30, 2931–2943.
- Bousslama, G., 2014. Bank's Organizational Characteristics and SME

- Lending: New Reading Through Organizational Architecture Theory. *J. Account. Finance* 2158-3625 14.
- Canales, R., Nanda, R., 2008. Bank structure and the terms of lending to small businesses. Harvard Business School.
- Feakins, M., 2004. Commercial bank lending to SMEs in Poland. *Small Bus. Econ.* 23, 51–70.
- Kaleem, A., Abdul Wajid, R., 2009. Application of Islamic banking instrument (Bai Salam) for agriculture financing in Pakistan. *Br. Food J.* 111, 275–292.
- Obaidullah, M., Latiff, H.S.H.A., 2008. Islamic finance for micro and medium enterprises. *Islam. Finance Micro Medium Enterp. Islam. Res. Train. Inst. Islam. Dev. Bank Cent. Islam. Bank. Finance Manag. Univ. Brunei Darussalam Darussalam* 1–13.
- Peltoniemi, J., 2007. The benefits of relationship banking: Evidence from small business financing in Finland. *J. Financ. Serv. Res.* 31, 153–171.
- RAM Consultancy Services Sdn. Bhd, 2005. SME access to financing: addressing the supply side of SME financing. Regional Economic Policy Support Facility, ASEAN-Australia Development
- Ramlee, S., Berma, B., 2013. Financing gap in Malaysian small-medium enterprises: A supply-side perspective. *South Afr. J. Econ. Manag. Sci.* 16, 115–126.
- Tambunan, T., 2008. SME development, economic growth, and government intervention in a developing country: The Indonesian story. *J. Int. Entrep.* 6, 147–167.
- Tambunan, T., 2007. Entrepreneurship development: SMES in Indonesia. *J. Dev. Entrep.* 12, 95–118.

MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH

Wiyadi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pendahuluan

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (QS. An.Nisa: 29). Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu (dalam berbuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu (QS. Al-Baqarah: 148). Kedua ayat ini menjadi bukti bahwa Allah melarang persaingan bisnis yang menjatuhkan orang lain. Karena hal itu tergolong kedalam mengambil harta sesame dengan jalan kebatilan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan suatu usaha yang dibentuk untuk kepentingan masyarakat kecil dan menengah dalam meningkatkan taraf hidup mereka. UMKM juga berperan dalam perkembangan perekonomian suatu Negara. Menurut UU No.20 Tahun 2008, UMKM adalah usaha produktif milik perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam perundang-undangan ini.

Menurut Pratama (2015), UMKM menjadi tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan untuk mengurangi permasalahan kemiskinan dan pengembangannya mampu memperluas basis

ekonomi serta dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional.

Di era globalisasi dan tingginya persaingan UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang semakin membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia (Sudaryanto dalam Pratama, 2015).

Selama ini usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sering masih dianggap sebelah mata oleh sebagian masyarakat. Padahal UMKM ini merupakan salah satu sektor yang banyak berkontribusi dalam membantu mengatasi berbagai permasalahan ekonomi secara nasional di Indonesia, terutama dalam pembentukan produk domestik bruto (PDB), dan penyerapan tenaga kerja. Eksistensi UKMM Indonesia diharapkan mampu bersaing dengan UKM negara-negara lain di ASEAN. Oleh sebab itu, keberadaan sektor UMKM harus dipahami, diperbaiki, dan dicarikan terobosan baru.

Tulisan ini membahas tentang pendahuluan, pemahaman dan faktor penentu daya saing, peran strategis UMKM, permasalahan UMKM, pemberdayaan UMKM, peningkatan daya saing UMKM, dan penutup.

Pemahaman dan Faktor Penentu Daya Saing

Teori daya saing telah mengalami perkembangan mulai dari teori klasik hingga teori modern. Teori klasik meliputi: teori Merkantilisme, teori keunggulan absolut (Adam Smith 1776), teori keunggulan komparatif (Ricardo 1817), teori faktor bekal hidup (Heckscher 1949; Ohlin 1933), teori paradoks (Leontief 1953), teori kesamaan negara (Linder 1961), teori siklus hidup produk (Vernon 1966), dan teori skala ekonomi (Krugman 1979; Lancaster 1979). Teori modern terbagi menjadi teori model diamond Porter, model diamond ganda yang digeneralisasi, model sembilan faktor dan model tahap baru pembangunan ekonomi.

Daya saing adalah sebuah konsep yang menarik dan memiliki berbagai perspektif yang berbeda (Nelson 1992). Daya saing merupakan sebuah konsep multidimensi. Konsep daya saing memiliki perspektif keunggulan komparatif yang berbeda (Waheeduzzaman dan Ryabs 1996). Ada daya saing dalam perspektif harga, perspektif strategi dan manajemen serta perspektif sejarah dan sosio kultural.

Dalam perspektif harga, keunggulan kompetitif dinyatakan oleh harga jual perusahaan yang lebih murah dibanding dengan perusahaan lainnya. Dalam perspektif strategi dan manajemen, sumber-sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan meliputi: keterampilan tenaga kerja, nilai aset, aliran kas, modal atau investasi, manusia, strategik dan non-personal, struktur organisasi, organisasi lingkungan yang dihadapi dan berbagai variabel khusus khas perusahaan seperti: kompetensi inti, peniruan produk, informasi, sistem intelijen, nilai tambah perusahaan, dan kualitas (Day dan Wensley 1988; Yip 1989; Porter 1985, 1990, 1999; Grant 1991; D. Cruz dan Rugman 1993; Mahoney dan Pandanion 1992; Powell, 1992a, 1992b; Mathur 1992; Williams 1992; Porter dan Millar 1985; dan Mahmoud *et al.* 1992). Dalam perpektif sejarah, politik, dan kultural, daya saing dipengaruhi oleh: iklim, moral, kekuatan/kekuasaan, dan nilai budaya meliputi: *power distance indicator*, individual dan kedisiplinan moral (Hofstede 1980, 1983; Kennedy 1987; Hofstede dan Bond 1988; Aakers 1989; Franke *et al.* 1991)

Menurut Buckley, P.J. et.al. (1988) daya saing mencakup dua istilah yaitu efisiensi dan efektifitas. Daya saing adalah kemampuan sebuah perusahaan dalam menghadapi persaingan internasional dalam jangka panjang (OECD, 1996). Daya saing adalah keberhasilan sebuah industri di peringkat internasional karena memiliki keunggulan komparatif yang lebih baik dibanding pesaing-pesaingnya di seluruh dunia (Porter, 1990). Daya saing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh laba, dengan mempertahankan dan meningkatkan market share di pasar produk akhir (Van Dijk, 2000). Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa daya saing adalah sebuah konsep yang berkaitan dengan kemampuan perusahaan menghadapi tantangan, memperoleh prestasi, dan efisiensi melalui keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif. Sebuah

perusahaan dinyatakan berdaya saing jika ia mampu menghasilkan produk yang lebih berkualitas pada harga yang sama atau pada kualitas yang sama dengan harga yang lebih murah dibanding pesaing domestik ataupun pesaing internasional. Jadi daya saing UMKM adalah kemampuan bersaing dalam mengelola usaha secara berkelanjutan untuk memperoleh *return*, *market share*, dan hasil penjualan baik di pasar domestik ataupun pasar internasional dengan memanfaatkan sumber daya secara efektif dan efisien.

Berdasarkan model dari Buckley *et al* (1998, p.175-200), daya saing dianggap sebagai proses yang berkelanjutan, tidak hanya kinerja yang dihasilkan, tetapi juga proses untuk melakukannya. Untuk meningkatkan daya saing, UMKM harus memiliki kemampuan berkompetisi. Untuk mencapai kinerja yang sangat baik, UMKM harus mempertimbangkan beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja. Beberapa studi yang disebut kemampuan kompetitif adalah faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM atau keberhasilan atau bisa disebut sebagai Faktor-faktor Kunci Keberhasilan (*Key Success Factors/KSFs*) atau Faktor-faktor Kritis Keberhasilan (*Critical Success Factors/CSFs*).

Watson *et al.* (1998, p.217-238) menjelaskan bahwa faktor keberhasilan adalah faktor penting dalam mempengaruhi hasil bisnis. Chawla *et al* (2007, p. 1) mendefinisikan CSFs sebagai peristiwa, situasi, kondisi, atau kegiatan yang membutuhkan perhatian khusus karena signifikansi CSFs dapat dapat membantu dalam penciptaan usaha kecil, dalam segi pengambilan keputusan, dalam fokus persepsi, dalam perencanaan, dan pengorganisasian. Beberapa pihak lain menyebut daya saing sebagai faktor kompetitif.

Daya saing yang tinggi juga sangat diperlukan dalam kondisi bersaing dengan pasar global seperti dengan adanya implementasi Masyarakat Ekonomi Asean. Kondisi ini akan memberikan tantangan namun juga dapat memperoleh peluang, sehingga UMKM dituntut untuk meningkatkan daya saingnya. Susilo (2012) menyatakan bahwa kunci utamanya adalah UMKM itu sendiri khususnya pemilik UMKM dengan dukung an para pekerjanya.

Secara umum daya saing lebih difokuskan pada kemampuan menjual produk yang memberikan keuntungan. UMKM dinyatakan

berdaya saing jika mereka mampu menyediakan produk dengan kualitas sama dengan harga lebih rendah atau menentukan harga yang sama dengan kualitas yang lebih baik dibanding pesaingnya. Memahami kemampuan untuk menjual merupakan tujuan utama dari teori produsen dan teori perdagangan.

Teori produsen menyatakan bahwa sebuah perusahaan berupaya memaksimalkan laba dengan mempertimbangkan hambatan teknik terhadap fungsi produksinya dan menentukan hasil penjualan sebagai wujud dari daya saing. Jika ada peluang yang menguntungkan, ia akan berupaya meningkatkan produksi dan hasil penjualannya. Teori ini juga menjelaskan, bahwa untuk memperoleh laba dan meningkatkan hasil penjualan, ia perlu kemampuan untuk menentukan biaya per unit produk di bawah harga pasar. Oleh sebab itu biaya merupakan faktor penentu utama daya saing. Sebaliknya dalam teori perdagangan, faktor penentu utama daya saing meliputi perbedaan dalam teknologi, tingkat *return*, distorsi harga, dan lain-lain. Berbeda dengan konsep daya saing menurut Cho (2003) daya saing sebuah perusahaan ditentukan pula oleh biaya pasar, kelayakan akademik, produktivitas, sumber daya alam, dan kebijakan ekonomi sebuah negara.

Berdasarkan pernyataan di atas, daya saing memiliki makna (1) penyediaan sumber dan keterampilan yang diperlukan untuk keunggulan bersaing, (2) informasi yang membentuk peluang, (3) tujuan pemilik, manajer, dan individu dalam perusahaan dan (4) mendasarkan pada inovasi dan investasi. Namun untuk berinovasi mesti memiliki orang yang berketerampilan memadai, memiliki kondisi permintaan domestik yang tepat, dan mempunyai pesaing domestik yang aktif menciptakan tekanan untuk berinovasi.

Menurut Porter (1986); Grossman dan Helpman (1993), bahwa berbagai faktor yang perlu dimiliki UMKM agar mempunyai keunggulan kompetitif di pasar dunia yaitu: (1) penguasaan teknologi, (2) sumber daya manusia berkualitas, memiliki etos kerja, kreatifitas, dan motivasi tinggi, (3) efisiensi dan produktivitas dalam proses produksi tinggi, (4) produk yang dihasilkan berkualitas baik, (5) promosi yang luas dan agresif, (6) sistem manajemen dan struktur organisasi baik, (7) layanan teknik maupun non-teknik baik, (8) ada skala ekonomis dalam proses produksi, (9) modal dan sarana serta

prasarana lainnya cukup, (10) memiliki jaringan bisnis baik di dalam dan di luar negara, (11) proses produksi dilakukan dengan sistem *just in time*, (12) tingkat kewirausahaan tinggi, yaitu inovatif, visioner, efisien dan efektif dalam menghadapi persaingan yang sengit di pasar global.

Menurut pemikiran Doz dan Prohalad (1987), keunggulan kompetitif dari suatu daerah sebagai penentu kemampuan bersaing industri di daerahnya tergantung pada produksi (meliputi sumber fisik, sumber daya manusia, dan teknologi) dan daya saing relatif perusahaan di daerahnya. Jika daya saing faktor-faktor di suatu daerah tinggi dan perusahaan setempat sangat bersaing, maka industri di daerahnya akan maju pesat. Jika daya saing industri yang ada di daerah tinggi, namun daya saing faktor-faktornya rendah maka akan berakibat pada tekanan investasi ke luar daerah, yaitu berinvestasi ke daerah-daerah lain yang memiliki daya saing faktor yang tinggi. Jika daya saing industri di suatu daerah lemah sementara faktor-faktor yang dimiliki daerah tersebut tinggi, maka akan berakibat investasi ke dalam untuk industri di daerahnya.

Daya saing UMKM di suatu daerah memiliki keterkaitan dengan daya saing pengusaha. Semakin tinggi daya saing seorang pengusaha semakin tinggi pula daya saing industri di sebuah daerah. Menurut Rahmah *et al* (2002), dalam era globalisasi dan ICT daya saing seorang pengusahaw sangat tergantung pada keupayaannya untuk mempelajari dan menggunakan teknologi modern dalam usaha yang digelutinya. Kualitas sumber daya manusia mampu meningkatkan produktivitas dan efisiensi. Kualitas sumber daya manusia diukur dengan indikator: tingkat pendidikan formal yang ditamatkan, pelatihan, katagori pekerjaan, dan tingkat keterampilan. Sehingga perusahaan yang memiliki pekerja berpendidikan tinggi (profesional, saintist, dan tehnikal) berhasil dalam menguasai dan menggunakan tehnologi yang ada dalam di perusahaan.

Pencapaian tingkat pendidikan pengusaha berpengaruh secara positif dan signifikan dalam menentukan prosentase ekspor maupun prosentase out put yang mampu dijual, tingkat produktivitas, keuntungan, dan daya saing perusahaan dalam jangka panjang. Karena semakin tinggi pendidikan mereka semakin arif mencari perantara dan

rekan bisnis. Tetapi ekspor pun dapat dipengaruhi oleh pengalaman, jenis produk, dan ukuran industri. Produktivitas pekerja merupakan rasio antara output dengan jumlah pekerja. Penguasaan terhadap teknologi modern dan terkini selain membantu meningkatkan efisiensi produksi dan produktivitas juga merupakan prasyarat penting kepada para pemain di pasar global untuk terus *survive* dalam persaingan yang semakin sengit.

Seperti dinyatakan di atas, bahwa penguasaan teknologi modern sebuah perusahaan memiliki pengaruh terhadap daya saing. Hal ini dinyatakan pula oleh Hill (1995), penguasaan teknologi, pengelolaan yang efektif, inovasi, efektivitas operasional, biaya yang lebih rendah, kualitas yang lebih tinggi, jangka waktu proses produksi sangat signifikan untuk mempertahankan posisi bersaing.

Daya saing sebuah perusahaan juga dipengaruhi oleh faktor pengelolaan dan kondisi sumber daya manusia. Badrinath *et al.* (1998), pengendalian sediaan, pengelolaan input, teknologi, pengelolaan kualitas, pekerja, pelatihan dan kondisi kerja merupakan faktor yang berpengaruh terhadap daya saing. Hal serupa dinyatakan oleh Berry *et al.* (2001), produktivitas dan efektivitas, penyesuaian, inovasi, kemajuan teknologi, *feedback* terhadap kebijakan pemerintah, ciri lingkungan bisnis, pengelolaan sediaan, rekayasa produk, kualitas, kerja sama dan kolaborasi serta pemasaran produk baru merupakan faktor penentu daya saing industri.

Berdasarkan berbagai pernyataan di atas, maka dapat dirumuskan bahwa sebuah perusahaan dinyatakan berdaya saing jika memiliki efisiensi biaya, menguasai teknologi, pengelolaan bisnis yang efektif, kualitas produk baik, melakukan kerja sama dan inovatif. Perbedaan secara signifikan di antara efektivitas dan efisiensi terlihat pada perbedaan produk, proses, dan kultur organisasi (Duimareas 2000).

Peranan pemerintah dalam upaya meningkatkan daya saing UMKM adalah penting. Menurut Cho (2003), berbagai prinsip yang perlu dilakukan pemerintah agar memperoleh keunggulan kompetitif meliputi: (1) fokus pada penciptaan faktor terspesialisasi; (2) menghindari campur tangan dalam faktor dan pasar nilai tukar asing; (3) memperkuat standar produk, keselamatan, dan lingkungan yang ketat; (4) membatasi kerja sama langsung di antara para pesaing

industri; (5) mempromosikan tujuan yang mengarah pada investasi bertahan lama; (6) melakukan deregulasi persaingan dan (7) menolak perdagangan yang diatur.

Dalam jangka menengah dan panjang pengembangan daya saing UMKM berhasil dalam persaingan di era globalisasi jika fokus pada pengembangan sumber daya manusia melalui pendidikan, pelatihan, produktivitas dan penguasaan teknologi (Tim Cides 2002). Kemahiran dasar pun merupakan salah satu elemen dari daya saing, kerana berkaitan dengan pengembangan personal, pekerjaan yang memerlukan keahlian dan keahlian informasi teknologi (Addis 2003).

Menurut Burgess *et al.* (1998); Krajewski dan Ritzman (1993), secara umum keutamaan bersaing dikpahami sebagai sebuah dimensi dari kualitas, biaya, waktu, dan fleksibilitas. Masalah kualitas oleh Michael *et al.* (2001) dinyatakan sebagai kesesuaian antara harapan pelanggan terhadap barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan, sehingga jika layanan yang ditawarkan perusahaan sama atau lebih baik dari harapan pelanggan berarti kualitas barang atau jasa baik.

Menurut Anizah *et al.* (2002), konsep daya saing dapat dipahami dengan melihat perilakunya. Sebuah industri dikatakan berdaya saing, jika biaya rata-rata kurang dari harga pasar. Maksudnya bahwa industri tersebut menggunakan sumber daya secara efisien. Secara umum sifat perusahaan adalah memiliki keseimbangan dalam memaksimalkan laba. Semakin rendah biaya marginal atau tambahan biaya dari tambahan per unit produk, maka semakin berdaya saing industri tersebut.

Sebuah perusahaan yang dapat menghasilkan produk dengan biaya lebih rendah atau lebih murah, maka ia akan dapat menguasai pasaran. Namun tidak selamanya faktor biaya ini merupakan sesuatu anugerah, contoh: negara miskin industrinya berdaya saing rendah walaupun mempunyai biaya tenaga kerja rendah. Pekerja yang berpengetahuan, penelitian dan pengembangan, maupun inovasi dalam proses produksi dapat membantu meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya per unit produk, sehingga mampu meningkatkan daya saing. Sebuah industri bisa saja memperoleh profitabilitas dan menguasai pasar domestik yang besar, namun belum tentu berdaya saing di pasar internasional. Kondisi ini terjadi jika adanya hambatan

kepada industri asing untuk memasuki pasar domestik, sehingga terkesan sebagai industri yang berdaya saing. Oleh sebab itu, laba, biaya, produktivitas, dan penguasaan pasaran adalah indikator daya saing.

Daya saing di sebuah negara ditentukan oleh kemajuan tingkat penguasaan pasar ekspor domestik mahupun tingkat penguasaan pasar import domestik di peringkat internasional. Sebuah perusahaan dinyatakan kurang berdaya saing jika mengalami penurunan dalam penguasaan pasar *eksport* domestik atau peningkatan dalam penguasaan import domestik di tingkat internasional. Sebuah industri juga dinyatakan kurang berdaya saing jika mengalami pengurangan dalam penguasaan ekspor dunia ataupun peningkatan dalam penguasaan impor dunia (Markusen, 1992). Oleh sebab itu, daya saing industri di suatu negara dipengaruhi oleh kondisei ekspor dan impor bagi negara tersebut serta keadaan eksport dan import dunia.

Dalam dunia bisnis, bersaing memperebutkan penguasaan pasar ditentukan oleh seberapa besar daya saing yang bersenjatakan efisiensi. Industri yang tidak efisien akan menjadi korban liberalisasi perdagangan. Tutupnya perbagai perusahaan dan berlakunya relokasi ke negara lain merupakan indikasi tidak mampu perusahaan dalam melakukan efisiensi yang menyebabkan hilangnya daya saing. Efisiensi merupakan sebuah senjata ampuh bagi memenangkan persaingan global yang dapat menyelamatkan industri penyerap tenaga kerja dan penyumbang pendapatan terbesar selain minyak dan gas. Berasaskan keadaan ini pelbagai industri berupaya meningkatkan kecakapan untuk memperoleh daya saing global (Inggi 2003).

Kemampuan mengelola, kewirausahaan (inovasi, inisiatif dan kreativitasnya), program jaringan kerja sama dalam bidang teknologi informasi maupun internasional dan bantuan pemerintah merupakan dasar daya saing industri. Kemampuan mengelola ditakrifkan sebagai akumulasi dari kemampuan secara komersial, finansial, jaringan kerja, sumber manusia, teknologi, dan wujud kepiawaian lainnya (Orser *et al.* 2000).

Pola persaingan kini telah banyak mengalami perubahan baik dalam teknologi yang digunakan, produk yang dihasilkan, pasar yang dimasuki, maupun konsep pengelolaan bisnis. Teknologi baru,

produk baru, pasar baru dan konsep pengelolaan baru mempengaruhi perubahan keunggulan kompetitif (Li, 2000; Ramsurrun *et al.* 2002). Perubahan kondisi lingkungan mendorong restrukturisasi kegiatan, fasilitas dan keahlian untuk menjaga supaya dapat tetap dan bersaing. Untuk memperoleh keunggulan kompetitif mereka perlu meningkatkan keterampilan, produktivitas, membuat produk dengan kualitas sempurna.

Daya saing industri selain dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagaimana dinyatakan di atas juga dipengaruhi faktor lain seperti: jumlah tenaga kerja, frekuensi memodifikasi produk, inovasi, kerja sama dan pengalaman mengelola usaha. Gunasekaran *et al* (1996), berbagai variabel yang digunakan untuk menilai kinerja daya saing, yaitu: (a) jumlah tenaga kerja; (b) frekuensi memodifikasi produk, (c) kemampuan mengembangkan produk baru, (d) pengelolaan kualitas, (e) jaringan distribusi di pasar internasional, (f) pengalaman pengambil keputusan, (g) ukuran perusahaan, jumlah tenaga kerja, dan nilai penjualan tahunan dan (h) pengalaman mengelola usaha.

Peran Strategis UMKM

Semenjak diberlakukannya kesepakatan masyarakat ekonomi ASEAN (MEA) pada tahun 2015, maka para pelaku usaha (khususnya UMKM) harus siap untuk menghadapi persaingan yang semakin sengit. Terbentuknya komunitas ini semakin memudahkan kerja sama dalam peredaran produk di seluruh kawasan ASEAN, sebab tanpa pengenaan bea masuk dan hambatan perdagangan lainnya. Kondisi ini menuntut para pelaku usaha Indonesia untuk meningkatkan kualitas dan kinerja produk, memahami seluk beluk dan kondisi pasar di beberapa negara lain di kawasan ASEAN, serta meningkatkan ketahanan dan kemampuan bersaing.

Ketahanan dan daya saing UMKM di Indonesia harus menjadi skala prioritas dalam pelaksanaan MEA. Sebab selama ini UMKM menjadi tulang punggung dalam penyerapan tenaga kerja, mengurangi pengangguran dan kemiskinan serta meningkatkan produk domestik bruto (PDB). Menurut Kementerian Koperasi dan UKM (2014) UMKM di Indonesia memberikan kontribusi sebesar 57.56% dari

total PDB. Dari jumlah unit usaha sebanyak 57.9 juta unit atau 99% dari total unit usaha yang ada, UMKM mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja yang bekerja di Indonesia. Berarti eksistensi UMKM dapat membantu pemerintah dalam memecahkan masalah pengangguran yang ada dan pendapatan domestik bruto di Indonesia. Walaupun kontribusi UMKM yang begitu tinggi, tetapi daya saing UMKM masih rendah.

Rendahnya daya saing UMKM Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain: skala usaha, produktivitas dan tingkat penerapan teknologi. Ketiga faktor tersebut dapat digunakan untuk mengukur daya saing UMKM. Faktor-faktor lain, seperti: tingkat pendidikan pemilik dan pekerja UMKM, keterampilan dan tingkat kewirausahaan, akses UMKM kepada sumber pembiayaan, akses kepada lembaga pengembangan usaha, akses terhadap pemasaran, dan faktor-faktor eksternal seperti kemudahan perizinan dan biaya transaksi, dan lain-lain, juga mempengaruhi tingkat daya saing UMKM.

Setiap kelompok UMKM memiliki tingkat daya saing UMKM sangat beragam. Menurut Tambunan (2008) meskipun ukuran daya saing UMKM sangat beragam, identifikasi mengenai daya saing UMKM perlu mencakup tiga karakteristik yaitu potensi, proses, dan kinerja. Model daya saing dalam konteks perusahaan atau UMKM perlu mempertimbangkan tiga dimensi daya saing sebagaimana dikonsepsikan oleh Buckley *et al* (1988, dalam Man, Lau & Chan, 2002, p. 123-142) yaitu potensi, proses, dan kinerja. Dimensi “potensi” mencakup lingkup daya saing dan kemampuan berorganisasi. Sementara dimensi “proses” mencerminkan kemampuan untuk mengelola pekerjaan. Dan dimensi “kinerja” merupakan result dari berbagai factor membentuknya seperti: (1) karakter, perilaku, keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh pengusaha; (2) karakter sektor, pasar dan lingkungan usaha strategis; dan lain-lain.

Tingkat daya saing yang tinggi dari suatu perusahaan (UMKM) dapat dipertahankan melalui pemenuhan empat jenis kemampuan, yaitu: (1) kemampuan perusahaan untuk meningkatkan pangsa pasar, keuntungan dan pertumbuhan nilai tambah secara (*sustainability*); (2) kemampuan perusahaan untuk mengakses dan mengelola

berbagai sumber daya dan kemampuan (*controllability*); (3) kemampuan strategis perusahaan untuk menilai tingkat daya saingnya dibandingkan dengan perusahaan lain (*relativity*); dan (4) kemampuan perusahaan untuk terus menciptakan keunggulan kompetitif (*dynamism*).

Seperti dinyatakan di atas, bahwa UMKM memiliki peran sentral dalam perekonomian Indonesia. UMKM memiliki potensi penyerapan tenaga kerja yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan besar. Mereka berkontribusi dalam pembentukan PDB dan devisa Negara melalui nilai ekspor produknya. Hal ini memberikan gambaran bahwa pada dasarnya UMKM merupakan kelompok usaha yang memiliki potensi besar dalam mengatasi pengangguran dan kemiskinan.

Keberhasilan UMKM bertahan dalam bersaing di MEA membuat mereka mampu berkembang usahanya, antara lain: pemasaran produk, teknologi, kualitas sumber daya manusia (SDM), dan pengelolaan finansial. Sering kali pengelolaan keuangan UMKM mengabaikan penerapan kaidah akuntansi yang baik dan benar. Menurut Suliyanto dan Rahab (2010) daya saing UMKM menjadi sangat penting dalam memajukan sektor riil yang berpotensi menyerap tenaga kerja. Penyerapan tenaga kerja harus terukur untuk menilai sejauh mana kinerja UMKM tersebut. Kinerja yang baik suatu usaha dapat dilihat dari sejauhmana usaha tersebut melakukan inovasi sebagai upaya mempertahankan keberlangsungan hidup. Proses pengembangan kapabilitas inovasi aspek pasar, kewirausahaan, dan pembelajaran organisasi memainkan peran penting bagi suatu perusahaan.

Permasalahan UMKM

Terkait dengan perdagangan bebas, sejak Januari 2010 Indonesia telah mulai melakukan kesepakatan *China Free Trade Area* (CAFTA). Salah satu dampak dari pemberlakuan CAFTA adalah membanjirnya produk-produk China ke Indonesia. Sehingga merupakan tantangan bagi produk UMKM Indonesia. Berbagai produk yang menjadi pesaing produk-produk UMKM Indonesia, diantaranya: produk kerajinan, pakaian jadi, mebel, keramik, alas kaki, dan sebagainya. Tetapi di sisi lain CAFTA juga menjadi peluang bagi produk UMKM

Indonesia untuk memasuki pasar China. Jumlah penduduk China yang begitu banyak dan pertumbuhan ekonomi yang relatif tinggi merupakan pasar potensial bagi produk-produk UMKM Indonesia.

Menurut Sri Susilo (2010) pemberlakuan MEA sejak tahun 2015 menjadi peluang sekaligus tantangan bagi produk-produk UMKM Indonesia. Oleh sebab itu, peningkatan daya saing menjadi faktor penentu utama agar UMKM Indonesia mampu menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang tersebut. MEA dilaksanakan sejak tahun 2015. Jika kondisi ini dibiarkan, maka UMKM pada akhirnya akan bangkrut juga. Oleh sebab itu, upaya memperkuat UMKM sebagai fundamental ekonomi nasional perlu kiranya diciptakan iklim investasi domestic yang kondusif sebagai upaya penguatan pasar dalam negeri agar UMKM dapat menjadi penyangga (buffer) perekonomian nasional.

Permasalahan lain yang dihadapi UMKM, yaitu adanya liberalisasi perdagangan, seperti pemberlakuan ASEAN- China Free Trade Area (ACFTA) yang secara efektif telah berlaku tahun 2010. Disisi lain, Pemerintah telah menyepakati perjanjian kerja sama ACFTA ataupun perjanjian lainnya, namun tanpa mempertimbangkan terlebih dahulu kesiapan UMKM agar mampu bersaing. Sebagai contoh kesiapan kualitas produk, harga yang kurang bersaing, kesiapan pasar dan kurang jelasnya peta produk impor sehingga positioning persaingan lebih jelas. Kondisi ini akan lebih berat dihadapi UMKM Indonesia pada saat diberlakukannya.

Menurut Kuncoro (2010) di tengah dinamika perekonomian Indonesia yang kurang stabil, para pelaku UMKM dihadapkan pada beberapa permasalahan, yaitu: (1) lemahnya dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar, (2) lemahnya di bidang organisasi dan keterbatasan memperoleh jalur terhadap sumber permodalan, (3) lemahnya di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia (SDM), (4) terbatasnya jaringan usaha kerja sama antar pengusaha kecil, (5) iklim usaha yang kurang kondusif karena persaingan yang saling mematikan, (6) kurangnya terintegrasi, kepercayaan, dan kepedulian terhadap pembinaan masyarakat usaha kecil. Rendahnya produktivitas juga merupakan masalah utama yang dihadapi UMKM adalah (Sri Susilo, 2005). Rendahnya

produktivitas berkaitan erat dengan rendahnya kualitas SDM dan rendahnya kompetensi kewirausahaan.

Kebanyakan UMKM masih menghadapi beberapa kendala dalam peningkatan daya saing dan kinerja. Kendala yang dihadapi oleh UMKM tersebut antara lain: (1) terbatasnya akses permodalan, (2) terbatasnya akses pasar, dan (3) terbatasnya akses informasi mengenai sumber daya dan teknologi. Persoalan keterbatasan infrastruktur dan akses pemerintah terkait dengan perizinan dan birokrasi serta tingginya tingkat pungutan juga menjadi masalah utama yang dihadapi UMKM. Meskipun UMKM dikatakan mampu bertahan dari adanya krisis global, namun pada kenyataannya permasalahan-permasalahan yang dihadapi sangat banyak dan lebih berat. UMKM harus menghadapi persoalan domestik yang tidak kunjung terselesaikan seperti masalah upah buruh, ketenaga kerjaan dan pungutan liar, korupsi dan lain-lain.

Pemberdayaan UMKM

Pemberdayaan UMKM di era globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu mengadapai tantangan global, seperti: meningkatkan inovasi produk, pengembangan SDM dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Kesemuanya ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM agar mampu bersaing dengan produk-produk asing yang semakin membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto, 2011). Belum kokohnya fundamental perekonomian Indonesia mendorong pemerintah untuk membangun struktur ekonomi dengan mempertimbangkan keberadaan UMKM. Sektor ini menyumbang lapangan kerja dan memberikan kesempatan bagi UMKM untuk berkembang di masyarakat. Keberadaan UMKM tidak dapat diragukan karena terbukti mampu bertahan dan menjadi penggerak ekonomi, terutama setelah krisis ekonomi. Di sisi lain, UKM juga menghadapi banyak masalah, yaitu: keterbatasan modal kerja, sumber daya manusia yang rendah, dan kurang cakupannya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kendala lain yang dihadapi oleh UMKM adalah hubungan dengan prospek bisnis yang kurang jelas dan perencanaan visi misi yang belum stabil.

Selain pemberian informasi dan jaringan pemasaran, kemudahan akses pendanaan, pendampingan usaha, dan peningkatan kapasitas teknologi informasi merupakan beberapa strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM Indonesia yang tidak kalah penting adalah jiwa kewirausahaan yang tidak pantang menyerah. Sektor ini mampu menyerap tenaga kerja cukup besar dan memberi peluang untuk berkembang dan bersaing dengan perusahaan yang lebih cenderung menggunakan modal besar.

Eksistensi UMKM memang tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi. Disisi lain, UMKM juga menghadapi banyak sekali permasalahan, yaitu: terbatasnya modal kerja, Sumber Daya Manusia yang rendah, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi (Sudaryanto dan Hanim, 2002). Kendala lain yang dihadapi UMKM adalah keterkaitan dengan prospek usaha yang kurang jelas serta perencanaan, visi dan misi yang belum mantap. Hal ini terjadi karena umumnya UMKM bersifat income gathering yaitu menaikkan pendapatan, dengan ciri-ciri sebagai berikut: merupakan usaha milik keluarga, menggunakan teknologi yang masih relatif sederhana, kurang memiliki akses permodalan (bankable), dan tidak ada pemisahan modal usaha dengan kebutuhan pribadi.

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu mengadapai tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto, 2011).

Dalam rangka pemberdayaan UMKM Bank Indonesia (2011) mengembangkan filosofi lima jari. Ini dimaksudkan bahwa *setiap* jari memiliki peran berbeda tetapi tidak dapat berdiri sendiri dan akan semakin kuat jika digunakan secara bersamaan. Kebersamaan UMKM dan bank komersial merupakan salah satu dari sekian banyak bentuk simbiosis mutualisme dalam ekonomi. Kebersamaan tersebut

bukan saja bermanfaat bagi keduanya, tetapi juga bagi masyarakat dan pemerintah. Masyarakat menikmati ketersediaan lapangan kerja dan pemerintah menikmati kinerja ekonomi berupa naiknya Pendapatan Domestik Bruto (PDB) yang menyumbang lebih dari separuh PDB Indonesia. Namun demikian, kerja sama tersebut tetap harus memegang prinsip kehati-hatian untuk memastikan terwujudnya manfaat bagi kedua belah pihak.

Peningkatan Daya Saing UMKM

Peningkatan daya saing berkelanjutan UMKM memerlukan adanya berbagai terobosan dan ide kreatif serta kerja sama dengan berbagai pihak untuk membantu memperbaiki SDM melalui: pembangunan bisnis inkubator khusus untuk pendamping UMKM di pedesaan, pendampingan untuk standardisasi mutu produk ekspor, perluasan akses pasar, peningkatan akses permodalan (penyediaan skema pembiayaan khusus UMKM yang terintegrasi dengan aktivitas peningkatan kapasitas), pemberdayaan kelompok usaha, pembangunan data base UMKM untuk mengatasi kesenjangan informasi.

Untuk meningkatkan daya saing diperlukan sinergi antara peran pemerintah selaku pembuat kebijakan serta lembaga pendamping, khususnya lembaga keuangan mikro untuk mempermudah akses perkreditan dan perluasan jaringan informasi pemasaran. Selain itu, budaya mencintai produksi dalam negeri juga perlu dipupuk agar UMKM berkembang dan perekonomian nasional menjadi lebih kuat. Pelaku usaha mikro, kecil dan menengah perlu aktif untuk bekerja sama dan berkoordinasi dengan Pemerintah maupun Pemerintah Daerah untuk terus melakukan pembinaan dan pelatihan melalui peningkatan *capacity building* dan penerapan aplikasi *information technology* (IT), termasuk mengaktifkan kembali web Pemda-Pemda saat ini yang tidak optimal sebagai basis komunikasi UMKM di daerah.

Seiring dengan semakin majunya teknologi maka semakin menuntut para pelaku usaha untuk terus memajukan usaha dan berkompetisi dengan pengusaha lain baik di dalam maupun di luar

Negara. Adanya masyarakat ekonomi ASEAN membuat pelaku usaha Indonesia menjadi tertantang untuk berdaya saing.

1. Menyelenggarakan pelatihan kewirausahaan sebagai upaya meningkatkan kualitas jiwa wirausaha yang kreatif, inovatif, dan berani mengambil risiko.
2. Menyelenggarakan pelatihan pembukuan untuk meningkatkan kemampuan operasional anggota UMKM dalam menentukan biaya produksi, membuat catatan sediaan, dan pembuatan laporan keuangan.
3. Menyelenggarakan pelatihan pembuatan desain web untuk meningkatkan pemasaran melalui *e-commerce* melalui teknologi informasi.

Peran teknologi sangat penting bagi perusahaan yang berimplikasi pada kebutuhan untuk mengembangkan strategi teknologi. Teknologi adalah fungsi bisnis yang mendasar dan merupakan sumber daya penting dalam organisasi yang harus dikelola secara baik (Burgelman *et al.*, 2001). Menurut Tidd *et.al* (1997) teknologi membantu organisasi atau perusahaan untuk mendapatkan kompetensi pembeda yang memungkinkan produk yang dihasilkan lebih baik dari produk pesaing. Teknologi akan meningkatkan kualitas produk, pengembangan produk baru, produktivitas dan efisiensi (Chowdhury, 1990).

Sistem Informasi merupakan gabungan dari beberapa elemen teknologi berbasis komputer yang saling berinteraksi dan bekerja sama berdasarkan suatu prosedur kerja yang telah ditetapkan, yang memroses dan mengolah data menjadi suatu bentuk informasi yang dapat digunakan dan mendukung keputusan (Mukhyi dan Mujiyana, 2008). Produk yang dihasilkan dikatakan bermakna jika dapat mencapai keberhasilan secara komersial (Byrd, 2000). Pelaku usaha harus mampu memasarkan produk atau pelayanannya. Baldwin dan Johnson (1995) menyatakan bahwa perusahaan skala kecil dan menengah akan lebih inovatif jika memberikan penekanan yang lebih besar pada pengembangan kapabilitas pemasaran, finansial, produksi dan SDM. Kapabilitas pemasaran mengacu pada kemampuan

perusahaan untuk mengembangkan berbagai aspek yang terkait dengan pemasaran produk meliputi distribusi dan promosi.

Salah satu bentuk penerapan teknologi informasi untuk meningkatkan daya saing UMKM dengan memperkenalkan produk yang mereka buat secara lebih luas melalui penerapan *e-commerce* untuk pemasarannya. *e-commerce* merupakan konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *world wide web* internet (Suyanto, 2003; 11). Pelaku usaha yang melakukan *e-commerce* harus memiliki situs usaha yang akan ditampilkan di internet. Tampilan tersebut berisi informasi mengenai produk yang ditawarkan di halaman paling utama dengan harapan produk tersebut mudah dikenali dan langsung bisa dilihat saat konsumen membuka situs tersebut.

Beberapa hal yang perlu dilakukan untuk meningkatkan daya saing UMKM, diantaranya adalah:

1. Produktivitas dan Inovasi

Peningkatan produktivitas dilakukan dengan melalui perbaikan tingkat pendidikan dan keahlian manajerial.

2. Kemudahan Berusaha

Pemerintah perlu memberikan kemudahan pengurusan perizinan bagi UMKM dan pembebasan biaya. Usaha lainnya adalah pembebasan UMKM dari pajak penghasilan selama 2 tahun pertama dan memberikan fasilitasi akses terhadap jasa konsultan pajak murah.

3. Akses Permodalan

Pemerintah mempunyai program Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk mendorong penyaluran kredit UMKM yang dijamin tanpa mempersyaratkan agunan tambahan dengan tingkat bunga disubsidi sebesar 12% per tahun. Selain itu, pemerintah melalui LPEI memberikan kredit ekspor bagi UMKM dengan persyaratan minimal 50 tenaga kerja.

4. Akses Pasar

Dengan melakukan program yang mendukung aspek pemasaran UMKM di pasar domestik dan program promosi ekspor dengan cara pandang yang lebih berorientasi pada pasar global.

5. Dukungan Infrastruktur.

Perbaikan dan pembangunan infrastruktur baru saat ini telah menjadi fokus pemerintah Indonesia, dan diperkirakan akan berdampak positif terhadap pertumbuhan bisnis di Indonesia.

6. Siklus Bisnis

Dampak krisis keuangan menyebabkan turunnya permintaan global seharusnya dimanfaatkan untuk meningkatkan produktivitas dan keahlian pelaku UMKM sehingga ketika permintaan mulai naik, UMKM telah memiliki daya saing yang lebih baik.

Supaya bisa bertahan dan berkembang, UMKM harus memiliki keterampilan, bekerja profesional, dan inovatif. Untuk meningkatkan daya saingnya baik lokal maupun internasional, maka para pelaku UKM Indonesia harus melaksanakan:

1. **Inovasi.**

Pelaku UMKM harus melakukan inovasi dan bekerja keras. Sebab inovasi dapat melahirkan sesuatu keunikan. Dan keunikan adalah awal dari daya saing. Para konsumen membeli sesuatu yang berbeda dari kategori produk yang sama. Jika membeli produk yang sama mereka akan cepat timbul rasa bosan. Mereka juga harus bekerja keras, sebab dari kerja keras akan melahirkan kreativitas. Produk yang unik dan berbeda dengan yang lain adalah awal dari keberhasilan usaha UMKM.

2. **Branding**

Penyebab utama ketidakberhasilan pelaku UMKM karena tidak mem-*branding* produknya. Memaknai *branding* pun seringkali rancu dengan iklan atau merek. Kebanyakan pelaku UMKM hanya melalui penciptaan logo dan kemasan dengan desain yang menarik mereka yakin produknya akan laku. Namun dalam kenyataannya belum cukup. Kenapa demikian?

Brand tercipta melalui pengalaman pertama konsumen terhadap produk yang mereka gunakan. Bukan karena logo atau kemasan yang indah dan menarik. Keunikan produk akan mampu membangun *brand* melalui pengalaman dan kesan

pertama seorang konsumen. Logo dan kemasan yang indah dan menarik menjadi pertanda atas terulangnya kesan pertama pada kesempatan selanjutnya. Ketika inilah terjadi *Brand Loyalty*. Contoh paling sederhana, berdirilah didepan cermin lalu bayangkan tentang diri kita sendiri. Dari sinilah memberikan gambaran bahwa nama kita adalah merek dan wajah kita adalah logo. Jadi logo adalah pengenalan yang tidak ada kembarannya. Produk adalah tubuh kita. Jika kita memiliki talenta yang unik, maka kita berpotensi menjadi brand.

Brand adalah hubungan emosi yang terbentuk oleh talenta unik kita yang bermanfaat bagi komunitas tertentu. Pembentukan *brand* sangat ditentukan oleh kesan pada impresi pertemuan pertama. Maka dari itu, tampilkan talenta unik kita pada saat pertemuan pertama. Jadi yang membangun *brand* adalah kelakuan kita. Wajah adalah logo pengenalan atas kelakuan kita. Dan nama kita adalah merek yang diingat.

Jika dikaitkan dengan produk, konsumen akan mendapat manfaat fisik. Jika dikaitkan dengan *brand*, konsumen mendapatkan manfaat yang sifatnya emosional (rasa bangga, cinta, percaya diri, citra diri, jati diri, dan sebagainya).

3. **Bauran Pemasaran.**

Bauran pemasaran adalah kombinasi berbagai variable pemasaran yang terdiri dari *product, price, place, promotion, positioning, people, dan packaging* untuk mencapai tujuan pemasaran.

Product. Lebih dari 60% pelaku UMKM harus fokus pada produk. Produk yang ditawarkan ke pasar harus unik. Tetapi permasalahannya, karena domisili/tempat usaha para pelaku UMKM berdekatan dan bersebelahan sehingga mereka cenderung membuat produk yang relatif sama. Sehingga tidak memiliki keunikan antara produk perusahaan dengan produk pesaingnya. Padahal DNA, asal-usul, dan silsilah produk harus jelas. Maka lakukan inovasi agar menjadi unik, sebab kalau mudah ditiru, *brand* akan berumur pendek.

Price. Pelaku UMKM biasanya beradu murah. Mengapa banyak UMKM yang menentukan harga produknya murah? Sebab mereka menyadari bahwa produknya generic, produknya massal, umum, dan tidak memiliki keunikan tersendiri. Faktor inilah yang menyebabkan pelaku UMKM kurang percaya diri untuk memainkan harga. Tetapi kalau produknya unik atau merupakan produk satu-satunya yang ada di pasaran, kita dengan mudah dapat mematok harga premium atau tinggi. Jika produk unik dan harga premium, maka margin yang diperoleh besar dan akhirnya menambah pembelian mesin produksi. Tetapi jika margin tipis, lama kelamaan modalnya akan semakin tergerus.

Place. Kebanyakan pelaku UMKM mendistribusikan produknya secara langsung, tanpa menggunakan jasa distributor atau agen. Sebab areanya masih relatif terbatas dan volume penjualan dalam partai kecil.

Promotion. Para pelaku UMKM tidak memerlukan periklanan. Kebanyakan mereka memanfaatkan *Word of Mouth* (WOM). Jika pengalaman pertama konsumen terkesan, maka otomatis tercipta WOM. Namun, pelaku UMKM juga dapat merancang WOM melalui sosial media (sosmed).

Positioning, kebanyakan pelaku UMKM masih berada pada taraf menjual, bahkan mengenai siapa dan bagaimana pasarnya pun mereka belum mengenal. Mereka harus mengenal sebagai dan seperti apa ingin dikenal?

People, para pelaku UMKM harus mengenal siapa pembeli yang ada maupun pembeli potensialnya. Mengetahui pembeli yang ada maupun pembeli potensial adalah hal yang wajib dilakukan oleh setiap pelaku UMKM. Sebab tanpa mengetahui pembeli potensialnya, maka sulit untuk menentukan target pasar secara jelas. Sebuah bisnis akan tak tentu arah dengan jelas. Dan sebagian besar pelaku UMKM masih belum mengetahui pentingnya penentuan target pasarnya.

Packaging, dalam pemasaran *packaging* bukan hanya sebatas bentuk kemasan produk, tetapi juga tampilan tempat, tampilan website, tampilan materi promosi bahkan juga kemasan sang pelakunya sendiri.

4. **Manajemen.**

Pelaku UMKM harus belajar manajemen. Pelaku UMKM harus bisa bertemu langsung dengan konsumen. Terima order, ya masak, ya terima uang. Pada tahap masih kecil seperti ini, hubungan seringkali sama dengan *personal brand* pelaku UKM. Namun, tetap saja, jika ingin bisnisnya besar, UKM harus belajar manajemen.

5. **SDM.**

Permasalahan SDM di UMKM rata-rata 1,7%. Maksud dari SDM 1,7% adalah pelaku UMKM itu sebagai *single fighter* yang dibantu oleh istri, anak, ibu, menantu, sopir, dan pembantu rumah tangga. Apabila usahanya ingin besar, pelaku UMKM harus benar-benar memikirkan SDM-nya.

Penutup

Dalam menghadapi situasi persaingan global yang melanda hampir seluruh bidang, maka yang dibutuhkan UMKM daya saing. Daya saing UMKM merupakan kunci utama mampu tidaknya suatu UMKM bertahan lama dalam situasi persaingan. Untuk meningkatkan daya saing pelaku UMKM perlu melakukan inovasi produk, *mem-branding* produk, mengimplementasikan bauran pemasaran yang sesuai, manajemen bisnis yang efektif, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia, kemudahan akses permodalan, kemudahan akses informasi, dan iklim bisnis yang kondusif.

REFERENSI

Adam Smith. 1971 (1776), *An Inquiry into The Nature and Causes of the wealth of Nation*. Oxford: Clarendon Press.

Afiah, Nunuy Nur. 2009. Peran Kewirausahaan dalam Memperkuat UMKM Indonesia menghadapi krisis finansial global. *Working Paper in Accounting and Finance*. FE Universitas Pajajaran. Bandung.

Baldwin, J R.1995. Innovation: The Key to Succes in Small Firms.

- Working Paper Series*, Micro-Economic Studies and Analysis Division. Statistics Canada and Canadian Institute for Advanced Research Economic Project Growth. No 8.
- Burgelman, R A., Maidique, Modesto A., and Wheelwright, Steven C. 2001. *Strategic Management of Technology and Innovation*, Third Edition, McGraw-Hill Irwin, New York USA.
- Buckley, P.J. *et al.* 1988. Measures of International Competitiveness: A Critical Survey. *Journal of Marketing Management*, 4 (2), 175-200.
- Byrd *et.al.* 2002. *Perspective on Innovation*, McGraw-Hill Irwin, New York USA. Chowdhury, A.H.M. 1990. Small and Medium Industries in Asian Developing Countries, *Asian Development Review*. Vol 1. pp29-45.
- Jati, H., Bala, Beatus dan Nisoni. 2004. Menumbuhkan Kebiasaan Usaha Kecil Menyusun Laporan Keuangan, *Jurnal Bisnis dan Usahawan*, II no 8:210-218.
- Heckscher dan Ohlin. 1949. *The effect of foreign trade on distribution of income*. In Howard. S. Ellis & Lioyd A. Metzle, editors, Reading in the theory on international trade. Homewood Irwin.
- Krugman. 1979. Increasing Returns, Monopolistic Competition and International Trade. *Journal of International Economics*, 9 : 469-479.
- Kuncoro, Mudrajat. 2010. *Masalah, Kebijakan dan Politik Ekonomika Pembangunan*. Jakarta. Erlangga, p 196
- Lancaster, Kevin J. 1979. *Variety, equity and efficiency*. New York: Columbia University Press.
- Leontief. 1953. Domestic Production and Foreign Trade. The American Capital Position Reexamined. *Proceeding of The American Phisophysical Society* 97 : 331 – 349.
- Mahrinasari. 2003. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Jiwa Kewirausahaan Usaha kecil, *Jurnal Entrepreneurship*, Vol,1, No 2. Mei, 101-113.

- Ohlin, B.** 1933. *Interregional and International Trade*, Harvard University Press, Cambridge, Mass.
- Rahab dan Sudjono. 2012. Pengembangan Kapabilitas Keinovasian IKM berbasis pada orientasi kewirausahaan dan pembelajaran organisasional. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*. Volume 1. Januari 2012. Nomor 1. Halaman 29-37.
- Ricardo, David. 1971 (1817). *The Principles of Political Economic and Taxation*. Baltimore, Penguin.
- Sri Susilo. Y. 2005. Strategi Survival Usaha Mikro Kecil. (Studi Empiris Pedagang Warung Angkringan di Yogyakarta). *Telaah Bisnis* Vol. 6 No. 2 Desember 2005. Hal. 161-178.
- Sri Susilo, Y. 2010. Strategi meningkatkan Daya Saing UMKM dalam Menghadapi Implementasi CAFTA dan MEA. *Buletin Ekonomi* vol 8. No. 2. Agustus. Hal 70-78.
- Suliyanto dan Rahab. 2010. Peran orientasi pasar, kewirausahaan, pembelajaran organisasi pada kinerja UKM di Wilayah Kabupaten Banyumas (*Laporan Penelitian*), Purwokerto: Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman.
- Suyanto M. 2003. *Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*, Andi Yogyakarta.
- Tidd, Joe., Bessant John., Pavitt, Keith. 1997. *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*, John Wiley and Sons, Inc. New York USA.

Biodata Penulis

Penulis adalah Drs. Wiyadi, MM, Ph.D dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Dan selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

MASALAH KETERSEDIAAN DATA DAN PEMETAAN DALAM PENGEMBANGAN UMKM

Agung Riyardi

Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Muhammadiyah
Surakarta

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang tidak besar. Aset, omzet dan jumlah tenaga kerja tidak banyak. Aset kurang dari Rp 10 miliar, omzet kurang dari Rp 50 miliar pertahun dan jumlah tenaga kerja kurang dari 250 orang (Ariani & Utama, 2017).

UMKM diharapkan berkembang. Hal itu disebabkan UMKM telah menjadi tumpuan ekonomi dan menyerap tenaga kerja dalam jumlah banyak. Jika UMKM berkembang maka kesejahteraan ekonomi masyarakat semakin baik.

Sektor-sektor ekonomi lain juga mendapat keuntungan dengan berkembangnya UMKM. Sektor keuangan tidak khawatir adanya kredit macet. Bahkan perkembangan UMKK akan meningkatkan kredit. Sektor usaha besar juga senang dengan perkembangan UMKM sebab UMKM adalah 'rantai' akhir usaha besar. Konsumen juga senang sebab UMKM berkembang, berarti konsumen akan mendapatkan produk konsumsi yang lebih baik dan bervariasi.

Pemerintah juga senang. Di satu sisi hal itu dapat menjadi salah tolak ukur kesuksesan pemerintah dala mengatur sistem ekonomi di tengah masyarakat. Di sisi lain, perkembangan UMKM menunjukkan berkurangnya potensi permasalahan ekonomi di tengah masyarakat.

Masalah pengembangan UMKM sudah banyak dibahas. Berbagai penelitian telah mengemukakan berbagai permasalahan yang dihadapi UMKM dan bagaimana mengatasinya sehingga UMKM dapat mengalami perkembangan. Berbagai penelitian tersebut

optimis bahwa permasalahan UMKM dapat diatasi dan UMKM akan berkembang. Di antara contoh penelitian tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2013), Alyas & Rakib (2017) atau Ananda & Dwi (2018). Contoh penelitian yang lain adalah (Ariani & Utama (2017) yang berusaha memetakan UMKM, Lukman, Syarief, Sampurno, & Ono (2018) yang memfokuskan pemetaan pada suatu klaster atau Findawati, Wicaksono, & Jakaria (2016) yang memetakan letak UMKM Sidoarjo secara WEB dan android.

Pemetaan UMKM menjadi perhatian sebab mempermudah dalam pengembangan UMKM. Sebagai contoh pemetaan UMKM menyebabkan pelaku UMKM mengetahui potensi pasarnya baik dalam bentuk lokasi bisnis, jumlah pesaing maupun jumlah pelanggan potensial. Contoh lain, pemetaan juga mempermudah lembaga keuangan dalam menyalurkan kredit yang tidak bermasalah. Pemetaan juga mempermudah pemerintah dalam mengontrol kelembagaan UMKM.

Namun demikian, berbagai penelitian belum membahas ketersediaan dan kecukupan data dalam pemetaan pengembangan UMKM. Padahal data tersebut penting. Data tersebut menjadi dasar dalam menyusun peta UMKM. Jika data tidak ada, peta juga tidak ada. Sebaliknya, jika data ada, maka peta UKM juga ada. Semakin banyak data dan berkeaitas semakin bagus pemetaan UMKM dapat dilakukan. Bahkan sesungguhnya tanpa adanya data dan pemetaan UMKM tentu UMKM sulit berkembang. Lebih jauh lagi, UMKM dapat mengalami kehancuran sebab data dan peta tersebut berfungsi sebagai *guidance* dalam melakukan bisnis

Tulisan ini bertujuan menunjukkan berbagai pihak yang memiliki dan mempublikasikan data UMKM. Selain itu, tulisan ini bertujuan menunjukkan contoh data yang mudah diakses. Kemudian, tulisan ini akan menganalisis seberapa besar manfaat data tersebut bagi pemetaan UMKM.

Metode yang kami lakukan adalah metode sederhana. Kami mengakses data UMKM melalui website dan mengevaluasi data UMKM yang ada pada website tersebut untuk kepentingan pemetaan UMKM. Metode pertama untuk mencapai tujuan pertama dan kedua, sedangkan metode kedua untuk mencapai tujuan ketiga.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlu perubahan besar dalam penyediaan data UMKM yang mudah diakses. Hal itu disebabkan semakin rendah level penyedia data UMKM semakin tidak tersedia dengan mudah data UMKM. Adapun jika terdapat data UMKM yang mudah diakses, ternyata data tersebut belum menunjukkan (arah menuju) peta UMKM. Perubahan besar dalam penyediaan data UMKM menuju pemetaan UMKM dapat dilakukan jika memperhatikan kompetensi penyedia data UMKM, perguruan tinggi sebagai faktor pendukungnya dan karakteristik dasar data yang sudah tersedia.

Pihak yang Menyediakan Data UMKM

Kalangan pemerintahan banyak yang menyediakan data UMKM. Di tingkat nasional, Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia dan Bank Indonesia menyediakan data UMKM. Di tingkat regional dan daerah, BPS dan dinas UMKM provinsi dan kota/kabupaten menyediakan data UMKM.

BPS Pusat menyediakan data potensi ekonomi UMKM per provinsi. Profil tersebut menunjukkan di kota/kabupaten mana pada setiap provinsi UMKM berkembang. Disebutkan juga berbagai hal utama dalam UMKM termasuk kendala dihadapi.

BPS pusat juga memiliki data industri dan usaha mikro dan kecil yang langsung dapat diakses. Pola data tersebut ada yang bersifat *cross section* dan *time series*. Pola data industri mikro dan kecil (IMK) yang mudah diakses mirip pola data industri sedang dan besar, sedangkan data UMKM yang mudah diakses hanya data nilai kredit yang diambil UMKM. Adapun data *time series* yang mudah diakses hanya sampai tahun 2004 dari tahun 1996.

BPS provinsi dan daerah juga menyediakan data sebagaimana data potensi UMKM yang disediakan BPS pusat. Hanya saja BPS provinsi dan daerah tidak menyediakan data yang mudah diakses dari IMK dan UMK di lokasi masing-masing.

Bank Indonesia (BI) juga menyediakan data UMKM. Bahkan data dari BI menjadi referensi bagi BPS pusat. BI menyediakan data UMKM profil secara global. Di sana digambarkan sektor-sektor

yang menjadi bisnis UMKM. Karakteristik dan kendala UMKM dikemukakan baik secara global maupun persektor.

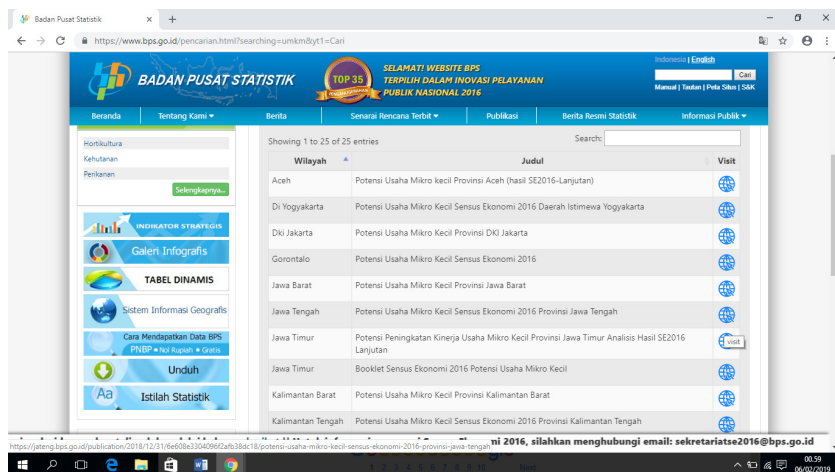
Dinas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di berbagai provinsi, kota atau kabupaten juga menyediakan data. Hanya saja pola data antar satu provinsi dengan provinsi lainnya tidak sama. Demikian juga pola data antar satu kota/kabupaten dengan kota/kabupaten juga tidak dapat sama.

Data yang Disediakan secara Mudah

Data BPS

1. Data BPS Pusat: Potensi UMKM per Provinsi

BPS Pusat menyediakan data Potensi UMKM per provinsi. Pada kolom Wilayah terlihat nama-nama provinsi yang menunjukkan data tersedia adalah data per provinsi. Pada kolom judul terlihat nama data adalah potendi usaha mikro kecil (UMK). Pada beberapa judul juga terlihat bahwa sumbernya adalah Sensus Ekonomi 2016. Pada kolom Visit berisi file potensi UMKM masing-masing provinsi. Jika diklik, file dapat diunduh.



The screenshot shows the BPS website interface. At the top, there is a navigation bar with the BPS logo and the text 'SELAMAT WEBSITE BPS TERPILIH DALAM INOVASI PELAYANAN PUBLIK NASIONAL 2016'. Below the navigation bar, there is a search bar and a list of search results. The search results are displayed in a table with columns for 'Wilayah' (Province), 'Judul' (Title), and 'Visit'. The table lists various provinces and their corresponding data titles, such as 'Potensi Usaha Mikro kecil Provinsi Aceh (hasil SE2016-Lanjutan)', 'Potensi Usaha Mikro Kecil Sensus Ekonomi 2016 Daerah Istimewa Yogyakarta', and 'Potensi Usaha Mikro Kecil Sensus Ekonomi 2016 Provinsi Jawa Tengah'. Each entry has a 'Visit' button next to it.

Wilayah	Judul	Visit
Aceh	Potensi Usaha Mikro kecil Provinsi Aceh (hasil SE2016-Lanjutan)	Visit
Di Yogyakarta	Potensi Usaha Mikro Kecil Sensus Ekonomi 2016 Daerah Istimewa Yogyakarta	Visit
Dki Jakarta	Potensi Usaha Mikro Kecil Provinsi DKI Jakarta	Visit
Gorontalo	Potensi Usaha Mikro Kecil Sensus Ekonomi 2016	Visit
Jawa Barat	Potensi Usaha Mikro Kecil Provinsi Jawa Barat	Visit
Jawa Tengah	Potensi Usaha Mikro Kecil Sensus Ekonomi 2016 Provinsi Jawa Tengah	Visit
Jawa Timur	Potensi Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil Provinsi Jawa Timur Analisis Hasil SE2016 Lanjutan	Visit
Jawa Timur	Booklet Sensus Ekonomi 2016 Potensi Usaha Mikro Kecil	Visit
Kalimantan Barat	Potensi Usaha Mikro Kecil Provinsi Kalimantan Barat	Visit
Kalimantan Tengah	Potensi Usaha Mikro Kecil Sensus Ekonomi 2016 Provinsi Kalimantan Tengah	Visit

Kami mengunduh file potensi UMKM Jawa Tengah. Setelah kami buka kami mendapatkan buku elektronik potensi

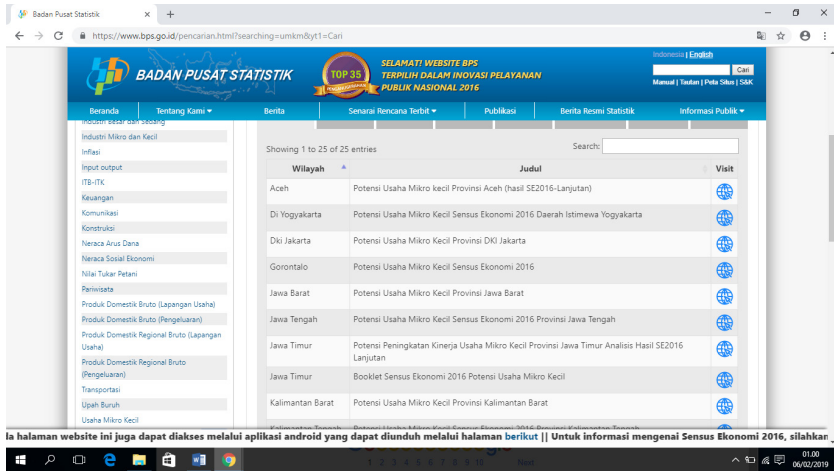
usaha mikro kecil di Jawa Tengah. Dari Daftar Isi diketahui bahwa buku ini menunjukkan hal-hal penting dari UMKM di Jawa Tengah. Termasuk kendala dihadapi.



KATA PENGANTAR	_____	III
DAFTAR ISI	_____	V
PENDAHULUAN	_____	1
UMK MENDOMINASI JUMLAH USAHA DI JAWA TENGAH	_____	3
UMK SEBAGAI PENYERAP TENAGA KERJA TERBANYAK	_____	7
PENGLOLAAN UMK DILAKUKAN SECARA SEDERHANA	_____	11
PELAKU UMK PERLU MENINGKATKAN KAPABILITAS	_____	17
KINERJA USAHA DARI SISI KEUANGAN	_____	21
PROSPEK DAN KENDALA USAHA	_____	25

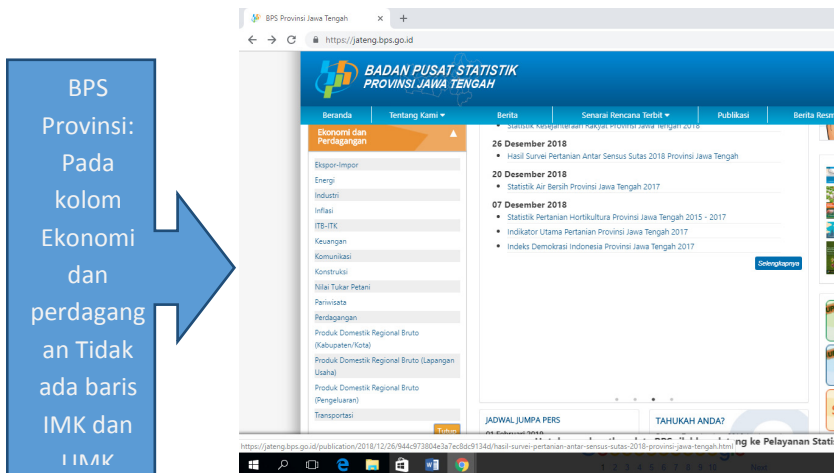
2. BPS Pusat: Data UMKM yang Mudah diakses

Pada kolom Ekonomi-Perdagangan, BPS Pusat menyajikan data IMK dan UMK yang mudah diakses. Data berupa data cross section dan time series. Data cross section dan time series IMK mirip data IMB. Data UMK hanya tentang proporsi kredit untuk cross section, sedangkan untuk time series tersedia dari tahun 1996 hingga 2004.

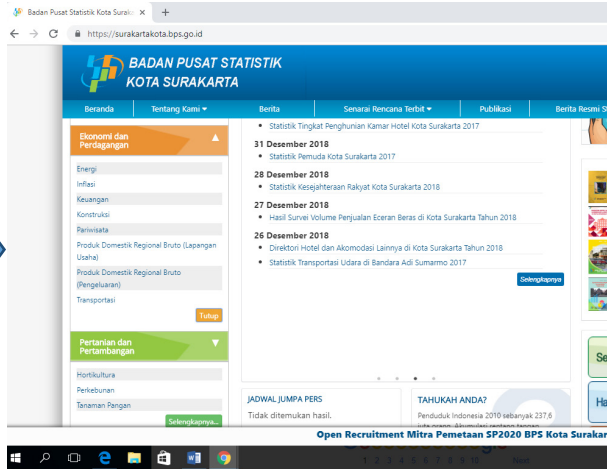


3. BPS Provinsi dan Kota/Kabupaten

Baris IMK dan UMK pada kolom Ekonomi dan Perdagangan pada tingkat Provinsi tidak ada. Demikian juga pada BPS Kota dan Kabupaten. Selain itu BPS Provinsi dan kota/kabupaten tidak menyediakan data mudah akses potensi UMKM

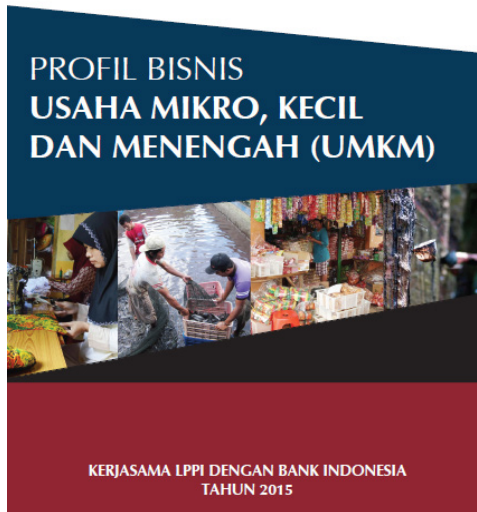


BPS Kota/Kabupaten: Pada kolom Ekonomi dan perdagangan Tidak ada baris IMK dan



Bank Indonesia

Bank Indonesia juga memiliki data UMKM di Indonesia. Hanya saja data tersebut berbentuk kajian yang sudah mencakup di dalamnya interpretasi. Selain itu data hanya terdapat pada *selected region*. Data tersebut merupakan Profil Bisnis UMKM. Nilai lebih kajian ini karena mengemukakan risiko bisnis UMKM.



Dinas UMKM provinsi

Dinas UMKM menyediakan berbagai data UMKM, namun data tidak mudah diakses. Terdapat data izin UMKM penyaluran KUR dan jumlah UMKM. Terdapat juga data tentang koperasi. Hanya saja data sulit diakses

2/5/2019	Dinas Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah - Organizations - OPEN DATA PROVINSI JAWA TENGAH
Data Keragaan Koperasi Tri Wulan 1 Tahun 2018	XLSX (dataset/data-keragaan-koperasi-tri-wulan-1-tahun-2018)
Rekap Pengajuan Izin Usaha Mikro Kecil Provinsi Jawa Tengah (/dataset/rekap-pengajuan-izin-usaha-mikro-kecil-provinsi-jawa-tengah)	
Rekap Pengajuan Izin Usaha Mikro Kecil Provinsi Jawa Tengah Tanggal 19 November 2018	XLSX (dataset/rekap-pengajuan-izin-usaha-mikro-kecil-provinsi-jawa-tengah)
Penyaluran KUR Per Wilayah_Provinsi Jawa Tengah Tahun 2018 (/dataset/penyaluran-kur-per-wilayah_provinsi-jawa-tengah-tahun-2018)	
Penyaluran KUR Per Wilayah_Provinsi Jawa Tengah posisi sampai dengan 16 November Tahun 2018	XLSX (dataset/penyaluran-kur-per-wilayah_provinsi-jawa-tengah-tahun-2018)
PENYALURAN KUR PER SEKTOR_PROVINSI JAWA TENGAH TAHUN 2018 (/dataset/penyaluran-kur-per-sektor_provinsi-jawa-tengah-tahun-2018)	
PENYALURAN KUR PER SEKTOR_PROVINSI JAWA TENGAH POSISI SAMPAI DENGAN 16 NOVEMBER TAHUN 2018	XLSX (dataset/penyaluran-kur-per-sektor_provinsi-jawa-tengah-tahun-2018)
REALISASI PENYALURAN KUR_PROVINSI JAWA TENGAH TAHUN 2018 (/dataset/realisasi-penyaluran-kur_provinsi-jawa-tengah-tahun-2018)	
REALISASI PENYALURAN KUR_PROVINSI JAWA TENGAH POSISI SAMPAI DENGAN 16 NOVEMBER TAHUN 2018	XLSX (dataset/realisasi-penyaluran-kur_provinsi-jawa-tengah-tahun-2018)
DATA SERIES UMKM Binaan Dinas Koperasi, UKM Prov. Jateng TW III 2018 (/dataset/data-series-umkm-binaan-dinas-koperasi-ukm-prov-jateng-tw-iii-2018)	
DATA SERIES UMKM Binaan Dinas Koperasi, UKM Prov. Jateng TW III 2018	XLSX (dataset/data-series-umkm-binaan-dinas-koperasi-ukm-prov-jateng-tw-iii-2018)
Data UKM Binaan Dinas Koperasi UKM, Prov Jateng TW III 2018 (/dataset/data-ukm-binaan-dinas-koperasi-ukm-prov-jateng-tw-iii-2018)	
Data UKM Binaan Dinas Koperasi UKM, Prov Jateng TW III 2018	XLSX (dataset/data-ukm-binaan-dinas-koperasi-ukm-prov-jateng-tw-iii-2018)

Dinas UMKM di kota dan Kabupaten

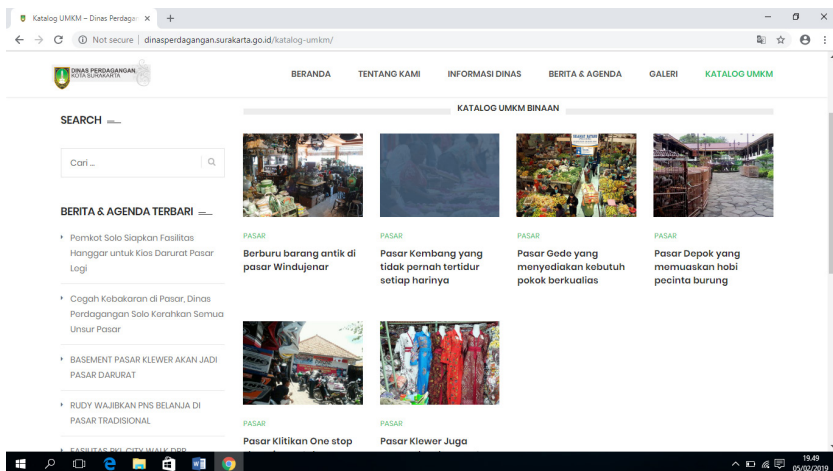
Di kota Surakarta, Dinas UMKM menyediakan data mudah diakses berupa jumlah UMKM di Surakarta. UMKM di bagi per kecamatan dan per sektor usaha.

Jumlah UMKM Di Kota Surakarta Per Kecamatan Tahun 2016

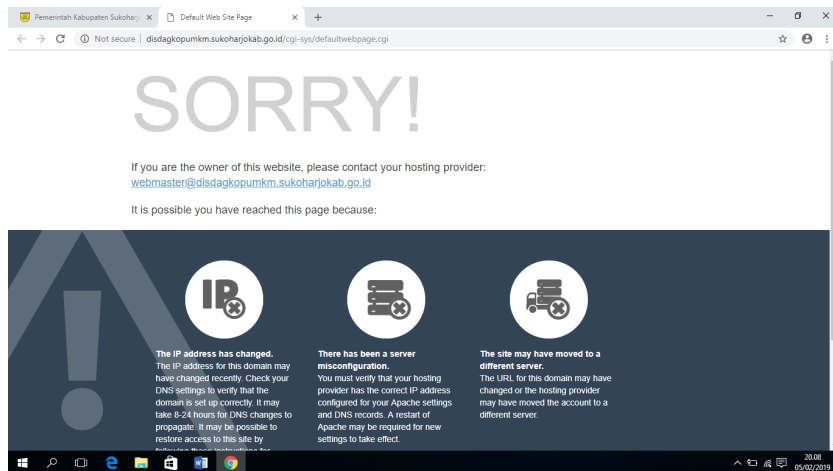
No	Sektor Usaha	Kecamatan				
		Banjarsari	Jebres	Laweyan	Pasar Kliwon	Serengan
1	Pertanian, peternakan, dan perikanan	14	8	26	38	21
2	Pertambangan dan Penggalian	2	0	1	0	0
3	Industri Pengolahan	1.162	1.689	760	1.538	1.105
4	Listrik, Gas dan Air bersih	36	53	26	95	10
5	Konstruksi	26	17	15	9	3
6	Perdagangan, Hotel dan Restoran	7.677	7.127	6.327	6.821	3.329
7	Pengangkutan dan Komunikasi	124	137	61	42	33
8	Keuangan, persewaan dan jasa perusahaan	475	336	300	176	150
9	Jasa-jasa swasta	856	789	646	477	251
Total		10.372	10.156	8.162	9.196	4.902

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Surakarta

Dinas perdagangan juga Katalog UMKM. Namun jika diperhatikan pada Gambarnya hanya informasi tentang pasar di Surakarta. Jika diklik lebih lanjut tidak ada informasi detail tentang UMKM.



Di Kabupaten Sukoharjo terdapat dinas UMKM. Ketika diklik ternyata tidak dapat diakses. Akibatnya, data UMKM tidak dapat diakses secara mudah.



Ketersediaan Data untuk Pemetaan UMKM

Jika menggunakan berbagai data mudah diakses melalui website, terlihat bahwa data UMKM disediakan oleh BPS, Bank Indonesia, Pemerintah provinsi dan pemerintah Daerah. Data mudah diakses paling banyak disediakan oleh BPS Pusat dan provinsi. Selain itu, data tidak mudah diakses dan atau tidak lengkap.

Data mudah diakses disediakan oleh BPS masih belum dapat digunakan untuk memetakan UMKM secara lebih terperinci. Sebagai contoh tidak diketahui data yang menunjukkan keunggulan dan keunikan UMKM. Demikian juga belum ada data pasar dan persaingan UMKM. Bahkan belum ada data alamat lengkap UMKM.

Penyebab hal itu adalah data mudah akses tidak disiapkan untuk pemetaan UMKM. Data siap akses tersebut hanya untuk menunjukkan bahwa UMKM sudah terkover dalam statistik. Selain itu, penyediaan data untuk pemetaan UMKM bukan termasuk 'urusan wajib' penyedia data.

Pdahal, tanpa ada ketersediaan data dan pemetaan UMKM secara mudah, strategi pengembangan dan kesejahteraan UMKM

menjadi kurang bermanfaat. Bahkan, strategi tersebut tidak dapat diimplementasikan sama sekali. Lebih lanjut lagi hal itu memungkinkan perkembangan UMKM hanya kuantitasnya, sedangkan kualitasnya tidak berkembang.

Namun demikian penyediaan data untuk pemetaan UMKM dapat dilakukan. Demikian juga perkembangan dan kesejahteraan UMKM. Hal itu mengingat karakteristik dasar data yang sudah diperoleh. Data tersebut berasal dari survey terhadap UMKM secara lengkap. Jadi data tersebut bagian dari data riil UMKM. Demikian juga mengingat kompetensi BPS sebagai penyedia data termasuk data UMKM. BPS memiliki komitmen pada “Data Mencerdaskan Bangsa”. Selain itu juga mengingat faktor perguruan tinggi yang memiliki concern terhadap UMKM dan memiliki sumber daya manusia multidisiplin yang mampu mendukung implementasi pemetaan UMKM menuju pengembangan dan kesejahteraan.

Kesimpulan

Tujuan penelitian telah dicapai. Data UMKM disediakan oleh berbagai pihak, khususnya oleh BPS. Data sudah tersedia dalam jumlah banyak, namun data mudah akses belum dapat digunakan untuk pemetaan UMKM.

Kerja sama perguruan tinggi dan BPS sangat penting. Mereka dapat memanfaatkan kompetensi masing-masing untuk mengembangkan data menjadi suatu pemetaan UMKM. Hasil kerja sama tersebut berupa pemetaan UMKM yang dapat berkembang dan sejahtera.

Disarankan terjadi kerja sama antara BPS dengan perguruan tinggi untuk mewujudkan pemetaan UMKM. BPS dan perguruan tinggi mendapatkan keuntungan, namun yang juga untung adakah UMKM yang menjadi siap berkembang dan sejahtera.

Daftar Pustaka

Alyas, & Rakib, M. (2017). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DALAM

- PENGUATAN EKONOMI KERAKYATAN (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros). *Sosiohumaniora*, 19(2), 114-120.
- Ananda, A. D., & Dwi, S. (2018). PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BERBASIS INDUSTRI KREATIF DI KOTA MALANG. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, X(X), 120-142.
- Ariani, & Utama, M. N. (2017). KAJIAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA TARAKAN. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 13(2), 99-118.
- Findawati, Y., Wicaksono, F. J., & Jakaria, R. B. (2016). SISTEM INFORMASI GEOGRAFIS PEMETAAN UMKM DI SIDOARJO BERBASIS WEB DAN ANDROI. *Seminar Nasional Telekomunikasi dan Informatika (SELISIK 2016)* (hal. 68-73). Bandung: Universitas Pasundan.
- Lukman, N. R., Syarif, R., Sampurno, & Ono. (2018). Strategi Pengembangan Model Bisnis Klaster Industri Produk Olahan Susu Cipageran. *Manajemen IKM*, 13(1), 75-86.
- Setiawan, R. I. (2013). STRATEGI PEMASARAN PENDUKUNG SEKTOR PARIWISATA: PERSPEKTIF MARKETING MIX DAN BALANCED SCORCARD (Studi pada Usaha Mikro Kecil Di kota Blitar). *Kompilek*, 5(2), 90-101.

BAGIAN 3.
INOVASI DAN KEMANDIRIAN

E-BANKING & TANTANGAN INOVASI

Edy Purwo Saputro

Dosen di FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta

PENDAHULUAN

Adopsi teknologi, termasuk *e-banking* pada dasarnya tidak hanya mengacu nilai penting kemudahan dibandingkan dengan teknologi sebelumnya. Alasan yang mendasari karena kemudahan saja tidak menjamin bahwa adopsinya akan berhasil. Paling tidak, ini terlihat dari hasil sejumlah riset adopsi *e-banking*, tidak hanya di negara industri maju, tapi juga di negara miskin berkembang. Oleh karena itu, sukses faktor dari kasus adopsi *e-banking* menjadi salah satu isu riset yang menarik sampai saat ini. Bahkan, ada juga fakta bahwa persepsian terkait kemudahan dirasakan berbeda antara nasabah tipe *high tech* dan *high touch*. Artinya, pendekatan yang harus dilakukan perbankan agar kedua tipe nasabah tersebut sukses mengadopsi *e-banking* harus dilakukan berbeda dan berkelanjutan. Hal ini penting karena nasabah tipe *high touch* adalah pasar potensial dari *e-banking* sedangkan nasabah tipe *high tech* adalah pasar aktual dari *e-banking* (Saputro, 2010).

Pemahaman tentang nasabah tipe *high touch* adalah mereka yang paham tentang internet namun belum familier menggunakannya sehingga berisiko tinggi terhadap model transaksi *online*, cenderung berkarakter usia lanjut, berpendidikan menengah ke bawah dan cenderung di pedesaan sehingga bercirikan tradisional. Nasabah tipe *high tech* yaitu familier dengan internet dan transaksi *online* sehingga mampu mereduksi risiko transaksi di dunia maya, *gadget* menjadi bagian *e-lifestyle*, cenderung usia muda – dewasa, berpendidikan tinggi, cenderung di perkotaan, melek teknologi karena responsif terhadap semua bentuk adopsi teknologi sehingga bercirikan modern. Terkait hal ini maka nasabah tipe *high touch* cenderung membutuhkan

stimulus untuk berniat adopsi *e-banking*, sedangkan nasabah tipe *high tech* cenderung mengacu stimulus untuk loyal terhadap layanan *e-banking* (Saputro, et.al., 2017).

Yang justru menjadi pertanyaan mengapa aspek kemudahan tidak menjamin adopsi *e-banking*? Teoritis menegaskan *technology acceptance model* merupakan model yang *robust* menjelaskan kaidah adopsi teknologi dan persepsian kemudahan merupakan salah satu faktornya. Artinya, ada faktor lain yang juga berperan terhadap adopsi *e-banking*. Selain itu, berbagai hasil riset juga menegaskan pengembangan terhadap variabel *technology acceptance model* dimungkinkan, terutama karena *setting* amatan dari semua kasus adopsi *e-banking* cenderung berkembang dan kompleks sehingga tidak bisa hanya dijabarkan dengan persepsian kemudahan dan persepsian kemanfaatan. Oleh karena itu, beralasan jika riset adopsi *e-banking* terus berkembang dan pendekatan teoritisnya tidak hanya *Technology Acceptance Model*, tetapi juga *Innovation Diffusion Theory*, *Theory of Reasoned Action* dan *Theory of Planned Behavior*, serta *Self-Services Technologies*.

Perkembangan teoritis model dari berbagai riset adopsi *e-banking* secara tidak langsung menunjukkan banyak faktor yang mendasari sukses adopsi *e-banking*, termasuk misalnya sikap, norma subyektif, *self-efficacy*, *trust* dan persepsian risiko. Oleh karena itu, regulasi *branchless banking* atau bank tanpa kantor cabang secara tidak langsung juga menuntut adanya sejumlah aspek yang mendukungnya, termasuk juga pentingnya regulasi dari pemerintah sehingga menjamin keamanan dan kenyamanan transaksi. Fakta yang ada menunjukkan bahwa kasus-kasus kejahatan perbankan cenderung berkembang, termasuk juga keterlibatan orang dalam. Oleh karena itu, beralasan jika kejahatan model ini banyak disebut sebagai kejahatan kerah putih. Padahal, dampak kejahatan seperti ini jelas berpengaruh terhadap aspek kepercayaan nasabah (Saputro dan Achmad, 2015).

Identifikasi hasil sejumlah riset empiris menegaskan bahwa faktor utama yang mendukung sukses adopsi *e-banking* yaitu membangun sikap positif terhadap *e-banking*. Keyakinan ini juga didukung temuan konsistensi dalam riset keperilakuan bahwa sikap dan niat adalah dua faktor yang saling terkait. Artinya, ketika sikap positif dapat terbentuk

maka akan memperkuat niat untuk melakukan suatu tindakan. Oleh karena itu, menumbuhkan sikap positif terhadap *e-banking* akan mempermudah adopsinya dan ini akan berlanjut menjadi pengguna yang loyal terhadap layanan *e-banking* dibanding model layanan tradisional atau *offline*.

Urgensi membangun sikap positif dapat dilakukan dengan menyajikan informasi yang benar dan dari sumber yang benar. Alasan yang mendasari karena persoalan adopsi di berbagai riset disebabkan karena faktor *lack of information*. Oleh karena itu, memotivasi individu untuk mencari informasi yang benar dan dari sumber yang benar secara tidak langsung akan mereduksi risiko dan mengetahui kemanfaatan dari layanan *e-banking*. Fakta ini mengindikasikan motivasi mengelaborasi informasi merupakan faktor yang juga berpengaruh terhadap sukses faktor adopsi *e-banking*. Artinya, variabel ini menjadi moderasi yang memperkuat pencarian informasi tentang *e-banking*.

Keyakinan tentang banyaknya faktor dari sukses adopsi *e-banking* maka semua pihak perlu memetakan kekuatan dari semua faktornya, termasuk juga komitmen memberikan edukasi secara berkelanjutan. Paling tidak, ini dapat mereduksi risiko, mengetahui keunggulan *e-banking*, kemanfaatan dan juga kenyamanan dari layanan *e-banking*. Jika semua tahapan tersebut dapat dilakukan maka kedua tipe nasabah yaitu *high touch* dan *high tech* bisa bersinergi menerima adopsi *e-banking* dan sekaligus bersedia loyal dalam penggunaan *e-banking*. Meski demikian, tantangan ke depan riset adopsi *e-banking* terus berkembang dan *setting* amatan yang muncul beragam sehingga perlu eksplorasi kajian teoritis – model dan generalisasi hasil.

Kompleksitas dibalik adopsi *e-banking* maka kasus pembobolan rekening nasabah dari sejumlah bank beberapa waktu lalu semakin memperkuat temuan sejumlah riset bahwa salah satu aspek terpenting dari adopsi *e-banking* adalah jaminan keamanan dan privasi (*Aldas-Manzano, et.al., 2009* dan *Smith, 2009*). Oleh karena itu adopsi *e-banking* harus didukung edukasi dari perbankan secara sistematis dan berkelanjutan. Hal ini menjadi penting karena pada dasarnya perbankan dan semua bidang usaha akan terus melakukan adopsi teknologi terbaru untuk memberikan kualitas layanan yang terbaik untuk kepuasan konsumen. Artinya, kasus pembobolan harus

mendapat perhatian serius agar *e-banking* dapat diterima nasabah sehingga memperkuat basis loyalitas (*intention to loyalty*) dan memicu terjadinya *intention to use* dari adopsi *e-banking* secara menyeluruh (Saputro, 2010).

Konseptual utama *intention to use* dan *intention to loyalty* hanya akan bisa tercapai jika nasabah merasa yakin dengan adopsi teknologi terbaru dan untuk kasus bank yaitu adopsi *e-banking*. Dalam rentang 10 tahun 1999-2009 ternyata aspek utama adopsi *e-banking* beragam misal aspek *ease of use, cost reduction, bank image, innovator's advantage, queue minimisation, increase sales, price competition, customers' alienation, improve customer service and satisfaction, decrease number of employees, increase non-bank competition, foreign competition, service differentiation, increase risk, dan market transparency* (Lymperopoulos dan Chaniotakis, 2004). Oleh karena itu beralasan jika Wong, et.al. (2008) menyarankan pengujian ulang atas adopsi *e-banking*.

PEMBAHASAN

E-banking: Internet dan E-lifestyle

E-banking baru dimulai tahun 1990-an bersamaan dengan perkembangan internet yang memungkinkan operasional berdasar standar *web browsers* untuk aktivitas koneksi dengan perbankan (Polasik dan Wisniewski, 2009). Penerapan *e-banking* pertama kali adalah Wells Fargo di California tahun 1995 melalui *virtual branchless bank* dan Security First Network Bank di tahun yang sama (DeYoung, et.al., 2007). Dekade berikutnya, hampir semua bank di Amerika - Eropa mengadopsi *e-banking* (Hernando dan Nieto, 2007). Sejumlah riset, misalnya di Amerika (DeYoung, et.al., 2007), di Spanyol (Hernando dan Nieto, 2007) dan di Italia (Hasan, et.al., 2005) menunjukkan *online service*, termasuk *e-banking* berdampak positif atas kinerja perbankan. *Online service* juga memungkinkan perbankan meningkatkan pendapatan dengan penjualan *additional fee-based services* (DeYoung, et.al., 2007). *Online service* bisa menekan biaya misal melalui ekspansi kantor cabang, menekan *maintenance*, mereduksi biaya pemasaran, juga pengurangan karyawan (Hernando dan Nieto, 2007).

Dari fakta di atas, internet memicu terjadinya perubahan fundamental di semua aspek operasional bisnis, termasuk perbankan (Saputro, 2010). Bahkan, kini saluran distribusi dan pelayanan telah banyak memanfaatkan internet sebagai implementasi *self-service technologies* (SSTs) atau teknologi berbasis layanan mandiri di era *e-service* (Aladwani, 2001). Gonzalez, et.al. (2004) menegaskan kini ada sekitar 11.250 situs *e-banking* di dunia. Mengacu urgensi *e-banking* sebagai implementasi SSTs di era *e-service*, maka pada paper ini yang dimaksud kualitas jasa, *e-banking*, SSTs dan *e-service* adalah:

- Kualitas jasa: *tingkat mutu yang terbaik dari suatu layanan yang diberikan kepada konsumen oleh penyedia jasa, baik dalam bentuk proses maupun hasil akhir sehingga konsumen merasa terpuaskan atau paling tidak memenuhi harapan konsumen*
- E-banking: *aktifitas perbankan melalui internet yang memungkinkan nasabah melakukan hampir semua transaksi, melakukan aktifitas pengecekan rekening, transfer dana antar rekening, hingga pembayaran tagihan bulanan melalui rekening bank yang bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja*
- SSTs: *sistem pelayanan dari suatu provider atau penyedia jasa yang lebih menekankan pada pemberdayaan konsumen atau nasabah untuk melakukan akses secara mandiri atau minimalisasi keterlibatan dari provider sehingga kontak langsung semakin minimal*
- E-service: *layanan yang memberdayakan konsumen dengan penekanan pada peran teknologi digital atau elektronik sehingga aspek utamanya adalah ketersediaan infrastruktur yang mendukung*

Adopsi *e-banking* di era *e-service* sebagai implementasi SSTs pada dasarnya sangat menuntut kualitas jasa yang lebih mengandalkan peran konsumen secara aktif (Branca, 2008). *E-banking* sebagai fenomena

baru saluran distribusi era *e-service* saat ini banyak mendapat perhatian dalam berbagai riset, baik dilihat dari *website* (Casalo, et.al., 2008), adopsi dan resiko (Cunningham, et.al., 2005), peluang - tantangan (Balachandran dan Krishan, 2000), loyalitas (Bontis, et.al., 2007), orientasi SSTs (Ho dan Ko, 2008), dan kasus di negara berkembang (Jaruwachirathanakul dan Fink 2005).

Adopsi *e-banking* di era *e-service* kini secara tidak langsung berpengaruh terhadap transformasi layanan perbankan tradisional (Barwise dan Farley, 2005). Yang menarik untuk ditelaah lebih lanjut adopsi *e-banking* sebagai bentuk layanan perbankan melalui *e-service* yang mengimplementasikan SSTs tidak secara langsung bisa menggantikan layanan perbankan tradisional, terutama dalam aspek interaksi humanis untuk jangka panjang (O'Donnell, et.al., 2002). Dibalik dualisme *e-banking*, manfaatnya menjadi faktor penting yang mendukung adopsinya, yaitu naiknya keuntungan karena reduksi antara biaya variabel dan infrastruktur, memacu diferensiasi dan keunggulan kompetitif, jangkauan lebih luas, kepuasan konsumen naik karena kian minimnya waktu tunggu, peningkatan kualitas layanan, serta peningkatan transaksi (Wong, et.al., 2008).

Urgensi adopsi *e-banking* sebagai implementasi SSTs di era *e-service* menuntut adanya preferensi yang menyatukan antara konsumen dan perbankan, terutama terkait kualitas jasa. Salah satu problem *e-service* yaitu bagaimana mengukur kualitas jasa (Shamdasani, et.al., 2008). Hal ini kemudian memicu berbagai kajian dan telaah tentang pengukuran kualitas jasa yang lebih spesifik, termasuk diantaranya bagaimana mengukur kualitas jasa pada perbankan (Fassnacht dan Kose, 2007).

Riset kualitas jasa pada umumnya mengadopsi dimensi SERVQUAL (Parasaruraman, et.al., 1985) dan kemudian dimensinya dikembangkan Berry dan Parasuraman (1991). Meskipun demikian, berbagai dimensi pengembangan riset kualitas jasa terus berlanjut (Aldlaigan dan Buttle, 2002; Bahia dan Nantel, 2000; Stafford, 1996) yang kesemuanya mengacu 5 dimensi SERVQUAL yaitu: *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*. Dimensi SERVQUAL bukannya tidak memicu kritik, terutama terkait gap antara persepsi dan yang dirasakan (Asubonteg, et.al., 1996 dan Buttle,

1996). Selain itu, SERVQUAL yang bisa dipakai di semua sektor jasa juga dipertanyakan (Babakus dan Boller, 1992; Carman, 1990). Oleh karena itu, sangatlah beralasan jika Carman (1990) menegaskan perlu adanya penambahan item untuk setiap dimensi yang dipakai di sektor jasa tertentu, selama item itu sangat penting menggambarkan penjelasan dari dimensi SERVQUAL. Kritik lain juga muncul dari Gilmore dan Carson (1992) bahwa dimensi SERVQUAL hanya terfokus di produk - jasa, mengabaikan dimensi lain dari *marketing mix*, misalnya tentang harga.

Mengacu argumen Carman (1990), maka riset tentang kualitas jasa, khususnya sektor perbankan merumuskan dimensi baru yang kemudian dilakukan Patricio, et.al. (2003) yang menguji kualitas jasa dari ragam pilihan jasa yang memadukan layanan elektronik dan tradisional. Yang menarik dari hasil riset ini bahwa kualitas jasa yang dirasakan dari suatu pilihan layanan ternyata berdampak kepada pilihan layanan lainnya (*ibid*, 2003). Terkait kasus ini, Fassnacht dan Kose (2007) menegaskan kualitas layanan elektronik mempunyai peran yang sangat penting untuk membangun kepercayaan konsumen dan kualitas layanan elektronik bukan bersifat substitusi dari kualitas layanan tradisional, tetapi justru bersifat komplementer.

Urgensi kritik dimensi SERVQUAL dan peran komplementer *e-service*, maka Bahia dan Nantel (2000) mengembangkan skala pengukuran baru *perceived service quality* untuk jasa perbankan yang dikenal "*Bank Service Quality*" atau BSQ. BSQ pada dasarnya yaitu pengembangan 10 dimensi asli model Parasuraman, et.al. (1985) yang kemudian ditambah item "*courtesy*" dan "*access*" seperti yang disarankan oleh Carman (1990) dan menambahkan sejumlah item lainnya yang pada dasarnya representatif dari *marketing mix* 7P: *product/service, place, process, participants, physical surroundings, price* dan *promotion*. BSQ sendiri terdiri 6 dimensi yaitu: *effectiveness* dan *assurance, access, price, tangibles, service portfolio*, dan *reliability*. Riset lebih lanjut dilakukan Zeithaml, et.al. (2000) dengan mengadopsi fenomena internet sebagai salah satu saluran distribusi dan memadukan riset kualitas jasa terdahulu. Riset ini lalu dikembangkan Zeithaml, et.al (2002) dan Parasuraman, et.al., (2005) yang kemudian terbentuk dimensi E-S-QUAL untuk pengukuran *e-service quality* yang terdiri 7

dimensi yaitu: *efficiency, reliability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, dan contact.*

Dimensi Riset Kualitas Jasa Perbankan

Institusi finansial, termasuk di sektor perbankan merupakan salah satu jasa yang sangat berkepentingan dengan pemahaman tentang ekspektasi konsumen dan juga komitmen terhadap penyediaan layanan terbaik. Oleh karena itu, riset yang memfokuskan kualitas jasa di sektor perbankan menjadi sangat menarik dikaji (Yavas, et.al., 2004). Bahkan, Jayawardhena (2004) meyakini riset kualitas jasa *e-banking* merupakan salah satu fokus perhatian bagi banyak peneliti dan manajer di era *e-service* dan fenomena teknologi berbasis layanan mandiri.

Dari telaah literatur, disimpulkan bahwa riset tentang kualitas jasa, terutama perbankan bisa dilakukan dengan tiga pendekatan yaitu pendekatan melalui dimensi SERVQUAL yang mengacu sektor jasa secara umum dengan 5 dimensi versi Berry dan Parasuraman (1991) yaitu: *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan juga *empathy*. Kedua yaitu: melalui dimensi khusus bagi perbankan seperti yang dikembangkan oleh Bahia dan Nantel (2000) melalui BSQ terdiri 6 dimensi: *effectiveness* dan *assurance, access, price, tangibles, service portfolio, dan reliability*. Ketiga: dimensi yang dikembangkan Zeithmal, et.al (2002) dan Parasuraman, et.al., (2005) melalui E-SQUAL terdiri 7 dimensi yaitu: *efficiency, reliability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, dan contact.*

Perkembangan yang sangat dinamis dalam berbagai riset terkait kualitas layanan, maka beralasan jika Kohli, et.al (1993) menekankan pentingnya proses adaptasi dan inovasi dengan menyesuaikan perkembangan yang ada, dan sekaligus kritik kepada riset tentang kualitas layanan yang cenderung tradisional mengacu dimensi SERVQUAL. Ragam alasan kritik dari riset tradisional adalah (*ibid, 1990 dan 1993*):

1. Riset tradisional yang mengacu dimensi SERVQUAL cenderung tidak bisa melihat perkembangan kompleks yang ada, termasuk juga dimensi karakteristik di setiap kasus yang berbeda dan

- jasa yang berbeda. Terkait ini, Ladhari (2008) secara jelas menggambarkan tentang pentingnya alternatif pengukuran setiap dimensi dari riset tentang kualitas jasa.
2. Tidak adanya modifikasi dari riset tradisional menimbulkan pertanyaan terkait kritik yang semakin berkembang tentang instrumen SERVQUAL. Zeithaml, et.al (1985) menegaskan pentingnya aspek pengembangan dimensi SERVQUAL sebagai upaya untuk menjawab kompleksitas tentang kualitas jasa yang semakin kompleks.
 3. Kritik paling penting dari riset tradisional yaitu terkait dengan manfaat untuk aspek kepentingan manajerial. Tidak adanya modifikasi dan adaptasi terhadap persoalan yang semakin kompleks sangat berpengaruh bagi implikasi manajerial (Gray, et.al., 1998) dan filosofi umum yang aktual (Lado, et.al., 1998). Terkait kasus ini, Lafferty dan Hult (2001) menegaskan pentingnya pengembangan riset empiris terkait kualitas jasa.

Dinamisasi dalam riset tentang kualitas jasa secara tidak langsung juga mempengaruhi atas pergeseran dimensi yang paling penting menurut konsumen (Wong, et.al., 2008). Fakta ini dipengaruhi banyak aspek, misal tentang aspek jender dan perilaku individu, juga aspek budaya. Hal ini diperjelas dengan temuan sejumlah riset (*lihat tabel 1*).

Tabel 1
Hasil riset empiris yang mengadopsi SERVQUAL, BSQ dan E-S-QUAL

PENELITI TAHUN	UMUM SERVQUAL			KHUSUS BSQ			KHUSUS E-S-QUAL		
	RSQ	SSTs	CRM	RSQ	SSTs	CRM	RSQ	SSTs	CRM
Bahia dan Nantel (2000)				√		√			
Lassar, et.al. (2000)	√		√						
Spathis, et.al. (2001)				√		√			

PENELITI TAHUN	UMUM SERVQUAL			KHUSUS BSQ			KHUSUS E-S-QUAL		
	RSQ	SSTs	CRM	RSQ	SSTs	CRM	RSQ	SSTs	CRM
Broderick dan Vachirapornpuk (2002)	√		√						
Cui, et.al. (2003)	√		√						
Gounaris dan Dimitriadis (2003)	√	√							
Jabnoun dan Al-Tamimi (2003)	√		√						
Santos (2003)							√		√
Wang, et.al. (2003)	√		√						
Bebko (2004)	√		√						
Curry dan Penman (2004)	√	√							
Spathis, et.al. (2004)				√		√			
Malhotra, et.al. (2005)	√		√						
Ehigie (2006)	√		√				√		√
Glaveli, et.al. (2006)							√		√
Agus, et.al. (2007)	√		√						
Cristobal, et.al. (2007)									
Li dan Suomi (2007)							√		√
Mekovec, et.al (2007)							√		√
Petridou, et.al (2007)				√		√			
Tyran dan Ross (2006; 2007)	√		√				√		√
Guo, et.al. (2008)	√		√						
Wong, et.al. (2008)	√		√						
Yang dan Cheng (2008)							√		√
Albassam (2009)							√	√	
Berndt (2009)	√		√						
Cassab dan MacLachlan (2009)	√		√						

Ket: RSQ = Research Service Quality, SSTs = Self-service Technologies,

CRM = Customer Relationship Marketing

Sumber: review dari riset empiris (Saputro, 2010)

Riset Empiris tentang *E-banking*

Beragam riset tentang kualitas jasa, termasuk di perbankan cenderung terus berkembang seiring dengan peningkatan persaingan (Yavas, et.al., 2004). Sejumlah riset kualitas jasa menunjukkan aspek pengaruhnya pada transaksi ulang (Chen dan Chang, 2006), loyalitas (Jones dan Farquhar, 2003), profitabilitas (Lee dan Hwan, 2005), tingkat kepuasan konsumen (Yavas et.al., 2004) dan segmentasi konsumen (Garland, 2005). Mayoritas riset kualitas jasa di sektor perbankan melihat dari sudut pandang kepuasan konsumen (Roberts dan Campbell, 2007).

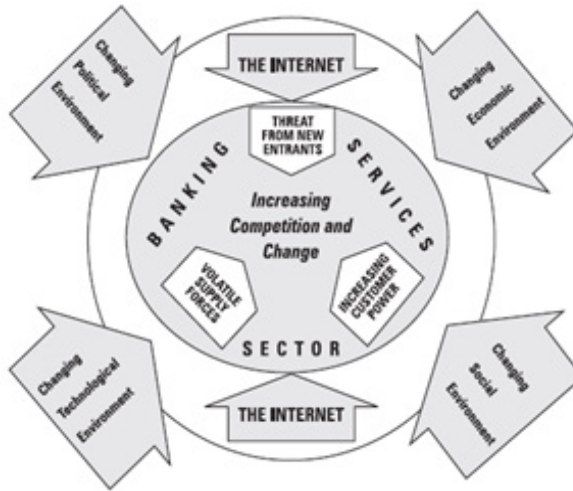
Riset Garland (2005) yang mengembangkan delapan segmentasi mampu merumuskan strategi kebijakan yang harus ditempuh perbankan untuk memacu kualitas jasa. Temuan ini sejalan dengan riset dari Yavas, et.al (2004) bahwa untuk kelompok berbeda yaitu laki-laki dan perempuan ternyata juga memberikan respons yang berbeda dalam melihat kualitas jasa. Hal ini juga identik dari hasil riset dari Gaveli, et.al (2006) bahwa respons berbeda juga dialami oleh riset yang bersifat lintas negara terkait dengan kualitas jasa yang dirasakan. Dimensi kualitas jasa juga mengalami perbedaan menurut persepsi konsumen untuk kasus di bank swasta dan bank pesero (Yavas, et.al, 2004). Hal ini juga dipertegas argumen Abratt dan Russell (1999) dengan asumsi karena perbedaan karakteristik bank swasta yang menekankan profesionalisme. Hasil riset dari Kangis dan Voukelatos (1997) dan Spathis, et.al. (2001) menunjukkan bahwa evaluasi kualitas jasa bank pesero lebih rendah dibanding bank swasta.

Kualitas jasa, termasuk bagi sektor perbankan merupakan salah satu aspek penting untuk memenangkan persaingan (Branca, 2008). Inovasi berbagai aplikasi teknologi, termasuk SSTs sangat penting dikembangkan di era *e-service*, tidak hanya bagi perbankan, tetapi juga bagaimana nasabah melakukannya dengan mudah, tanpa mengabaikan keamanan dari setiap transaksi (Casalo, et.al., 2007). SSTs di era *e-service* hanya akan bermanfaat jika memberi keuntungan kedua pihak, yaitu korporasi di satu sisi dan juga nasabah di sisi lain (Howcroft, et.al., 2002).

Peningkatan kualitas pelayanan melalui *e-service* telah menjadi pilihan yang tidak bisa dihindari dan korporasi dituntut untuk menyediakan fasilitas ini demi meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen dan perbankan menjadi salah satu bidang jasa yang wajib melakukan adopsi *e-banking* sebagai salah satu bagian dari SSTs di era *e-service* (Kaleem dan Ahmad, 2008). Riset Thornton dan White (2001) menunjukkan peran *e-service* melalui *electronic distribution channels* di perbankan Amerika berpengaruh terhadap pilihan semua alternatif yang ada. Hal ini didukung riset Lymperopoulos dan Chaniotakis (2004) bahwa *e-banking* tidak terlepas dari peran manajer dan internal SDM perbankan untuk menjalin promosi. Riset dari Moutinho dan Phillips (2002) dan Aladwani (2001) mendukung temuan pentingnya adopsi *e-banking* di era *e-service* dengan keterlibatan aktif internal SDM perbankan.

Riset *e-banking* sangatlah beragam dengan berbagai pendekatan misal kepuasan nasabah (Mols, 1998) dan alasan adopsi (Gerrard dan Cunningham, 2003). Yang menarik meski banyak riset menunjukkan manfaat (Kaleem dan Ahmad, 2008) tapi di sisi lain *e-banking* sangat rentan (Mukherjee dan Nath, 2007). *E-banking* di era *e-service* menjadi bidang riset yang penting di bidang pemasaran dan berkembang sejak tahun 1990-an (Ngai, 2005). Ragam riset *e-banking* terfokus dua aspek yaitu pemanfaatan teknologi terhadap perbankan - institusi finansial (Yakhlef, 2001) dan terkait persepsi konsumen, sikap dan kemampuan adopsi terhadap teknologi baru (Polatoglu dan Ekin, 2001).

Pentingnya kualitas jasa terkait dengan SSTs, aplikasi *e-service* dan adopsi *e-banking*, maka dapat disimpulkan bahwa *e-banking* merupakan sistem yang kompleks dan terkait banyak aspek. Oleh karena itu, keberhasilan adopsi *e-banking* tidak hanya dipengaruhi sejumlah manfaat tetapi juga aspek resiko yang di banyak riset empiris justru menjadi ancaman terkait adopsi *e-banking* (Polasik dan Wiesniewski, 2009). Oleh karena itu, sukses adopsi *e-banking* harus memperhatikan sejumlah aspek, seperti terlihat gambar 1:



Gambar 1 Sektor perbankan dan multi faktor yang mempengaruhi perubahannya

Sumber: Jayawardhena, C. dan Paul, F. (2000), Changes in the banking sector - The case of Internet banking in the UK, *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, Vol. 10, No. 1, hal. 19-30.

E-banking yang terkait aplikasi SSTs di era *e-service*, maka beralasan jika aspek keamanan menjadi salah satu variabel penting *e-banking* dan ini juga diperkuat oleh temuan empiris dari berbagai riset *e-banking* (Venkatraman dan Delpachitra, 2008). Urgensi keamanan *e-banking*, maka berbagai riset menunjukkan adanya sejumlah faktor yang mendasari pilihan adopsi *e-banking* dan *e-service*, misal hasil penelitian Yakleft (2001) menunjukkan bahwa *e-commerce* telah mengubah proses interaksi transaksi menjadi tidak langsung. Sejak era internet menjadi media legal transaksi, maka perdagangan melalui elektronik sangat rentan terhadap pelanggaran kerahasiaan pribadi.

Yang juga menarik terkait *e-banking*, hasil riset Donner (2007) menunjukkan bahwa perbedaan *income* perkapita negara mempengaruhi aplikasi *e-banking*. Penelitian ini membedakan klasifikasi negara berdasarkan *income* per kapita yaitu (1) kelompok *low income* (< \$875): India, Pakistan, Banglades, Nigeria, Vietnam, (2) *lower-middle income* (\$876 - \$3465): Cina, Brazil, Indonesia, Philipina, Mesir, (3)

upper-middle income (\$\$3466 - \$10725): Rusia, Turki, Mexico, Afrika Selatan, Argentina, dan (4) *high income* (> \$10726): Jerman, Jepang, Prancis, AS dan Inggris.

Riset Lassar et.al. (2000) untuk kasus di bank pesero di AS dengan menggunakan dua pendekatan yaitu SERVQUAL dan *technical / functional quality* menunjukkan ternyata tipe komunikasi antara *service providers* dan konsumen berpengaruh terhadap kualitas dan kepuasan. Hasil riset Kangis dan Kareklis (2001) secara nyata menegaskan bahwa antara bank swasta dan bank publik terdapat perbedaan orientasi yang kemudian hal ini berpengaruh pada kualitas layanan. Karakteristik yang umum dipahami bahwa bank swasta (*private bank*) cenderung lebih mengedepankan *profit oriented*, sedangkan bank pesero (*public bank*) tidak semata-mata terkait fokus *profit oriented*, tetapi juga *social oriented*. Hal ini mendukung riset Spathis, et.al. (2004) bahwa terdapat perbedaan status bank yaitu bank swasta dan pesero terkait dengan layanan yang dirasakan oleh nasabah, terutama nasabah perempuan untuk kasus di Mesir. Abratt dan Russell (1999) secara jelas menyebut identifikasi bank swasta terfokus profesionalisme dan profit sehingga ini terkait aspek kualitas pelayanan yang berbeda jika dibandingkan dengan bank pesero.

Fakta lain yang juga menarik untuk dikaji bahwa beberapa riset menunjukkan ada nilai perbedaan antara *public* dan *private sector* karena keduanya mempunyai kondisi lingkup kerja yang memang berbeda (Zeppou dan Sotirakou, 2003). Hal ini semakin diperparah oleh model kebijakan desentralisasi dalam pengambilan keputusan sehingga memicu paradoks, di satu sisi dituntut bersaing dan di sisi lain terjadi keterbatasan sumber daya. Berbeda dengan *private sector* yang menekankan efisiensi di semua lini operasionalnya sehingga menuntut adanya pencapaian profit serta menekan biaya maksimal, termasuk tuntutan survive. Selain itu, tuntutan *shareholder* terhadap profit dan return secara tidak langsung sangat berpengaruh terhadap kinerja *private sector* (Cooper, 2004).

Penelitian Roth dan Van der Velde (1989) menunjukkan bahwa interaksi manusia masih sangat penting dalam aspek layanan perbankan sehingga peran dari kantor cabang bank menjadi sangat penting nantinya, meskipun perbankan tetap harus mengadopsi

layanan teknologi baru untuk meningkatkan kualitas layanan, termasuk adopsi *e-banking* yang merupakan aplikasi dari teknologi berbasis layanan mandiri di era *e-service*. Temuan ini sejalan dengan riset Howcroft dan Durkin (2000) tentang pentingnya preferensi dalam proses jalinan interaksi personal antara bank dan nasabah, serta riset Tyler dan Stanley (2001) tentang peran manajer bank bagi jalinan interaksi dengan nasabah dan juga riset O'Donnell, et.al. (2002) bahwa nasabah menyukai interaksi personal dalam layanan, di antaranya melalui komunikasi dua arah antara perbankan dan nasabah.

Berbagai temuan riset masih menunjukkan adanya kontradiksi terkait adopsi *e-banking*. Kontradiksi antara layanan tradisional dalam bentuk interaksi personal perbankan serta urgensi adopsi *e-banking* sebagai bentuk dari teknologi berbasis layanan mandiri di era *e-service* maka ini memicu adanya kesenjangan dan menarik untuk dikaji lebih lanjut terkait riset kualitas jasa (Shamdasani, et.al., 2008; Ibrahim, et.al., 2006; Bauer, et.al., 2005). Hasil riset Patricio, et.al. (2003) semakin menegaskan bahwa beragam layanan perbankan, baik yang tradisional ataupun yang modern, termasuk *e-banking* berdampak positif terhadap semua alternatif pilihan layanan yang ada. Hasil ini menguatkan riset dari Burke (2002) bahwa korporasi haruslah memahami keberadaan konsumen terkait beragam pilihan layanan. Selain itu, riset Fassnacht dan Kose (2007) bahwa kualitas layanan *e-service* berdampak positif atas kepercayaan terhadap *provider* dan ini makin memperkuat argumen Wong, et.al. (2008) bahwa layanan tradisional dan juga modern, termasuk *e-banking* cenderung bersifat komplementer, bukanlah substitusi.

Yang menarik dari adopsi *e-banking* dan kasus pembobolan rekening bank juga tidak bisa terlepas dari fokus riset tentang interaksi antara tipe nasabah dan tuntutan adopsi teknologi terbaru sebagai bagian dari penerapan SSTs. Ding, et.al. (2007) menegaskan bahwa era *e-lifestyle* tidak bisa terlepas dari tuntutan SSTs dan dunia usaha, termasuk perbankan harus melakukan adopsi teknologi terbaru untuk mendukung era '*less cash society*'. Oleh karena itu, fenomena ini tentu tidak bisa terlepas dari tipologi nasabah karena semua adopsi harus memberikan manfaat bagi nasabah.

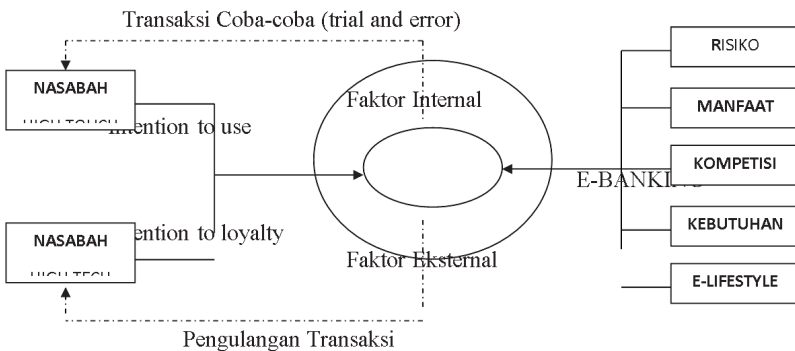
Penelitian Saputro (2008) menunjukkan bahwa nasabah dapat dikelompokkan menjadi dua, *pertama*: nasabah tipe *high touch*. Karakteristik dari nasabah tipe ini cenderung lebih mengharapkan interaksi manual dengan penekanan interaksi langsung dengan *customer service* atau pegawai perbankan sehingga aspek humanis interaksi menjadi orientasi inti dari karakteristik nasabah tipe ini. Aspek generalisasi dari tipe nasabah ini yaitu berusia lebih dari 50 tahun, pendidikan SMA, kurang paham internet, mayoritas berpenghasilan menengah dan tinggal di pinggiran. Dari kasus pembobolan rekening bank, maka dapat dipastikan kelompok nasabah ini tidak menjadi korban, di sisi lain mereka makin yakin enggan beralih ke *e-banking* dan jika ini tidak cepat ditangani maka merubah *intention to use* dari kelompok nasabah ini semakin sulit.

Kedua: nasabah tipe *high tech*. Karakter utama nasabah tipe ini cenderung menghendaki interaksi minimal karena ada kemudahan dari layanan elektronik yang telah disediakan perbankan. Oleh karena itu, layanan *online* perbankan adalah sesuatu yang tidak asing bagi kelompok nasabah ini dan mereka cenderung bisa menerima terhadap semua adopsi teknologi terbaru dari layanan perbankan, meski aspek keamanan dan kerahasiaan tetap menjadi prioritas utama bagi mereka. Generalisasi dari tipe nasabah ini adalah berusia antara 25-50 tahun, berpendidikan sarjana, familier internet (*internet user*), mayoritas cenderung *melek* teknologi dan tinggal di perkotaan. Dari kasus pembobolan rekening bank, maka dapat dipastikan kelompok nasabah ini banyak yang menjadi korban. Hal ini harus diwaspadai sebab dampak terhadap *intention to loyalty* dari adopsi *e-banking* dari kelompok nasabah tipe ini akan menjadi sangat rentan. Padahal, merubah *intention to use* dari tipe *high touch* ke *high tech* mereka sebelumnya sudah sangat sulit.

Hasil penelitian Saputro (2009) menunjukan bahwa adopsi teknologi terbaru perbankan ternyata memicu ambiguitas bagi nasabah yaitu di satu sisi nasabah tetap menghendaki ada interaksi personal dan di sisi lain perkembangan teknologi tidak bisa dihindari yang mengharuskan perbankan melakukan adopsi teknologi baru untuk meningkatkan kualitas layanan. Oleh karena itu, perbankan harus melakukan edukasi terhadap nasabah terkait adopsi teknologi

terbaru perbankan dan ini bisa dilakukan dengan iklan di media atau visualisasi secara terstruktur agar nasabah bisa lebih memahami penggunaan teknologi perbankan. Meski demikian, kasus-kasus pembobolan rekening bank menjadi ancaman serius dari proses edukasi yang dilakukan perbankan.

Problem inti dari edukasi yang dilakukan perbankan terfokus pada pemahaman dari para nasabah untuk bisa menerima terhadap semua bentuk adopsi teknologi terbaru dan aspek jaminan keamanan serta jaminan kerahasiaan (*privacy*) menjadi faktor riil yang menjadi pertimbangan nasabah. Temuan yang menarik bahwa nasabah percaya terhadap adopsi teknologi terbaru perbankan bagi bank swasta dibandingkan bank pesero. Keyakinan ini didukung fakta bahwa adopsi teknologi terbaru di bank swasta cenderung lebih cepat dibandingkan dengan bank pesero. Temuan ini secara eksplisit menjadi dasar penelitian lanjutan tentang urgensi *intention to use* dan *intention to loyalty* terkait adopsi *e-banking* sebagai teknologi baru perbankan di era *e-service* dengan penekanan SSTs. Oleh karena itu, perbankan harus selalu meningkatkan kualitas layanan, termasuk adopsi *e-banking* dengan tetap mengutamakan aspek keamanan dan privasi agar nasabah tetap loyal. Hal ini dapat dilihat pada gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2 Interaksi antara nasabah high touch dan high tech dari adopsi e-banking

E-banking: SSTs dan Prospek ke Depan

Dari penjelasan di atas bahwa perkembangan teknologi di semua bidang sangat pesat dan menuntut dunia usaha proaktif terhadap layanan yang terbaik. Hal ini dilakukan untuk bisa meningkatkan kualitas pelayanan dan kontinuitas interaksi antara konsumen dengan dunia usaha (*Gwinner, et.al., 1998*). Di satu sisi, interaksi ini bersifat kontinyu sehingga menjadi salah satu kajian penting di bidang pemasaran, terutama yang terkait layanan jasa. Di sisi lain, perkembangan teknologi berpengaruh pada perubahan dramatik, tidak hanya bagi dunia usaha, tapi juga konsumen (*Bell dan Tang, 1998*).

Aplikasi teknologi bagi sektor jasa tidak hanya memperkecil biaya (*Kelly, 1989*), tetapi juga mampu meningkatkan loyalitas (*Sousa, et.al., 2008*), berpengaruh terhadap profit (*Liao dan Cheung, 2002*), intensitas pengulangan (*Akinci, et.al., 2004*) dan menjadi standarisasi pelayanan (*Durkin, 2004*). Urgensi aplikasi teknologi terbaru, maka antara dunia usaha - konsumen harus mendapatkan manfaat sama (*Branca, 2008*). Versi Rowley (*2006*), dua faktor penting dari adopsi teknologi yaitu tingkat keberhasilan adopsi dan juga perilaku inovatif dari tujuan penggunaan inovasi. Oleh karena itu, maraknya kejahatan perbankan termasuk pembobolan rekening menjadi ancaman terhadap keberhasilan adopsi teknologi terbaru dalam layanan perbankan, termasuk *e-banking*.

Adopsi teknologi yang merupakan bagian dari inovasi pelayanan juga dipengaruhi oleh karakteristik sosial - personal dan atribut inovasi yang dirasakan (*Lee, et.al., 2003*). Dari penelitian yang dilakukan bahwa pengguna *computer banking* rata-rata berusia muda, berpendidikan dan memiliki pendapatan yang lebih tinggi dibanding rata-rata pengguna ATM (*ibid, 2003*). Temuan Kolodinsky, et.al., (*2004*) bahwa pendapatan dan pendidikan berpengaruh positif, sedangkan usia berpengaruh negatif terhadap adopsi *phone banking* dan juga *personal computer banking* (PC banking), sementara aspek jender hanya berpengaruh terhadap *phone banking*.

Kompleksitas dalam aspek inovasi layanan dan adopsi teknologi perbankan, Byers dan Lederer (*2001*) menegaskan sektor perbankan

tidak bisa lepas dari preferensi konsumen, persaingan dari lembaga non-bank lainnya, perubahan demografi dan juga regulasi di bidang finansial. Keberhasilan -kegagalan sektor perbankan sangat ditentukan oleh kemampuan manajemen dalam mengantisipasi berbagai perubahan, termasuk misalnya adanya tuntutan inovasi layanan dan adopsi teknologi terbaru (Gan, et.al., 2006). Hal ini secara tidak langsung menunjukkan inovasi layanan dan adopsi teknologi terbaru untuk sektor perbankan akan terus berkembang, termasuk adanya tuntutan SSTs (Nilson, 2007). Terkait hal ini, Dabholkar (1994) melakukan klasifikasi dari teknologi berbasis layanan mandiri:

Tabel 2 Identifikasi dan klasifikasi dari teknologi berbasis layanan mandiri

	DI LOKASI PELAYANAN BERADA	DI LOKASI KONSUMEN BERADA
KONTAK LANGSUNG	Konsumen mendatangi tempat pelayanan jasa dan menggunakan teknologi yang disediakan oleh provider, misalnya ATM, self-scanning di retail atau perpustakaan digital	Konsumen menggunakan teknologi dari rumah atau dimana konsumen berada saat itu, misalnya internet shopping, interaktif TV-shopping
KONTAK TAK LANGSUNG	Konsumen mendatangi tempat pelayanan jasa dan menggunakan sistem telepon otomatis untuk mendapatkan layanan, misal automated wake-up calls di hotel	Konsumen menggunakan saluran calls automated telephone dari penyedia jasa untuk mendapatkan layanan, misalnya <i>telephone-banking</i> , <i>automatedticket ordering over telephone</i>

Sumber: Dabholkar, P.A. (1994), Technology-based service delivery: A classification scheme for developing marketing strategies, *Advances in Service Marketing and Management*, Vol. 4, hal. 241-271.

Versi Giannakoudi (1999) perkembangan SSTs di sektor perbankan dimulai tahun 1970 melalui kartu kredit, layanan ATM dan jaringan ATM. Pada tahun 1980 ditandai dengan *phone banking*, di akhir tahun 1980 dan awal tahun 1990 dengan *PC banking*. Semua perubahan berdampak positif bagi *e-banking*, termasuk salah satunya *internet banking* (Karjaluoto, et.al., 2002). Meski aplikasi *e-banking*

masih baru, tetapi sektor perbankan meyakini *e-banking* merupakan salah satu layanan teknologi yang memberikan prospek bagi interaksi yang bisa menjadikan konsumen lebih mandiri (Bauer, et.al., 2005). Selain itu adopsi *e-banking* juga harus melibatkan karyawan bank terutama untuk proses edukasi melalui *self-efficacy* (Laukkanen, et.al., 2008). Jadi, SSTs adalah teknologi yang memungkinkan *end user* melakukan sesuatu dengan mudah (*ease of use*). SSTs sebagai sumber daya bagi operasional bisnis memicu konsekuensi terhadap korporasi dan aspek nasabah di sisi lain. Terkait hal ini, SSTs tidak bisa lepas dari transformasi perilaku di korporasi dan nasabah juga melakukan transformasi yaitu dari konsumen menjadi *user* (Maguire dan Ojiako 2008). Sinergi dari itu semua terlihat pada tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 3 Isu teknologi berbasis layanan mandiri di perbankan

PRIMARY ACTIVITY	FUNCTION OF SELF-SERVICE TECHNOLOGY		
	Transaction	Customer Service	Self-help
Network promotion & contract management	Functions for cross-selling of services and bundling banking services with other products and services.	Functions for managing the customer relationship, e.g. by ordering new cards or opening and closing accounts.	Customer self-recruiting from click-able banner ads and referential emails from friends. Selfconfiguration of services.
Service provisioning	Standard banking services that are automated or based on forms.	Online services that enable customers to monitor their relationship with the bank in terms of status information, history, and pending transactions or services.	Customer self-training and support in financial services.
Infrastructure operation	Anywhere-anytime transaction processing in interoperable systems.	Secure access to customer history and transactions	Customer self-training in use of the technology for self-service banking.

Sumber: Sannes, R. (2001), Self-service banking: Value creation models and information exchange, *Informing Science*, Vol. 4, No 3, Special Series on Information Exchange in Electronic Markets, hal. 139-148.

KESIMPULAN

E-banking sebagai implementasi SSTs merupakan dunia baru bagi perbankan yang akan terus berinovasi sehingga menuntut adaptasi untuk meningkatkan aspek pelayanan yang kemudian disebut sebagai pemberdayaan konsumen (Davies dan Elliott, 2006). Proses pemberdayaan konsumen dari aplikasi SSTs melalui *e-banking* berpengaruh terhadap perubahan peran karyawan bank yaitu dari *profesional adviser* menjadi *intermediary* (Scottish Banker, 2002). Oleh karena itu, keberhasilan adopsi *e-banking* sebagai bentuk teknologi berbasis layanan mandiri sangat ditentukan oleh pemahaman *e-banking* oleh karyawan bank dan nasabah sehingga preferensi dari keduanya menjadi sangat penting.

Perkembangan teknologi memberikan sejumlah peluang dan sekaligus tantangan, tidak hanya bagi dunia usaha - korporasi, tapi juga konsumen - nasabah terutama pada bentuk layanan jasa dan saluran distribusi (Hernandez dan Mazzon, 2007). Teknologi melalui aplikasi SSTs memicu peningkatan kualitas layanan, meski di sisi lain ada isolasi karena interaksi interpersonal atau *face-to-face* semakin berkurang karena digantikan layanan elektronik atau *e-service* yang memberikan kemudahan bagi nasabah. *E-banking* adalah salah satu bentuk *e-service* sebagai implementasi SSTs.

Riset *e-banking* adalah salah satu kajian yang menarik karena adanya mobilitas individu dan ketersediaan teknologi yang mendukung sehingga sangat beralasan jika *e-banking* dianggap sebagai salah satu *the most value-added* dan juga menjadi *mobile service* yang terpenting saat ini (Lee, et.al., 2003). Yang menjadi menarik dari riset *e-banking* bahwa meski telah banyak dilakukan riset terkait perilaku konsumen yang bertransaksi *online* dengan berbagai cara pendekatan disiplin ilmu, tetapi bidang penelitian ini masih sangat luas sehingga beralasan jika riset perilaku konsumen *online* menjadi berkembang dan publikasinya terus meningkat. Selain itu, masih ada kontradiksi dan masih sedikit yang melakukan *review* secara sistematis untuk membangun suatu kerangka pemikiran yang konstruktif misalnya seperti yang dilakukan Koufaris et.al (2001).

Perbankan adalah industri yang tidak hanya melakukan kegiatan simpan pinjam, tetapi juga terkait jasa misal memberi saran tentang investasi, layanan *internet banking* serta *telephone banking*. Perkembangan teknologi perbankan memicu kebutuhan aplikasinya sehingga nasabah menjadi familier. Pemindahan transaksi langsung atau *face to face* ke transaksi tidak langsung melalui *e-service* sebagai dampak aplikasi *e-banking* dan SSTs butuh aplikasi teknologi perbankan dan di sisi lain juga butuh pemahaman dari nasabah, terutama terkait pemahaman teknologi informasi dan komunikasi (Aladwani, 2001).

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) diyakini menjadi sebuah faktor penting bagi kemajuan semua bisnis di era global kini. Selain menjadi faktor produksi dan ekonomi, TIK juga berperan dalam perubahan sosial kemasyarakatan di berbagai aspek, termasuk salah satunya di bidang perbankan. Hal ini tidak lepas dari fenomena *knowledge society* dan juga *knowledge-based society* (Loermans dan Fink, 2005). Bahkan, digitalisasi pada semua bidang nampaknya semakin tidak bisa dihindari, termasuk dalam lingkup aplikasi di perbankan (Aladwani, 2001). Hal ini akhirnya memicu terjadinya proses pengambilan keputusan yang kompleks dan terkait banyak aspek, misal tentang resiko, biaya, dimensi kualitas, faktor individual dan tuntutan kompetisi, termasuk juga orientasi atas transaksi ulang yang meningkatkan kualitas layanan (Gan, et.al., 2006). Oleh karena itu, tidak ada alasan lain bagi perbankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah termasuk dengan adopsi *e-banking*. Berbagai kasus kejahatan perbankan termasuk kasus pembobolan rekening harus cepat diungkap karena ini terkait sisi kepercayaan nasabah dan sangat rentan terhadap *intention to use* dan *intention to loyalty* dari *e-banking*.

Daftar Pustaka

- Abratt, R. dan Russell, J. (1999), Relationship marketing in private banking in South Africa, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 17, No. 1, hal. 5-19.
- Akinci, S., Aksoy, S. dan Atilgan, E. (2004), Adoption of Internet

- banking among sophisticated consumer segments in an advanced developing country, *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 22, No. 3, hal. 212-232.
- Aladwani, A.M. (2001), Online banking: A field study of drivers, development challenges, and expectations, *International Journal of Information Management*, Vol. 21, No.3, hal .213-225.
- Alda 's-Manzano, J., Lassala-Navarre ' , C., Ruiz-Mafe ' , C., dan Sanz-Blas, S. (2009), Key drivers of internet banking services use, *Online Information Review*, Vol. 33, No. 4, hal. 672-695.
- Aldlaigan, A.H. dan Buttle, F.A. (2002), SYSTRA-SQ: A new measure of bank service quality, *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 13, No. 4, hal. 362-381.
- Asubonteng, P., McCleary, K.G. dan Swan, J.E. (1996), SERVQUAL revisited: A critical review of service quality, *Journal of Services Marketing*, Vol. 10, No. 6, hal. 62-81.
- Babakus, E. dan Boller, G.W. (1992), An empirical assessment of the SERVQUAL scale, *Journal of Business Research*, Vol. 24, No. 3, hal. 253-268.
- Bahia, K. dan Nantel, J. (2000), A reliable and valid measurement scale for perceived service quality of bank, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 18, No. 2, hal. 84-91.
- Balachandran, B. dan Krishan, G. (2000), E-banking developments in Malaysia: Prospects and problems, *Journal of International Banking Law*, Vol. 15, No. 10, hal. 250-256.
- Barwise, P. dan Farley, J.U. (2005), The state of interactive marketing in seven countries: Interactive marketing comes of age, *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 19, No. 3, hal. 67-80.
- Bauer, H.H., Hammerschmidt, M. dan Falk, T. (2005), Measuring the quality of e-banking portals, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 23, No. 2, hal. 153-175.
- Bell, H. dan Tang, N.K.H. (1998), The effectiveness of commercial internet websites: A user's perspective, *Internet Research: Networking Applications and Policy*, Vol. 8, No. 3, hal. 219-228.

- Berry, L.L. dan Parasuraman, A. (1991), *Marketing Services: Competing through Quality*, Free Press, New York, NY.
- Bontis, N., Booker, L.D. dan Serenko, A. (2007), The mediating effect of organizational reputation on customer loyalty and service recommendation in the banking industry, *Management Decision*, Vol. 45, No. 9, hal. 1426-1445.
- Branca, A.S. (2008), Demographic influences on behaviour: An update to the adoption of bank delivery channels, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 26, No. 4, hal. 237-259.
- Burke, R.R. (2002), Technology and the customer interface: What consumers want in the physical and virtual store, *Academy of Marketing Science Journal*, Vol. 30, No. 4, hal. 411-432.
- Buttle, F. (1996), SERVQUAL: Review, critique, research agenda, *European Journal of Marketing*, Vol. 30, No. 1, hal. 8-32.
- Byers, R. dan Lederer, P.J. (2001), Retail bank services strategy: A model of traditional, electronic, and mixed distribution choices, *Journal of Management Information Systems*, Vol. 18, No.2, hal.133-156.
- Carman, J.M. (1990), Consumer perceptions of service quality: An assessment of the SERVQUAL dimensions, *Journal of Retailing*, Vol. 66, No. 1, hal. 35-55.
- Casalo, L.V., Flavian, C. dan Guinaliu, M. (2007), The role of security, privacy, usability and reputation in the development of online banking, *Online Information Review*, Vol. 31, No. 5, hal. 583-603.
- (2008), The role of satisfaction and website usability in developing customer loyalty and positive word-of-mouth in the e-banking services, *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 26, No. 6, hal. 399-417.
- Chen, C. dan Chang, S. (2006), Research on customer satisfaction: Take the loan market of the Taiwanese region as an example, *The Journal of the American Academy of Business*, Vol. 9, No. 1, hal. 197-201.

- Cooper, D. (2004), Organisational change: From public to private sector – a UK based reflective case study, *Journal of American Academy of Business*, Vol. 5, No. 1/2, hal. 474-480.
- Cunningham, L.F., Gerlach, J. dan Harper, M.D. (2005), Perceived risk and e-banking services: An analysis from the perspective of the consumer, *Journal of Financial Services Marketing*, Vol. 10, No. 2, hal. 165-178.
- Dabholkar, P.A. (1994), Technology-based service delivery: A classification scheme for developing marketing strategies, *Advances in Service Marketing and Management*, Vol. 4, hal. 241-271.
- Davies, A., dan Elliott, R. (2006), The evolution of the empowered consumer, *European Journal of Marketing*, Vol. 40, No. 9/10, hal. 1106-1121.
- DeYoung, R., Lang, W.W. dan Nolle, D.L. (2007), How the internet affects output and performance at community banks, *Journal of Banking and Finance*, Vol. 31, No. 4, hal. 1033-1060.
- Ding, X., Verma, R. dan Iqbal, Z. (2007), Self-service technology and online financial service choice, *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 18, No. 3, hal. 246-268.
- Donner, J. (2007), *M-banking and m-payment services in the developing world: Complements or substitutes for trust and social capital?* Makalah ICA preconference mobile commincation, 23-24 may, San Francisco.
- Durkin, M. (2004), In search of the internet-banking customer: Exploring the use of decision styles, *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 22, No. 7, hal. 484-503.
- Fassnacht, M. dan Kose, I. (2007), Consequences of web-based service quality: Uncovering a multi-faceted chain of effects, *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 21, No. 3, hal. 35-54.
- Gan, C., Clemens, M., Limsombunchai, V. dan Weng, A. (2006), A logit analysis of electronic banking in New Zealand, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 24, No. 6, hal. 360-383.

- Garland, R. (2005), Segmenting retail banking customers, *Journal of Financial Services Marketing*, Vol. 10, No. 2, hal. 179-191.
- Gerrard, P. dan Cunningham, J.B. (2003), The diffusion of Internet banking among Singapore consumers, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 21, No. 1, hal. 16-28.
- Giannakoudi, S. (1999), Internet banking: The digital voyage of banking and money in cyberspace, *Information and Communications Technology Law*, Vol. 8, No. 3, hal. 205-243.
- Gilmore, A. dan Carson, D. (1992), Research in service quality: Have the horizons become too narrow?, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 10, No. 7, hal. 5-7.
- Glaveli, N., Petridou, E., Liassides, C. dan Spathis, C. (2006), Bank service quality: Evidence from five Balkan countries, *Managing Service Quality*, Vol. 16, No. 4, hal. 380-394.
- Gonzalez, M.E., Quesada, G., Picado, F. dan Eckelman, C.A. (2004), Customer satisfaction using QFD: An e-banking case, *Managing Service Quality*, Vol. 14, No. 4, hal. 317-330.
- Gray, B., Matear, S., Boshoff, C. dan Matheson, P. (1998), Developing a better measure of market orientation, *European Journal of Marketing*, Vol. 32, No 9/10, hal. 884-904.
- Gwinner, K.P., Dwayne, D.D. dan Mary, Jo B. (1998), Relational benefits in services industries: The customer's perspective, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 26, No. 2, Spring, hal. 101-114.
- Hernandez, J.M. dan Mazzon, J.A. (2007), Adoption of internet banking: proposition and implementation of an integrated methodology approach, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 25, No. 2, hal. 72-88.
- Hernando, I. dan Nieto, M.J. (2007), Is the internet delivery channel changing banks' performance? The case of Spanish banks, *Journal of Banking and Finance*, Vol. 31, No. 4, hal. 1083-1099.
- Ho, S.H. dan Ko, Y.Y. (2008), Effects of self-service technology on

- customer value and customer readiness: The case of Internet banking, *Internet Research*, Vol. 18, No. 4, hal. 427-446.
- Howcroft, J.B. dan Durkin, M. (2000), Reflections on bank-customer interactions in the new millennium, *Journal of Financial Services Marketing*, Vol. 5, No. 1, hal. 9-20.
- Howcroft, B., Hamilton, R. dan Hewer, P. (2002), Consumer attitude and the usage and adoption of home-based banking in the United Kingdom, *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 20, No. 3, hal. 111-121.
- Ibrahim, E.E., Joseph, M. dan Ibeh, K.I.N. (2006), Customers' perception of electronic service delivery in the UK retail banking sector, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 24, No. 7, hal. 475-493.
- Jaruwachirathanakul, B. dan Fink, D. (2005), Internet banking adoption strategies for a developing country: The case of Thailand, *Internet Research*, Vol. 15, No. 3, hal. 295-311.
- Jayawardhena, C. (2004), Measurement of service quality in internet banking: The development of an instrument, *Journal of Marketing Management*, Vol. 20, No. 1/2, hal. 185-207.
- Jones, H. dan Farquhar, J.D. (2003), Contact management and customer loyalty, *Journal of Financial Services Marketing*, Vol. 8, No. 1, hal. 71-78.
- Kaleem, A. dan Ahmad, S. (2008), Bankers' Perceptions of Electronic Banking in Pakistan, *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 13, No.1, hal. 1-16.
- Kangis, P. dan Voukelatos, V. (1997), Private and public bank: A comparison of customer expectations and perception, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 17, No. 5, hal. 279-287.
- Kangis, P. dan Kareklis, P. (2001), Governance and organisational controls in public and private banks, *Corporate Governance*, Vol.1, No. 1, hal. 31-38.

- Karjaluoto, H., Mattila, M. dan Pentto, T. (2002), Electronic banking in Finland: Consumer beliefs and reactions to a new delivery channel, *Journal of Financial Service Marketing*, Vol. 6, No. 4, hal. 346-61.
- Kelly, S.W. (1989), Efficiency in service delivery: Technological or humanistic approaches?, *Journal of Services Marketing*, Vol. 3, No. 3, hal. 43-50.
- Kohli, A.K., Jaworski, B.J. dan Kumar, A. (1993), MARKOR: A measure of market orientation, *Journal of Marketing Research*, Vol. 30, No. 4, hal. 467-478.
- Kolodinsky, J.M, Hogarth, J.M. dan Hilgert, M.A. (2004), The adoption of electronic banking technologies by US consumers, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 22, No. 4, hal. 238-259.
- Koufaris, M., Kambil, A. dan Labarbera, P.A., (2001), Consumer behavior in web-based commerce: An empirical study, *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 6, No. 2, hal. 115-138.
- Ladhari, R (2008), Alternative measures of service quality: A review, *Managing Service Quality*, Vol. 18, No. 1, hal. 65-86.
- Lado, N., Maydeau-Olivares, A. dan Rivera, J. (1998), Measuring market orientation in several populations – a structural equations model, *European Journal of Marketing*, Vol. 32, No. 1/2, hal. 32-39.
- Lafferty, B.A. dan Hult, T.M. (2001), A synthesis of contemporary market orientation perspectives, *European Journal of Marketing*, Vol. 35, No 1/2, hal. 92-109.
- Lassar, W.M., Manolis, C. dan Winsor, R. (2000), Service quality and satisfaction in private banking, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 18, No. 4, hal. 181-199.
- Laukkanen, P., Sinkkonen, S. dan Laukkanen, T. (2008), Consumer resistance to internet banking: Postponers, opponents and rejectors, *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 26, No. 6, hal. 440-455.

- Lee, E., Lee, J. dan Eastwood, D. (2003), A two-step estimation of consumer adoption of technology-based service innovations, *The Journal of Consumer Affairs*, Vol. 37, No. 2, hal. 256-282.
- Lee, M.C. dan Hwan, I.S. (2005), Relationships among service quality, customer satisfaction and profitability in the Taiwanese banking industry, *International Journal of Management*, Vol. 22, No. 4, hal. 635-648.
- Liao, Z. dan Cheung, M.T. (2002), Internet-based e-banking and consumer attitudes: An empirical study, *Information & Management*, Vol. 39, No. 4, hal. 283-295.
- Loermans, J. dan Fink, D. (2005), How organizations evaluate their knowledge management projects: A meta-study of the period 1992-2002, *Knowledge Management Research & Practice*, Vol.3, No.3, August, hal. 125-135.
- Lymperopoulos, C. dan Chaniotakis, E. (2004), Branch employees' perceptions towards implications of e-banking in Greece, *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 32, No. 6, hal. 302-311.
- Maguire, S. dan Ojiako, U. (2008), Market-led systems development: When customers become users, *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 108, No. 2, ha. 173-190.
- Manzano, J.A., Lassala-Navarre, C., Ruiz-Mafe, C. dan Sanz-Blas, S. (2009), The role of consumer innovativeness and perceived risk in online banking usage, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 27, No. 1, hal. 53-75.
- Mols, N.P (1998), The Behavioural consequences of PC banking, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 16, No. 5, hal. 195-201.
- Moutinho, L. dan Phillips, P.A. (2002), The impact of strategic planning on the competitiveness, performance and effectiveness of bank branches: A neural network analysis, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 20, No.3, hal. 102-110.
- Ngai, E.W.T. (2005), Customer relationship management research

- (1992-2002): An academic literature review and classification, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 23, No. 6, hal. 582-605.
- Nilsson, D. (2007), A cross-cultural comparison of self-service technology use, *European Journal of Marketing*, Vol. 41, No. 3/4, hal. 367-381.
- O'Donnell, A., Durkin, M.G. dan McCartan-Quinn, D. (2002), Corporate banking in the UK: Personal vs remote interaction, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 20, No. 6, hal. 273-284.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. dan Berry, L.L. (1985), A conceptual model of service quality and its implications for future research, *Journal of Marketing*, Vol. 49, No. 3, hal. 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. dan Malhotra, A. (2005), E-S-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality, *Journal of Service Research*, Vol. 7, No. 10, hal. 1-21.
- Patricio, L., Fisk, R.P. dan Cunha, J.F. (2003), Improving satisfaction with bank service offerings: Measuring the contribution of each delivery channel, *Managing Service Quality*, Vol. 13, No. 6, hal. 471-482.
- Polasik, M. dan Wisniewski, T.P. (2009), Empirical analysis of internet banking adoption in Poland, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 27, No. 1, hal.32-52.
- Polatoglu, V.N. dan Ekin, S. (2001), An empirical investigation of the Turkish customers' acceptance of internet banking services, *The International Journal of Bank Marketing*, vol. 19, no. 4, hal. 156-165.
- Roberts, R. dan Campbell, R.C. (2007), Being new-customer friendly: determinants of service perceptions in retail banking, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 25, No. 1, hal. 56-67.
- Roth, A.V. dan Van der Velde, M. (1989), Investing in retail delivery system technology, *Journal of Retail Banking*, Vol. 11 No. 2, hal. 23-34.

- Rowley, J. (2006), An analysis of the e-service literature: Towards a research agenda, *Internet Research*, Vol. 16, No. 3, hal. 339-359.
- Sahadev, S. dan Purani, K. (2008), Modelling the consequences of e-service quality, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 26, No. 6, hal. 605-620.
- Saputro, E.P. (2008), Identifikasi karakteristik nasabah perbankan, Laporan Penelitian Universitas Muhammadiyah Surakarta, tidak dipublikasikan.
- (2009), Adopsi e-banking dan loyalitas nasabah, Laporan Penelitian Universitas Muhammadiyah Surakarta, tidak dipublikasikan.
- (2010), *Peluang dan tantangan e-banking*, Solo Pos, 25 januari.
- (2010). Kualitas Layanan *E-Banking* Di Era *E-Service*: Transformasi Pendekatan Riset Empiris Servqual, Bsq & E-S-Qual. *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*
Volume 14, Nomor 1, Juni 2010, hlm. 28-37
- dan Achmad, N (2015). Factors Influencing Individual Belief on The Adoption of Electronic Banking. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. Vol.6 No.4, hal. 442-450
- , Haryono, T., Haryanto, B., Sawitri, H.S.R (2017), E-banking Adoption in the E-service Era. *Internasional Business Management*. Vol. 11, No. 12. Hal.1991-1997.
- Scottish Banker (2002), *Change.....for better or worse?*, Insider Custom Publishing, Edinburgh, Pebruary.
- Shamdasani, P., Mukherjee, A. dan Malhotra, N. (2008), Antecedents and consequences of service quality in consumer evaluation of self-service internet technologies, *The Service Industries Journal*, Vol. 28, No. 1, hal. 117-138.
- Smith, A.D. (2009), Internet retail banking: A competitive analysis in an increasingly financially troubled environment, *Information Management & Computer Security*, Vol. 17, No. 2, hal. 127-150.

- Sousa, R., Andy, C.L.Y. dan Cheng, T.C.E. (2008), Customer heterogeneity in operational e-service design attributes: An empirical investigation of service quality, *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 28, No. 7, hal. 592-614.
- Spathis, C., Petridou, E., dan Glaveli, N (2001), An empirical study of service quality perspective in public and private bank, dalam Zopoundis, C. (eds), *New trends in banking management*, Springer Physica Verlag, NY, hal. 3-19.
- (2004), Managing service quality in banking: Customer genders' gender effect, *Managing Service Quality*, Vol. 14, No. 1, hal. 90-102.
- Stafford, M.R. (1996), Demographic discriminators of service quality in banking, *The Journal of Services Marketing*, Vol. 10, No. 4, hal. 6-22.
- Thornton, J. dan White, L. (2001), Customer orientations and usage of financial distribution channels, *Journal of Services Marketing*, Vol. 15, No.3, hal.168-185.
- Tyler, K. dan Stanley, E. (2001), Corporate banking: the strategic impact of boundary spanner effectiveness, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 19, No. 6, hal. 246-60.
- Venkatraman, S. dan Delpachitra, I. (2008), Biometrics in banking security: A case study, *Information Management & Computer Security*, Vol. 16, No. 4, hal. 415-430.
- Vrechopoulos, A. dan Atherinos, E. (2009), Web banking layout effects on consumer behavioural intentions, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 27, No. 7, hal. 524-546.
- Wong, D.H., Rexha, N. dan Phau, I. (2008), Re-examining traditional service quality in an e-banking era, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 26, No. 7, hal. 526-545.
- Yakhlef, A. (2001), Does the Internet compete with or complement bricks-and-mortar bank branches?, *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 29, No.6, hal.272-281.

- Yavas, U., Benkenstein, M. dan Stuhldreier, U. (2004), Relationships between service quality and behavioral outcomes: A study of private bank customers in Germany, *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 22, No. 2, hal. 144-157.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. dan Berry, L.L. (1985), Problems and strategies in services marketing, *Journal of Marketing*, Vol. 49, No. 2, hal. 33-46.
- (2002),
Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations, The Free Press, NY.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman A. dan Malhotra, A. (2000), *A conceptual model for understanding e-Service quality: Implications for future research and managerial practice*, Working Paper, Marketing Science Institute, 8, Dabholkar, P.A.
- Zeppou, M. dan Sotirakou, T. (2003), The STAIR model: A comprehensive approach for managing and measuring government performance in the post-modern era, *The International Journal of Public Sector Management*, Vol. 16, hal. 320-322.

MEMPERTAHANKAN KEUNGGULAN MUHAMMADIYAH (TINJAUAN MANAJEMEN ORGANISASI)

M. Farid Wajdi, MM., Ph.D.

Wakil Direktur 1 Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pendahuluan

Salah satu persoalan pemikiran dalam kajian manajemen organisasi adalah bagaimana menjadikan suatu organisasi dapat memiliki keunggulan kompetitif secara berkelanjutan, *Sustainable Competitive Advantage* (SCA). Pemikiran tersebut tentunya relevan bagi Muhammadiyah, apakah juga dapat memiliki SCA.

Gerakan Tajdid, sebagai label Muhammadiyah sudah lama disandang dan tidak diragukan oleh siapapun. Setelah kurun waktu lama sampai sekarang ini apakah label tersebut masih layak disandang? Siapakah yang berani menjamin bahwa Muhammadiyah akan sebagai ormas yang tetap eksis untuk masa yang akan datang, pada masa lima, sepuluh atau dua puluh tahun lagi? Unggul dalam hal ini berarti tetap terdepan, tidak asal jalan (*waton mlaku*, Bahasa Jawa), dalam memberikan arah perubahan pembaharuan (tajdid) dan dalam pembinaan, pelayanan umat. Apakah itu bukan pertanyaan yang mengada-ada!

Mengapa kita perlu bertanya seperti itu? apa yang perlu dikhawatirkan? Muhammadiyah dan ortomnya-kan besar, anggota dan asetnya banyak? Pertanyaan tersebut adalah menyangkut persoalan strategis, sehingga perlu kita ajukan sebagai dasar pemikiran

untuk memajukan dan tetap mempertahankan kelangsungan hidup muhammadiyah.

Terdapat banyak kasus organisasi yang dapat dijadikan contoh yang dulunya besar sekarang kurang kelihatan lagi gemanya. Seperti Boedi Oetomo, Taman Siswa, ICMI dll. Disisi lain sekarang kita saksikan banyak bermunculan organisasi sosial keagamaan baru yang banyak mendapat sambutan masyarakat. Kesemua hal tersebut dapat dijadikan dasar pemikiran pelajaran (i'tibar) kedepan bagi pasang surutnya Muhammadiyah

Melalui tulisan ini penulis mengajak pada semua pimpinan di semua level, untuk melakukan pemikiran mendalam tentang keberadaan Muhammadiyah, melalui pemikiran strategis ke depan dan faktor-faktor yang melingkupinya baik masalah Internal maupun Eksternal organisasi.

Jebakan Rutinitas

Fenomena kebaruan (inovatif) pada masa kehadiran Muhammadiyah saat didirikannya adalah bahwa gerakan Islam yang murni dan berkemajuan itu dihadirkan bukan hanya lewat jalur kerja perorangan, tetapi melalui sebuah sistem organisasi. Walaupun motor pergerakannya dimulai dari pribadi KH A.Dahlan. Menghadirkan gerakan Islam melalui organisasi merupakan terobosan waktu itu, ketika umat Islam masih dibingkai oleh kultur tradisional yang lebih mengandalkan kelompok non formal termasuk pesantren. Organisasi jelas merupakan fenomena modern abad ke-20, yang secara cerdas dan adaptif telah diambil oleh Kyai Dahlan sebagai “washilah” (alat, instrumen) untuk mewujudkan cita-cita Islam.

Bagaimana mewarisi dan mempertahankan strategi berfikir inovatif pada kontek sekarang? Program dan kegiatan organisasi Muhammadiyah saat ini siapa yang membutuhkan? Apakah benar kegiatan yang dilakukan adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atau umat? Atau setidaknya kebutuhan anggota. Jang-jangan kegiatan yang dilakukan selama ini hanyalah menjadi kebutuhan pengurus sebagai usaha memenuhi amanah kewajiban organisasi. Hal itu tentu tidak terlalu salah memang, tetapi perlu

kita tinjau secara kritis apakah organisasi persyarikatan telah dapat memberikan mandat kepada pengurus sesuai dengan kebutuhan umat atau masyarakat. Yang kita khawatirkan adalah amanat organisasi yang dirumuskan (lewat Muktamar, Muswil, Musda, dst.) ternyata hanyalah menjadi kebutuhan para pengurus menyelesaikan beban amanat putusan organisasi, bukan kebutuhan sesungguhnya dari anggota, umat, bahkan masyarakat. Jika demikian maka tidak heran apabila program dan kegiatan organisasi kurang mendapat respon luas dari umat atau masyarakat secara langsung.

Jebakan Organisasi Formal

Salah satu masalah yang dihadapi organisasi besar seperti halnya Muhammadiyah ini bahwa dalam bekerjanya akan lebih cenderung mengikuti pola kerja organisasi formal yang birokratis. Maksudnya hubungan antara individu di dalamnya lebih didasarkan hubungan mekanis struktural. Interaksi antara anggotanya lebih ditentukan dengan ada atau tidaknya mekanisme kerja organisasi, seperti adanya rapat-rapat, kesamaan unit kerja (departemen) dan adanya koordinasi formal. Apabila tidak ada mekanisme formal maka relatif mengakibatkan interaksi antara individu sangat berkurang secara organisatoris. Hal ini menunjukkan Muhammadiyah kini lebih terkesan mengikuti pola kerja organisasi formal dan kurang berkembang pola hubungan organisasi informal yang dapat mewadahi pola hubungan sosial antar individu.

Hal itu tidak sepenuhnya salah, tetapi ada yang kurang pas. Dalam perkembangannya unit-unit Muhammadiyah, ranting, cabang, daerah berdiri karena kesamaan cita-cita anggota(umat), kebutuhan ukhuwah, dan hubungan manusiawi lainnya. Hal itu hanyalah dapat dipenuhi oleh adanya pola hubungan organisasi informal. Dengan demikian maka dominannya pola hubungan organisasi formal mengakibatkan rasa ukhuwah dan keeratan hubungan menjadi kurang dan terasa kering dalam organisasi.

Organisasi informal dapat disebut sebagai suatu bayangan dari organisasi formal. Tanpa adanya organisasi formal, organisasi informal mungkin tidak ada. Meskipun organisasi informal merupakan refleksi

dari organisasi formal, tetapi terdapat perbedaan ciri-ciri organisasi yang sangat menonjol. Organisasi formal mempunyai struktur, tujuan, serta pola hubungan kerja yang teratur melalui manajemen, organisasi informal terdiri diatas strukur yang tidak jelas, fleksibel dan sukar ditentukan dan hubungan di antara anggota terjadi tanpa tujuan khusus. Dengan kata lain, keanggotaan organisasi informal tidak ditentukan atau atas dasar kesepakatan dengan tujuan organisasi. Organisasi informal merupakan hubungan, yang tidak resmi dan tidak di bawah suatu kekuasaan, antara pribadi-pribadi dan kelompok-kelompok, yang tak dapat ditiadakan terjadinya oleh organisasi formal. Setiap organisasi formal akan mempunyai organisasi informal.

Tuntutan Langkah Strategis

Setiap organisasi haruslah dapat mengantisipasi persoalan ke depan apa-saja yang akan terjadi. Dalam arti organisasi telah melakukan langkah-langkah persiapan melalui program kerjanya untuk selalu siap, tidak gagap, terhadap adanya berbagai persoalan. Hal ini menjadikan organisasi mempersyaratkan adanya suatu misi. Misi haruslah dirumuskan, dikomunikasikan dan ditanamkan serta dijaga sebagai komitmen bersama. Namun seringkali misi hanya dipahami sekedar rumusan seperti slogan, tentu hal ini kurang efektif utuk menjadikan organisasi unggul.

Banyak disadari bagi kalangan usaha bahwa merumuskan misi usaha merupakan salah satu kunci utama bagi setiap perusahaan dalam menjalankan operasinya agar tetap terus berjalan dan terus berkembang. Namun persoalannya adalah bagaimana merumuskan misi perusahaan dengan tepat. Muhammadiyah sudah lama memiliki misi dan visi yang termuat dalam rumusan Maksud dan Tujuan Muhammadiyah.

Dengan mengadopsi bagaimana manajemen organisasi bisnis dijalankan oleh para profesional, maka ada lebih baiknya apabila kita mengutip pernyataan Levvit (1960), dalam artikelnya yang dimuat di *Harvard Business Review* dengan judul "*Marketing Myopia*" edisi July-August 1960, ada pemikiran sederhana yang dapat menjadi kunci bagi setiap perusahaan untuk tetap survive dan tumbuh berkembang

yaitu bagaimana para pimpinan menjawab sebuah pertanyaan “seperti apakah sesungguhnya usaha (organisasi) ini berada?”. Pernyataan Levvit ini beberapa tahun kemudian menjadi bahasan panjang lebar bagi pakar bisnis. Hal ini disebabkan dari berbagai pengamatan yang dilakukan Levvit bahwa banyak perusahaan yang mandeg, mengalami kemunduran dan bubar karena kebanyakan para manager senior dalam mendefinisikan visinya terlalu sempit. Para pimpinan harus bisa berfikir tidak sekedar “bagaimana kita dapat melakukan dengan lebih baik?” tetapi lebih berorientasi keluar yaitu “bagaimana kita harus melakukan perubahan untuk merespon perubahan kebutuhan masyarakat saat ini dan yang akan datang?”

Muhammadiyah sudah terbukti mampu membaca tuntutan perubahan faktor-faktor eksternal organisasi dan melakukan perubahan mendasar melalui perubahan maksud persyarikatan yang dituangkan dalam statuten (lihat catatan sejarah, di antaranya: Statuten Muhammadiyah Tahun 1912, Tahun 1914, Tahun 1921, Tahun 1931, Tahun 1931, dan Tahun 1941). Disebutkan dalam Statuten tahun 1914: Maksud Persyarikatan ini yaitu:

1. Memajukan dan menggembirakan pengajaran dan pelajaran agama di Hindia Netherland,
2. Memajukan dan menggembirakan kehidupan (cara hidup) sepanjang kemauan agama Islam kepada lid-lidnya.

Dalam pandangan almarhum Bapak Djarnawi Hadikusuma, kata-kata yang sederhana tersebut mengandung arti yang sangat dalam dan luas. Yaitu, ketika umat Islam sedang dalam kelemahan dan kemunduran akibat tidak mengerti kepada ajaran Islam yang sesungguhnya, maka Muhammadiyah mengungkap dan mengetengahkan ajaran Islam yang murni itu serta menganjurkan kepada umat Islam pada umumnya untuk mempelajarinya, dan kepada para ulama untuk mengajarkannya, dalam suasana yang maju dan menggembirakan.

Perkembangan berikutnya sebagaimana tertuang dalam Anggaran Dasar Pasal 6, Maksud dan tujuan Muhammadiyah ialah menegakkan dan menjunjung tinggi Agama Islam sehingga terwujud masyarakat Islam yang sebenar-benarnya. Dalam rumusan ini dengan

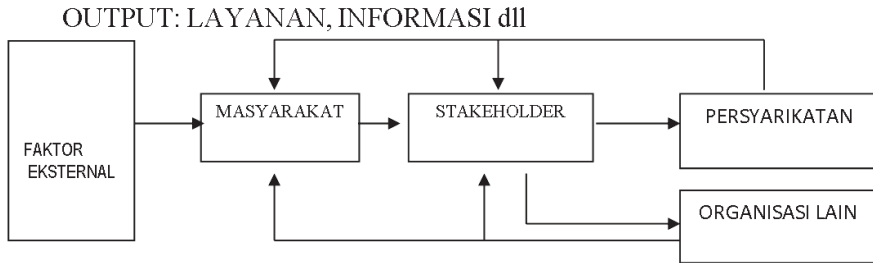
jelas bisa dipahami maksud didirikannya Muhammadiyah adalah menegakkan dan menjunjung tinggi Agama Islam, untuk mencapai Tujuan yaitu terwujud masyarakat Islam yang sebenar-benarnya. Yang ingin diwujudkan oleh Muhammadiyah adalah masyarakat, bukan sekolah, bukan rumah sakit, bukan universitas tetapi masyarakat Islam, yang bukan sekedar Islam formalitas atau islam dengan label tertentu tetapi Islam yang sebenar-benarnya. Sedangkan sekolah, rumah sakit, universitas dan lainnya adalah sarana untuk mewujudkan masyarakat Islam. Tentu saja seiring perkembangan zaman maka sarana kebutuhan masyarakat menjadi lebih banyak dan lebih canggih, itu menjadi arena tuntutan kegiatan Muhammadiyah yang terkini. Misalnya dalam hal teknologi informasi dengan segala pernik-perniknya yang saat ini menjadi kebutuhan hidup setiap orang, Muhammadiyah harus masuk ke lahan itu untuk mewujudkan masyarakat Islam.

Faktor Lingkungan

Setiap organisasi baik yang bersifat profit maupun non-profit eksistensinya tidak akan pernah terlepas dari faktor lingkungan. Perubahan yang terjadi pada setiap faktor akan berpengaruh pada kondisi organisasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Faktor-faktor tersebut di antaranya meliputi faktor ekonomi, politik, budaya, demografi, teknologi dan dimensi global.

Berhubung faktor eksternal mengalami perubahan yang cepat maka, kemampuan SDM yang mampu berfikir dan bertindak cepat sangatlah dibutuhkan. Keterlambatan dalam mengantisipasi berarti menjadikan organisasi akan ditinggalkan masyarakat. Oleh karena itu salah satu kunci utama organisasi untuk mampu memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*) adalah *skill* disamping *asset* yang dimiliki. (A.Aker, 1994)

Pembahasan kita adalah bagaimana Persyarikatan agar tetap eksis dalam mengantisipasi situasi eksternal organisasi ?. Secara sederhana langkah-langkahnya dapat dilakukan dengan menggunakan Kerangka berikut ini.



Dari skema tersebut dapat dijelaskan bahwa masyarakat akan memilih untuk tetap loyal atau butuh persyarikatan atau organisasi lain. Hal ini tergantung dari kualitas *output* atau *outcomes* yang diberikan oleh persyarikatan dibanding organisasi lain. Kualitas *output* tersebut diukur dari kemampuan persyarikatan dan organisasi lain untuk memberikan apa yang dibutuhkan masyarakat atau generasi mudanya. Seandainya *output* yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang dibutuhkan masyarakat dan generasi muda maka otomatis mereka tidak akan butuh dan tidak tertarik untuk masuk ataupun berhubungan dengan persyarikatan.

Di sini maka yang menjadi **kunci sukses** adalah **pelajari dan pahami apa yang dibutuhkan masyarakat kemudian layani**, tentu saja dengan tetap mendasarkan pada al-quran dan sunnah. Hasil dari inilah yang disebut dengan Misi organisasi. Misi suatu organisasi harus selalu dikaji ulang apakah masih sesuai dengan perkembangan lingkungan atau tidak. Dengan demikian apabila ini dilakukan maka organisasi akan selalu dibutuhkan masyarakat. Dengan demikian selanjutnya strategi dan program organisasi perlu disesuaikan dengan perubahan tersebut. Hal inilah yang menjadi dasar bagi pengembangan organisasi.

Pengembangan Organisasi

Ada beberapa tahap dalam pengembangan organisasi. Tetapi di sini lebih ditekankan pada tahap pertamanya yaitu berkaitan dengan perumusan, diagnosis dan pemahaman tugas yang harus dilaksanakan dan masalah-masalah yang harus diselesaikan. Pada tahap ini harus bisa dirumuskan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan berikut :

1. Dibanding dengan organisasi sejenis dan upaya pencapaian tujuan di mana posisi kita berada ?
2. Target dan sasaran apa yang harus kita capai ? Apa kekuatan yang harus kita pacu dan hambatan apa yang harus dihilangkan untuk mencapai target dan sasaran ?
3. Apa yang harus dirubah untuk mencapai target dan sasaran?

Meskipun nampaknya pertanyaan tersebut sederhana namun dari rumusan jawaban pertanyaan tersebut merupakan langkah awal yang mendasari dalam merencanakan sebuah program. Setelah menemukan rumusan sementara hasil diagnosis kondisi organisasi, langkah selanjutnya adalah mencari umpan balik dan masukan pelengkap dari mereka yang terlibat secara langsung dalam pelaksanaan kegiatan, baik melalui pertemuan informal maupun secara formal, atau dengan penelitian, menemukan reaksi dan tanggapan. Mencari umpan balik dan masukan dari mereka yang terlibat langsung ini adalah penting untuk manyamakan persepsi serta gerak langkah disamping untuk menghindari kesalahan diagnosis mengenai kondisi sesungguhnya yang terjadi di bawah (Ranting, Cabang). Manfaat yang lain adalah memberikan kesempatan partisipasi aktif para anggota serta untuk menimbulkan rasa tanggungjawab dan rasa memiliki terhadap adanya perubahan. Juga yang tak kalah pentingnya dalam mencari masukan adalah menghilangkan kesan otoriter pimpinan. Karena gaya kepemimpinan otoriter hanya tepat digunakan apabila bawahan atau anggota tidak tahu apa-apa.

Tuntutan Kualitas SDM

Untuk melaksanakan pengembangan organisasi dan memiliki SCA, SDM memiliki peran yang vital terlebih lagi Muhammadiyah juga memberikan perhatian penting dalam kaderisasi. Dalam pengembangan SDM langkah awal yang harus dilakukan adalah menentukan tujuan yang akan dicapai. Tujuan tersebut lebih kongkritnya dirumuskan dalam profil SDM yang diinginkan. Profil SDM merupakan spesifikasi SDM yang merupakan persyaratan minimal yang harus dimiliki seorang anggota organisasi.

Disadari bahwa organisasi memiliki heterogenitas SDM. Baik dari sisi tingkat pendidikan, usia, latar belakang, status sosial, profesi dan kondisi ekonominya. Dengan kondisi SDM tersebut maka menurut hemat penulis, secara garis besar spesifikasi SDM, khususnya pimpinan, dapat dijabarkan dalam beberapa kompetensi dasar. Kompetensi dasar tersebut di antaranya adalah kompetensi dasar religiusitas dan kompetensi dasar manajerial. Untuk masalah religiusitas tidak kita bahas disini, sedangkan kompetensi manajerial artinya setiap pimpinan organisasi harus memiliki beberapa ketrampilan manajerial (*managerial skill*) di antaranya :

1. Terampil dalam merumuskan konsep (*conceptual skill*)
2. Terampil dalam hubungan sosial (*human skill*)
3. Terampil dalam penataan kegiatan (*administratif skill*)
4. Terampil dalam persoalan teknis (*tecknical skill*)

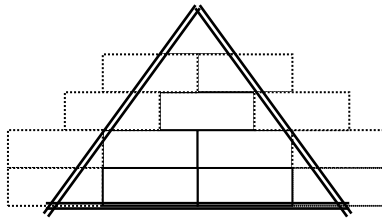
Pada idealnya semua keterampilan tersebut dikuasai oleh setiap orang, namun tentu saja tidak semua orang mampu menguasainya. Oleh karena itu penguasaan keterampilan dapat disebar sesuai posisinya dalam organisasi. Semakin ke atas posisi seseorang semakin dituntut menguasai *conceptual skill*, dan sebaliknya semakin di bawah posisinya semakin dituntut menguasai persoalan teknis. Orang atau tokoh yang duduk di level pimpinan

Ketepatan Perekrutan SDM

Harus disadari bahwa tidak banyak personal (hanya beberapa orang saja) yang dapat 100 % mempunyai kecocokan kepribadian, kemampuan, kapabilitas, bahkan perilaku yang pas dengan tuntutan organisasi apapun termasuk Muhammadiyah. Namun bukan berarti yang tidak 100 % cocok tersebut tidak berguna, justru dari merekalah keutuhan, kesempurnaan dapat terbentuk. Oleh karena itu tetap peliharalah (jaga keakraban) dengan sebanyak mungkin orang yang walaupun kelihatannya kurang dibutuhkan keberadaannya oleh organisasi.

Gambar berikut menunjukkan keberadaan orang dalam organisasi. Gambar segitiga merupakan organisasi, sedangkan kotak

merupakan orang-orangnya. Kotak garis penuh menggambarkan orang yang secara utuh dapat cocok dengan organisasi, kotak terputus menunjukkan ada sebagian saja dalam diri seseorang yang cocok dengan organisasi sedangkan bagian kotak lainnya, dalam garis putus-putus menunjukkan ada bagian yang tidak cocok dengan organisasi.



Artinya di sini bahwa tanpa kehadiran orang yang walaupun hanya sebagian kecil saja keberadaan seseorang yang dibutuhkan organisasi, mereka tetap dibutuhkan, karena tanpa mereka berarti segitiga tersebut tidak akan terbentuk, dan akan terdapat bagian-bagian yang kosong. Demikian ibaratnya dalam menata orang bagi suatu organisasi.

Penutup

Sebagai penutup, patut untuk kita renungkan sedikit pengalaman dari Konosuke, Bos Matsusitha Jepang berikut ini dalam memanageri organisasi usahanya agar selalu tetap eksis menghadapi perubahan lingkungannya, yaitu pelajari apa yang selalu menjadi keinginan konsumen dan penuhi. Analog dengan itu maka Muhammadiyah perlu terus mempelajari apa yang menjadi persoalan yang dihadapi masyarakat (umat) dan apa yang dibutuhkan, kemudian layani.

Apabila suatu organisasi Muhammadiyah tidak memahami apa yang dibutuhkan masyarakat, dan apa yang menjadi kebutuhan masyarakat dapat disediakan organisasi lain maka masyarakat akan meninggalkan organisasi tersebut, artinya organisasi tersebut keberadaannya tidak dibutuhkan lagi. Jangan sampai itu menimpa organisasi Muhammadiyah.

MENGURANGI RISIKO BENCANA UNTUK PEMBANGUNAN EKONOMI YANG MENCERAHKAN

Dr. Muzakar Isa, SE., M.Si.

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang memiliki tingkat risiko bencana tinggi. Tingginya risiko bencana dipengaruhi oleh tingginya ancaman (*hazard*) dan tingginya tingkat kerentanan wilayah (*vulnerability*). Indonesia merupakan negara yang terletak di kawasan pertemuan tiga lempengan bumi, yaitu Eurasia, Pasifik, dan Indo-Australia, serta terletak di daerah sabuk api atau yang dikenal dengan “ring of fire” di mana terdapat 187 gunung api berderet dari barat ke timur. Indonesia berada pada daerah tropika basah dengan curah hujan tinggi, yang mengalami dua musim yang berbeda, dan topografi yang kasar sehingga rawan tanah longsor, banjir dan kekeringan serta kebakaran hutan. Di samping faktor di atas, kondisi demografi dan sosial ekonomi menambah tingginya kerentanan terhadap bencana alam. Saat ini Indonesia berada pada rangking pertama dari 265 negara di dunia terhadap risiko tsunami dan rangking pertama dari 162 untuk risiko tanah longsor, serta rangking ke-3 dari 153 negara terhadap risiko gempa bumi, dan ranking ke-6 dari 162 untuk risiko bencana banjir.

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) tahun 2019 dijelaskan antara tahun 1815 dan 2018 Indonesia mengalami 24.437 kali bencana alam. Banjir merupakan bencana alam yang paling banyak terjadi, yaitu sebanyak 37,284%, diikuti oleh puting beliung sebanyak 25,944%, tanah longsor sebanyak 21,071%, kekeringan sebanyak 8,184%,

kebakaran sebanyak 3,953%, gempa bumi sebanyak 1,404%, abrasi sebanyak 1,281%, letusan gunung api sebanyak 0,794%, tsunami sebanyak 0,082%, dan gempa bumi dan tsunami sebanyak 0,004%.

Tabel 1.
Jumlah Bencana Alam di Indonesia Tahun 1815 – 2018

No	Jenis Bencana Alam	Jumlah	Persentase
1	Banjir	9.111	37.284
2	Puting beliung	6.340	25.944
3	Tanah Longsor	5.149	21.071
4	Kekeringan	2.000	8.184
5	Kebakaran Hutan dan Lahan	966	3.953
6	Gempa Bumi	343	1.404
7	Abrasi / Gelombang Pasang	313	1.281
8	Letusan Guning Api	194	0.794
9	Tsunami	20	0.082
10	Dempa Bumi dan Tsunami	1	0.004
Total		24.437	100,00

Sumber: BNPB, 2019

Bencana merupakan suatu fakta kehidupan yang tidak dapat diingkari seringkali muncul tanpa diduga, tiba-tiba dan menimbulkan korban jiwa, kerusakan, kerugian dan dampak psikologis. Korban jiwa, kerusakan dan kerugian seringkali dikonotasikan dengan kehendak Allah SWT oleh banyak masyarakat. Konotasi tersebut muncul sebagai jawaban ketika ditanya mengenai apa itu bencana. Pandangan dan jawaban masyarakat tentang suatu kejadian mewakili cara pandang dan sikap yang akan dilakukannya saat peristiwa bersangkutan terjadi.

Undang-undang No. 24 tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana mendefinisikan bencana adalah peristiwa atau rangkaian peristiwa yang mengancam dan mengganggu kehidupan dan penghidupan masyarakat yang disebabkan, baik oleh faktor alam dan/ atau faktor non-alam maupun faktor manusia sehingga mengakibatkan timbulnya korban jiwa manusia, kerusakan lingkungan, kerugian

harta benda, dan dampak psikologis. Muhammadiyah dalam buku Fiqih Kebencanaan menjelaskan bencana sebagai gangguan serius yang disebabkan baik oleh faktor alam maupun faktor manusia, yang bisa melumpuhkan fungsi-fungsi masyarakat yang dibangun untuk menopang keberlangsungan hidup, melindungi aset-aset, kelestarian lingkungan dan menjamin martabatnya sebagai manusia, sebagai bagian dari perintah agama. Lumpuhnya fungsi tersebut karena terjadinya kerugian dari sisi manusia, materi, ekonomi, atau lingkungan yang meluas yang melampaui kemampuan komunitas atau masyarakat yang terkena dampak untuk mengatasi dengan menggunakan sumberdaya mereka sendiri.

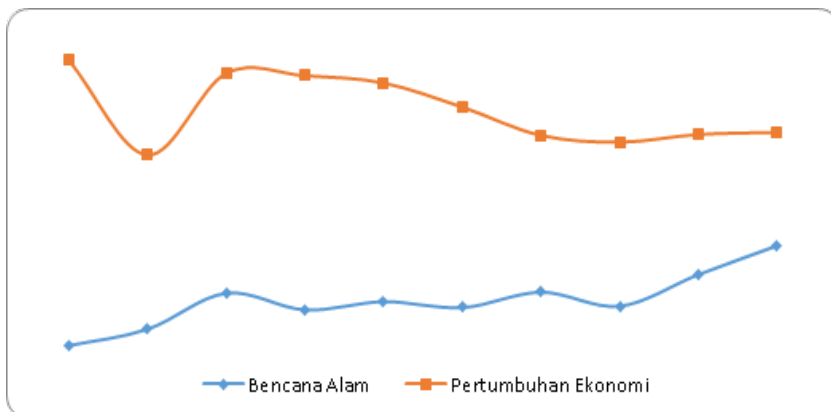
Suatu ancaman (*hazard*) akan dikatakan sebagai suatu bencana jika memenuhi salah satu dari 4 kriteria, yaitu: (1) terdapat minimal 10 orang meninggal dunia, (2) terdapat minimal 100 orang terluka dan atau mengungsi, (3) adanya keterlibatan lembaga internasional, dan (4) dinyatakan sebagai darurat bencana oleh pemerintah. Bencana di Indonesia juga dikelompokkan menjadi 3 (tiga) kategori, yaitu bencana alam, bencana non-alam, dan bencana sosial. Bencana alam merupakan bencana yang diakibatkan oleh peristiwa atau serangkaian peristiwa yang disebabkan oleh alam. Bencana non-alam merupakan bencana yang diakibatkan oleh peristiwa atau rangkaian peristiwa non-alam yang antara lain berupa gagal teknologi, gagal modernisasi, epidemi, dan wabah penyakit. Adapun bencana sosial merupakan bencana yang diakibatkan oleh peristiwa atau serangkaian peristiwa yang diakibatkan oleh manusia yang meliputi konflik sosial antarkelompok atau antar komunitas masyarakat, dan teror.

Pengaruh Bencana dalam Pembangunan Ekonomi

Bencana alam yang terjadi di Indonesia mengakibatkan banyak korban jiwa, kerusakan, dan kerugian. Selama tahun 2018, Indonesia mengalami bencana alam sebanyak 2.939 kali. Bencana tersebut mengakibatkan sebanyak 4.814 orang meninggal dan hilang, sebanyak 10.239.533 orang mengungsi, sebanyak 151.284 rumah rusak berat, sebanyak 111 unit fasilitas kesehatan rusak, sebanyak 895 unit fasilitas peribadatan rusak, sebanyak 1.835 fasilitas pendidikan rusak,

207 fasilitas umum rusak. Kerusakan yang disebabkan bencana alam tersebut mengakibatkan banyak kerugian bagi masyarakat, dunia usaha dan pemerintah.

Apakah bencana alam berpengaruh negatif terhadap pembangunan ekonomi suatu negara? Secara umum belum ada jawaban yang tegas, apakah bencana alam memiliki pengaruh negatif atau positif yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi ataukah tidak. Banyak penelitian menjelaskan dalam jangka pendek, bencana alam dalam skala besar berpengaruh negatif pada pembangunan ekonomi. Bencana alam dalam skala besar memiliki dampak korban jiwa, kerusakan dan kerugian yang besar pula. Kerusakan modal fisik dan atau manusia akibat bencana alam menyebabkan pembangunan ekonomi yang lebih rendah sehingga berakibat menurunnya tingkat pertumbuhan ekonomi. Di sisi lain, bencana alam dapat berpengaruh positif terhadap pembangunan ekonomi dalam jangka panjang. Bencana alam dapat menjadi katalisator untuk re-investasi dan peningkatan barang modal. Bencana alam juga menjadi katalis untuk adopsi teknologi baru yang mungkin bermanfaat dalam menghasilkan pembangunan ekonomi dalam jangka panjang. Bencana alam yang tidak diikuti oleh perubahan kebijakan pemerintah yang serius dan perubahan kemampuan masyarakat tidak akan berpengaruh signifikan pada pembangunan ekonomi.



Gambar 1. Trend Jumlah Bencana Alam dan Tingkat Pertumbuhan Ekonomi Indonesia

Dampak bencana alam terhadap pembangunan ekonomi dapat dirasakan dalam jangka pendek atau jangka panjang. Bencana alam yang sangat besar dan diikuti oleh perubahan kebijakan pemerintah dan perilaku masyarakat akan berpengaruh positif terhadap pembangunan ekonomi jangka panjang. Bencana alam dapat menyebabkan konsekuensi ekonomi yang signifikan pada jangka panjang, yang dapat mempengaruhi kinerja pembangunan ekonomi suatu negara secara signifikan dan dapat pula menyebabkan langkah mundur untuk jangka pendek dalam proses pembangunan ekonomi atau membatasi kemampuan mereka untuk tumbuh dan berkembang.

Bencana alam dapat terjadi karena siklus alamiah alam dan juga karena perilaku manusia. Dalam merespon bencana alam yang disebabkan perilaku manusia, bencana alam dapat berfungsi sebagai media untuk introspeksi dari perbuatan manusia yang mendatangkan risiko. Masyarakat terkadang melakukan kegiatan tanpa pertimbangan yang matang. Banyak masyarakat seringkali tidak memikirkan apakah perbuatan tersebut berdampak negatif pada pihak lain atau tidak.

Dalam konteks inilah bencana alam terjadi karena perilaku manusia. Kesalahan dalam hal ini dipahami sebagai sebuah perbuatan yang dilakukan tanpa memperhitungkan aspek-aspek yang lebih luas. Kesalahan tidak hanya diartikan sebagai perbuatan dosa dalam konteks teologis, namun kesalahan juga diartikan sebagai “kesalahperhitungan” dalam berbuat terhadap alam. Contohnya, ketika masyarakat membangun pemukiman di wilayah lereng-lereng pegunungan dengan menebang banyak pohon di sana, maka ketika musim hujan air tidak meresap dengan sempurna, dan tanah juga tidak ada penahan. Dalam kondisi seperti itu, air hujan yang volumenya besar dan terakumulasi akan menggerus lereng-lereng sehingga terjadilah banjir atau tanah longsor. Demikian juga dengan wilayah gempala dan wilayah gunung berapi, masyarakat mesti memperhitungkan ketika akan tinggal di wilayah tersebut. Ketika tidak memperhitungkan dengan cermat risiko, risiko bencana akan semakin besar, dan inilah “kesalahan sosial” itu.

Oleh karena itu, tingkat pemaknaan masyarakat atas segala peristiwa bencana alam akan menjadi nilai bagi masyarakat untuk merasakan nikmat dan kasih sayang Allah yang lebih besar. Akibat

kesalahan perhitungan dalam menghadapi risiko, maka risiko bencana alam pasti akan muncul yang berakibat negatif pada kehidupan manusia. Namun demikian, munculnya risiko bencana juga sebenarnya berdampak positif bagi masyarakat dalam jangka panjang. Sebagai contohnya, setelah terjadi bencana gempa bumi, manusia akan berpikir dan memperhitungkan untuk membangun tata kota yang baik dan dapat mengelola kerentanan dan risiko yang mungkin akan muncul. Bencana gunung api meletus juga membawa dampak positif bagi masyarakat. Contohnya, munculnya sikap arif terhadap alam karena abu gunung berapi akan membawa kesuburan tanah. Pemahaman terhadap bencana alam seperti ini akan melahirkan sikap yang arif dan bijaksana dalam menjalin hubungan dengan manusia lain ataupun alam. Dengan kata lain, bencana yang telah terjadi merupakan media untuk introspeksi atas seluruh perbuatan yang telah dilakukan.

Introspeksi merupakan kegiatan aktif dengan memperhitungkan segala sesuatu sebelum melakukan perbuatan. Bencana alam bukan serta merta merupakan gangguan, tetapi harus dilihat konteksnya yang lebih luas. Bencana alam dapat juga dimaknai sebagai media untuk berbenah, dan menjadi salah satu bentuk kasih sayang Allah kepada manusia yang berupa ujian dan cobaan supaya di waktu yang akan datang menjadi lebih hati-hati dan cermat dalam melangkah sehingga dapat meminimalisir risiko bencana alam. Terkait dengan hal ini dalam jangka panjang akan berdampak positif bagi kehidupan masyarakat. Masyarakat menjadi lebih tangguh, lebih arif dan bijaksana dalam memaknai bencana alam sehingga dalam jangka panjang dapat berdampak positif bagi pembangunan sosial ekonomi suatu negara.

Pengurangan Risiko Bencana

Bencana alam mengakibatkan banyak korban jiwa, kerusakan, kerugian dan dampak psikologis jika terjadi pada wilayah dalam kondisi rentan. Bila ada ancaman bahaya, tetapi wilayah tidak rentan berarti masyarakat dalam wilayah tersebut mampu mengatasi sendiri peristiwa yang mengganggu. Apabila kondisi masyarakat dalam wilayah tersebut rentan, tetapi tidak terjadi peristiwa yang mengancam maka juga tidak akan terjadi risiko bencana. Risiko bencana alam dirumuskan sebagai berikut:

$$D = f(H, V)$$

dimana:

D : *Disaster Risk*

H : *Hazard*

V : *Vulnerability*

Risiko bencana alam merupakan interaksi antara kerentanan dengan ancaman (*hazards*). Ancaman, khususnya bencana alam bersifat tetap karena bagian dari dinamika proses alami atau pembentukan permukaan bumi baik dari tenaga internal maupun eksternal, sedangkan tingkat kerentanan wilayah dapat meningkat atau berkurang, sehingga kemampuan dalam menghadapi ancaman harus ditingkatkan. Ancaman (*hazards*) merupakan suatu fenomena alam atau buatan yang mempunyai potensi mengancam kehidupan manusia, kerusakan dan kerugian. Kerentanan merupakan kondisi wilayah dan atau masyarakat dalam suatu wilayah yang mengarah atau menyebabkan ketidakmampuan dalam menghadapi ancaman bahaya.

Risiko bencana alam harus dikurangi karena memiliki dampak negatif terhadap pembangunan ekonomi, setidaknya dalam jangka pendek. Konsep penanganan bencana alam yang terbaru adalah konsep pengurangan risiko. Konsep ini perpaduan dari sudut pandang teknis dan ilmiah dengan memperhatikan berbagai faktor, yaitu faktor fisik, lingkungan, sosial, ekonomi, kelembagaan dan politik. Konsep ini bertujuan meningkatkan kemampuan masyarakat untuk mengelola dan menekan risiko, serta memandang masyarakat sebagai subyek dan bukan obyek dari pengurangan risiko bencana. Konsep ini merupakan konsep terbaru dari perjalanan perkembangan penanganan bencana di dunia yang berkembang mulai pendekatan konvensional, mitigasi, pembangunan, dan terakhir pengurangan risiko.

Aspek lain yang penting dan menarik untuk dikaji dalam penanganan bencana alam adalah cara pandang masyarakat terhadap bencana alam. Banyak kejadian alam yang merupakan siklus alamiah, seperti gunung berapi dan gempa bumi. Ini adalah proses alamiah yang diciptakan oleh Allah SWT dalam mengurus alam ini yang memiliki berbagai hikmah dan manfaat untuk kehidupan. Banyak masyarakat

yang memandang gunung berapi dan gempa bumi sebagai akibat tindakan yang dilakukan manusia. Bencana tersebut dimaknai akibat kemaksiatan dan rusaknya akidah penduduk setempat. Dengan cara berpikir ini, masyarakat yang menjadi korban bencana alam merupakan pihak yang paling tidak diuntungkan karena harus menanggung penderitaan ganda. Mereka kehilangan nyawa anggota keluarga atau harus mengungsi, mengalami kerusakan bangunan rumah dan perabotnya serta menjadi sasaran kutukan pihak-pihak lain. Pada sebagian masyarakat, cara pandang yang keliru terhadap bencana alam juga melahirkan respons tidak rasional, yaitu dilakukannya ritual-ritual mistik yang secara ilmiah justru tidak memiliki keterkaitan dengan bencana. Bencana alam yang menyengsarakan justru malah melahirkan kesyirikan baru di kalangan masyarakat.

Bencana alam juga dapat terjadi terkait dengan perilaku manusia. Bencana alam seperti banjir dan tanah longsor, terjadi akibat kerusakan yang ditimbulkan oleh eksploitasi manusia terhadap alam secara berlebihan. Banyak orang melakukan tindakan yang berpotensi menimbulkan bencana alam. Dalam ajaran Islam, kerusakan yang terjadi di bumi ini diyakini sebagai akibat kesalahan tindakan manusia dalam menjalankan fungsi kekhalifahannya. Oleh sebab itulah, ritual keagamaan dan peribadatan yang dijalani seorang muslim harus mampu mendatangkan manfaat bagi pengelolaan dan pengembangan pribadi yang islami. Hal ini hanya dapat terwujud jika praktik peribadatan dipahami dan dilaksanakan dengan cara yang tepat. Berdasarkan hal di atas, Muhammadiyah harus meluruskan cara pandang dan merubah cara merespons masyarakat terhadap bencana alam.

Dalam merespon risiko bencana alam, ada tiga hal yang harus dipahami. Pertama, bencana alam merupakan aspek eksternal di luar kemampuan manusia. Inovasi teknologi dianggap sebagai cara yang efektif untuk mengkonfrontasi bencana alam. Seseorang dianggap rentan apabila ia tinggal di daerah rawan bencana dan untuk mengurangi kerentanan tersebut dikembangkan teknologi untuk memberikan peringatan dini agar manusia bisa mengantisipasinya.

Kedua, bencana alam tidak semata-mata berasal dari aspek di luar manusia, akan tetapi juga berasal dari aspek kerentanan internal pada diri manusia. Aspek kerentanan internal inilah yang dianggap membuat

suatu ancaman benar-benar menjadi bencana. Suatu ancaman akan menjadi suatu bencana apabila manusia dalam kondisi *vulnerable*.

Ketiga, pemahaman holistik, yaitu melihat bencana sebagai hasil dari dimensi kemanusiaan yang meliputi faktor individu manusia, sosial, politik, ekonomi lingkungan dan fisik. Faktor-faktor ini dianggap berkontribusi terhadap aspek kerentanan manusia. Kerentanan tidak semata-mata dilihat dari pendekatan tempat akan tetapi juga dari aspek-aspek lain yang menyebabkan seseorang itu menjadi rentan. Dalam pandangan ini, meskipun dimensi internal manusia dianggap sebagai sesuatu yang paling menentukan bencana, perspektif-perspektif lain itu tidak dapat ditinggalkan begitu saja.

Perkembangan konsep penanganan bencana alam dan cara pandang masyarakat dalam merespon bencana alam berpengaruh terhadap pelaksanaan pengurangan risiko bencana alam. Pengurangan risiko merupakan konsep yang menjelaskan semua tindakan untuk peningkatan adaptasi dan mitigasi bencana alam. Pengurangan risiko mencakup perencanaan dan pelaksanaan tindakan untuk mengurangi risiko karena ulah manusia dan bahaya alam yang sudah diketahui dan proses perencanaan untuk respons yang efektif terhadap bencana. Pengurangan risiko bencana adalah serangkaian upaya untuk mengurangi risiko, baik melalui pembangunan fisik maupun penyadaran dan peningkatan kemampuan menghadapi ancaman bencana alam.

Pengurangan risiko bencana alam dapat dilakukan melalui kegiatan struktural, non-struktural serta peningkatan peran serta masyarakat. Kegiatan-kegiatan yang bersifat struktural berupa membangun fasilitas fisik untuk mengurangi risiko bencana, sedangkan kegiatan non-struktural berupa mengembangkan kegiatan non-fisik seperti perencanaan sampai pelatihan untuk mengurangi risiko bencana. Kegiatan non-struktural menjadi beberapa tipe kegiatan seperti antisipasi, reaksi, pengatasan, dan penanggulangan. Sedangkan peranserta masyarakat berupa kegiatan yang mengurangi penyebab bencana dan kegiatan partisipasif dalam mengurangi risiko bencana alam.

Peningkatan Ketahanan Masyarakat

Ketahanan masyarakat terhadap risiko bencana alam merupakan fungsi dari kerentanan dan hazard. Indikator ketahanan masyarakat tersebut adalah korban personal (meninggal, sakit dan mengungsi), kerusakan (dampak langsung) dan kerugian (dampak tidak langsung). Ketahanan masyarakat terhadap risiko bencana alam merupakan kemampuan masyarakat untuk bertahan dalam menghadapi ancaman bahaya. Semakin sedikit (kecil) risiko bencana menunjukkan masyarakat semakin tahan atas ancaman bencana. Risiko bencana ini selanjutnya disebut sebagai ketahanan masyarakat terhadap bencana. Tingkat ketahanan masyarakat atas bencana ini dipengaruhi oleh tingkat kerentanan wilayahnya dan besarnya hazard. Kerentanan merupakan aspek yang bisa dikendalikan untuk mengurangi risiko bencana, bersama dengan hazard yang disebabkan oleh perilaku manusia.

Kerentanan merupakan kondisi suatu wilayah yang mengarah atau menyebabkan ketidakmampuan masyarakat yang ada di dalamnya dalam menghadapi bencana. Kerentanan dijelaskan oleh 3 variabel, yaitu: keterpaparan (*exposure*), kepekaan (*sensitivity*), dan kapasitas adaptif (*adaptive capacity*). Eksposur dan kapasitas adaptif secara umum menjadi penyebab utama kerentanan yang tinggi di berbagai wilayah di Indonesia. Kedua variabel ini merupakan aspek kerentanan yang paling besar sumbangannya dalam menentukan tingkat kerentanan. Variabel sensitivitas memberikan sumbangan yang lebih kecil dibandingkan dengan variabel eksposur dan kapasitas adaptif dalam menentukan tingkat kerentanan. Dengan ini, variabel eksposur dan kapasitas adaptif harus mendapat perhatian yang lebih serius bagi pemerintah dan masyarakat serta stakeholders lainnya.

Penyebab tingginya kerentanan secara umum dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) hal, yaitu (1) aspek bencana, (2) aspek layanan pemerintah, dan (3) aspek internal individu masyarakat. Aspek bencana dan aspek layanan pemerintah daerah merupakan aspek eksternal individu masyarakat, sehingga alternatif solusinya adalah pemerintah dan masyarakat melakukan adaptasi dan mitigasi bencana serta penguatan kelembagaan. Aspek eksternal yang mempengaruhi

tingkat kerentanan meliputi frekuensi bencana, tingkat keparahan, dan durasi bencana. Selain itu, tingginya kerentanan juga dipengaruhi oleh masih banyaknya lokasi rumah yang dekat dengan sumber bencana.

Kerentanan juga dipengaruhi oleh masih rendahnya aspek layanan pemerintah daerah dalam mengurangi risiko bencana. Berdasarkan aspek internal individu masyarakat, tingginya kerentanan disebabkan oleh masih rendahnya tingkat kesadaran masyarakat dalam merespon bencana seperti akses informasi bencana dan keikutsertaan dalam asuransi. Selain itu, juga dipengaruhi masih banyaknya masyarakat yang berpendidikan rendah, dan jumlah balita serta lansia yang relatif banyak. Aspek internal ini menunjukkan daya tahan individu dalam menghadapi bencana masih rendah. Solusi alternatifnya adalah peningkatan kesadaran masyarakat terhadap risiko bencana dengan melakukan akses informasi bencana dan membeli polis asuransi.

Ketahanan masyarakat merupakan konsep penting dalam pengurangan risiko bencana. Ketahanan masyarakat terhadap bencana dikonsepsikan sebagai upaya atau hasil upaya masyarakat untuk diproduksi, sehingga ketahanan masyarakat atas bencana dipandang sebagai sebuah produk. Ketahanan masyarakat terhadap bencana merupakan kondisi masyarakat yang tahan menghadapi bencana atau mampu pulih secara cepat dan efektif setelah terjadinya bencana. Bencana alam memiliki risiko yang tinggi, maka harus ada upaya pengurangan risiko bencana melalui peningkatan ketahanan masyarakatnya. Bencana alam juga menghasilkan risiko langsung (kerusakan) dan risiko tidak langsung (kerugian ekonomi) sehingga menyusutkan kapasitas daerah dan dalam jangka pendek berpengaruh negatif terhadap pembangunan ekonomi.

Ketahanan masyarakat terhadap risiko bencana secara signifikan dipengaruhi oleh variabel eksposur dan kapasitas adaptif. *Exposure* merupakan tingkat sejauh mana masyarakat mengalami bencana atau nilai-nilai yang hadir di lokasi di mana bencana terjadi. Ketahanan masyarakat terhadap bencana harus diproduksi melalui beberapa strategi yang tepat. Rumusan strategi yang harus dilakukan untuk meningkatkan ketahanan masyarakat terhadap bencana adalah (1) optimalisasi program keluarga berencana untuk mengendalikan laju pertumbuhan penduduk, (2) penegakan rencana tata ruang wilayah

(RTRW), dan (3) mitigasi bencana. Pemerintah dan masyarakat harus melakukan mitigasi bencana melalui mitigasi struktural, mitigasi non-struktural dan peran serta masyarakat. Kapasitas adaptif (*adaptive capacity*) merupakan faktor dari kerentanan yang mengacu pada kemampuan manusia atau lingkungannya untuk bereaksi dan beradaptasi dalam mereduksi suatu bahaya sehingga tidak terjadi kerugian yang lebih besar.

Kapasitas adaptif sangat mempengaruhi tingkat kemampuan individu suatu masyarakat atau daerah dalam menghadapi bencana. Strategi yang dapat dirumuskan adalah (1) normalisasi sungai; perawatan dan pemeliharaan tanggul dan pintu air; pengembangan saluran drainase dan pengaturan kepadatan bangunan pada kawasan rawan bencana dengan *sistem land sharing* dan pembangunan rumah susun agar tersedia lahan cukup untuk ruang-ruang terbuka publik dan ruang terbuka hijau (RTH). (2) pendidikan, pelatihan, dan sosialisasi pengurangan risiko bencana serta mendorong masyarakat sadar akan risiko bencana dengan selalu mengakses informasi bencana, (3) penyusunan peta daerah rawan bencana dan sosialisasi kepada masyarakat, (4) menerapkan sistem peringatan dini, (5) meningkatkan layanan pemerintah dalam pengurangan risiko bencana, dan (6) mendorong masyarakat untuk mengikuti program asuransi, baik asuransi jiwa maupun asuransi kerugian. Kegiatan pengurangan risiko di atas akan berhasil jika dilakukan penguatan kelembagaan yang mendasar dengan memasukkan unsur pendidikan, pelatihan, sosialisasi, perencanaan, dan operasional darurat bencana yang menjadi satu satuan utuh peningkatan ketahanan.

Penguatan Kapasitas Kelembagaan dalam Pengurangan Risiko Bencana

Pengurangan risiko bencana di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana. Pengurangan risiko bencana, baik untuk kegiatan pencegahan, tanggap darurat serta rehabilitasi dan rekonstruksi merupakan serangkaian upaya yang dilakukan oleh stakeholders yang terdiri akademisi, pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat atau yang secara umum

dikenal dengan istilah ABGC. Kegiatan pengurangan risiko bencana selanjutnya disebut sebagai kegiatan adaptasi dan mitigasi bencana. Adaptasi bencana sifatnya jangka pendek dan terkait langsung dengan aspek bencana yang berpotensi menimbulkan risiko. Kegiatan adaptasi ini dilakukan pada saat ada kejadian bencana. Sedangkan mitigasi bencana sifatnya jangka panjang dan fokus pada aspek antisipasi atau pencegahan bencana, dan pasca bencana seperti rehabilitasi dan rekonstruksi.

Terdapat dua jenis adaptasi terhadap ancaman bencana yang dilakukan oleh masyarakat, dunia usaha, LSM dan pemerintah dalam mengurangi risiko bencana. Jenis adaptasi terhadap bencana tersebut adalah adaptasi antisipasi dan adaptasi reaktif. Kedua jenis adaptasi ini masing masing dilakukan oleh *public* dan *private*. Adaptasi antisipasi merupakan kegiatan adaptasi yang dilakukan oleh masyarakat, dunia usaha, lembaga pendidikan dan pemerintah untuk mengantisipasi adanya risiko bencana, sedangkan adaptasi reaktif merupakan kegiatan adaptasi yang dilakukan oleh masyarakat, dunia usaha, lembaga pendidikan dan pemerintah dalam menanggapi konsekuensi adanya bencana.

Adapun adaptasi *private* merupakan adaptasi yang diinisiasi dan dilakukan oleh individu, rumah tangga atau pelaku usaha yang didasari oleh pertimbangan rasional kepentingan pribadi mereka, sedangkan adaptasi publik merupakan adaptasi yang diinisiasi dan dilaksanakan oleh pemerintah, baik pemerintah daerah, pemerintah provinsi maupun pemerintah pusat. Kegiatan adaptasi ini harus diperbaiki secara terus menerus dan berkelanjutan untuk keberhasilan pengurangan risiko bencana. Adaptasi merupakan cerminan dari kebutuhan bersama (kebutuhan kolektif) dari masyarakat, dunia usaha, akademisi dan pemerintah untuk mengurangi risiko bencana.

Pengurangan risiko bencana selain dilakukan melalui kegiatan adaptasi, juga dilakukan melalui kegiatan mitigasi. Kegiatan mitigasi dilakukan melalui kegiatan struktural, non struktural dan peranserta masyarakat. Kegiatan yang bersifat struktural berupa membangun fasilitas fisik untuk mengurangi risikobencana, sedangkan kegiatan non-struktural berupa mengembangkan kegiatan non-fisik seperti perencanaan sampai pelatihan untuk mengurangi risiko bencana.

Adapun peranserta masyarakat berupa kegiatan yang mengurangi penyebab bencana dan kegiatan partisipasif dalam mengurangi risiko bencana. Kegiatan adaptasi dan mitigasi bencana harus dilakukan oleh aktor kunci atau stakeholders sehingga kegiatan berjalan optimal.

Stakeholdrs memiliki peran penting dalam setiap tahapan kegiatan pengurangan risiko bencana di Indonesia. Pada kegiatan pengurangan risiko bencana untuk tahap pra-bencana didominasi oleh unsur pemerintah. Kegiatan yang banyak dilakukan adalah mitigasi seperti penataan tata ruang wilayah, pembangunan infrastruktur, dan penyelenggaraan penyuluhan masyarakat. Permasalahannya adalah pelaksana pengurangan risiko bencana adalah BNPB di tingkat pusat dan BPBD di tingkat provinsi dan kabupaten/kota. BNPB dan BPBD merupakan lembaga yang tidak memiliki kewenangan terkait tata ruang dan pembangunan infrastruktur. Selain BNPB dan BPBD masyarakat sangat penting pada kegiatan ini karena masyarakat sebagai ujung tombak atau pelaku yang terkait langsung aspek risiko bencana.

Secara umum pemerintah dan masyarakat (relawan) merupakan 2 pelaku utama yang paling berperan dalam kegiatan darurat bencana. Tanggap darurat merupakan serangkaian kegiatan pengurangan risiko bencana yang dilakukan dengan segera pada saat kejadian bencana untuk menangani dampak buruk yang ditimbulkan. Pada saat kejadian bencana, peran stakeholders sangat banyak. Mereka melakukan evakuasi korban, evakuasi ternak, pembagian makanan, minuman, pakaian, serta penyediaan obat-obatan. Pada kondisi tanggap darurat, partisipasi masyarakat dan relawan muncul secara spontan sebagai bentuk kepedulian sosial kepada masyarakat, tanpa diupayakan pemerintah. Peran masyarakat pada saat bencana antara lain memberikan informasi kejadian bencana ke BPBD, melakukan evakuasi mandiri, dan berpartisipasi dalam respon tanggap darurat sesuai bidang keahliannya. Di sisi lain, lembaga usaha juga mulai ikut berpartisipasi pada saat bencana, seperti membantu mengerahkan relawan dan kapasitas yang dimilikinya, memberikan dukungan logistik dan peralatan evakuasi, serta membantu upaya pemenuhan kebutuhan dasar seperti makan, minum, pakaian dan perlengkapan tidur.

Kegiatan pengurangan risiko bencana yang dilakukan pasca bencana adalah kegiatan rehabilitasi dan rekonstruksi. Secara umum

pemerintah daerah dan masyarakat merupakan komponen yang berperan dalam kegiatan rehabilitasi pasca bencana. Dalam kegiatan rekonstruksi pasca bencana, pemerintah daerah (Dinas PU) dan masyarakat merupakan 2 komponen yang paling berperan. Sementara itu, peran masyarakat dan lembaga usaha pada saat pasca bencana adalah berpartisipasi dalam pembuatan rencana aksi rehabilitasi dan rekonstruksi, dan berpartisipasi dalam upaya pemulihan dan pembangunan sarana dan prasarana umum.

Setiap *stakeholders* dalam melakukan kegiatan pengurangan risiko bencana memiliki berbagai tujuan atau kepentingan yang berbeda beda. Identifikasi aktor utama (*key person*) menjadi aspek kunci dalam mensupport keberhasilan pelaksanaan kegiatan pengurangan risiko bencana. Kegiatan pengurangan risiko akan berjalan dengan optimal jika dilakukan oleh aktor yang tepat. Tujuan *stakeholders* dalam setiap kegiatan dapat dikelompokkan menurut tingkat pengaruh dan ketergantungannya. Dari pengelompokan ini akan diperoleh 4 kuadran yang mencerminkan posisi masing-masing tujuan *stakeholders* dalam melakukan pengurangan risiko bencana alam.

Stakeholder pengurangan risiko bencana secara umum juga dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu: (1) *beneficiaries*, yaitu individu, organisasi dan atau kelompok masyarakat yang terkena risiko bencana, baik secara langsung maupun tidak langsung; (2) *intermediaries*, yaitu organisasi, kelompok masyarakat dan atau perseorangan yang dapat memberi pertimbangan atau fasilitasi dalam pengurangan bencana, antara lain: SAR, PMI, Perguruan Tinggi, dan LSM yang memiliki program pengurangan risiko bencana; (3) *policy makers*, yaitu institusi yang berwenang membuat keputusan dan landasan hukum, seperti BPBD, dan Bappeda, Dinas PU, Dinas LH, dan Dinas Kesehatan.

BNPB dan BPBD merupakan *stakeholders* dalam berbagai riset selalu berada di kuadran 1. Ini berarti lembaga tersebut merupakan *stakeholders* yang memiliki daya saing paling tinggi dalam kegiatan pengurangan risiko bencana, dimana memiliki pengaruh yang tinggi dan ketergantungan yang rendah. Stakeholder yang berada di kuadran ini merupakan *stakeholders* yang berpengaruh tapi rendah ketergantungannya sehingga akan maksimal dalam mencapai tujuannya. Setiap *stakeholders* memiliki pengaruh dan ketergantungan

yang berbeda beda. Pengaruh dan kepentingan *stakeholders* menunjukkan daya saing mereka dalam mengurangi risiko bencana di lokasi penelitian. Selain BNPB dan BPBD, masyarakat (tokoh masyarakat dan relawan) merupakan *stakeholders* yang memiliki daya saing tinggi dalam pengurangan risiko bencana. Peran serta masyarakat sangat vital dalam keberhasilan kegiatan pengurangan risiko bencana. Banyak masyarakat menjalankan misi kemanusiaan dan menolong sesama, sehingga mereka sangat optimal dalam pelaksanaan kegiatan pengurangan risiko, terutama pada saat kondisi darurat atau beberapa saat setelah terjadi bencana alam.

Stakeholders yang baik dalam pengurangan risiko bencana yang baik harus memiliki kesamaan tujuan sehingga tingkat pengaruh dan ketergantungan yang mendekati sama. Secara umum, BNPB, BPBD Provinsi, BPBD, Bappeda, Dinas Kesehatan, Dinas PU, Dinas LH, Kepala Desa, tokoh masyarakat, masyarakat, perguruan tinggi, media dan LSM memiliki konvergen atau hubungan yang kuat dalam pelaksanaan pengurangan risiko bencana. *Stakeholders* ini merupakan aktor penting dalam pengurangan risiko bencana di mana mereka memiliki kepentingan atau tujuan yang sama atau hampir sama. Di sisi lain pelaku usaha, SAR, PMI dan TNI-Polri merupakan *stakeholders* dengan *convergence* yang rendah.

Mereka bukan merupakan elemen kunci dalam pengurangan risiko bencana karena ini bukan tujuan utama mereka tapi mereka akan suport ketika terjadi bencana. Kuat dan tidaknya konvergen ini terkait dengan besar kecilnya pengaruh dan kepentingannya dalam kegiatan pengurangan risiko bencana. Selain aspek konvergen, penentuan aktor kunci dalam kegiatan pengurangan risiko bencana juga harus mempertimbangkan aspek difergen. *Stakeholders* yang memiliki potensi divergensi yang tinggi adalah BNPB dan BPBD dengan pelaku usaha. Hasil ini menunjukkan bahwa mereka mempunyai perbedaan tujuan yang relatif tinggi. Akademisi dari perguruan tinggi, TNI-POLRI, PMI, SAR mempunyai kemungkinan konflik yang rendah. Posisi mereka secara realita memang netral karena tidak memiliki kepentingan secara langsung dengan pengurangan risiko bencana.

Penutup

Pendekatan pengelolaan risiko bencana alam dan cara pandang atas bencana alam memiliki peran penting dalam upaya pengurangan risiko bencana alam di Indonesia. Pengurangan risiko bencana alam merupakan pendekatan terbaru dalam pengelolaan suatu bencana alam. Pendekatan ini merupakan penyempurnaan dari berbagai pendekatan sebelumnya yang terdiri dari pendekatan konvensional, mitigasi, dan pembangunan. Peningkatan ketahanan masyarakat atas bencana menjadi alternatif solusi yang dapat dikembangkan dalam berbagai kegiatan pengurangan risiko bencana alam yang banyak terjadi di Indonesia.

Risiko bencana alam dalam jangka pendek berdampak negatif pada pembangunan ekonomi Indonesia, meskipun dalam jangka panjang bencana alam dapat juga berpengaruh positif. Untuk itu perlu ada pelurusan cara pandang masyarakat dan pemerintah terhadap bencana alam. Cara pandang yang benar berpengaruh bagi masyarakat dalam mensikapi bencana alam. Masyarakat akan lebih arif dan bijaksana dalam menghadapi bencana alam. Selain itu, bencana alam juga berpengaruh bagi pemerintah, dunia usaha dan lembaga pendidikan untuk melakukan terobosan dan inovasi sehingga berpengaruh positif terhadap pembangunan ekonomi untuk jangka panjang.

Pengurangan risiko bencana akan optimal jika stakeholders paham apa yang harus dikerjakan dan didukung oleh kelembagaan yang kuat. Penyebab utama kerentanan merupakan aspek yang harus dibenahi, dimana sampai saat ini masih minim kajian tentang penyebab utama kerentanan atas bencana. Minimnya jumlah kajian ini berdampak pada upaya pengurangan risiko bencana yang tidak tepat sasaran karena tidak mengatasi permasalahan utama yang menyebabkan besarnya risiko bencana. Selain itu, kegiatan pengurangan risiko juga harus dilakukan oleh aktor yang tepat, maka perlu identifikasi siapa aktor kunci dalam pengurangan risiko bencana. Aktor kunci dapat diketahui melalui analisis stakeholder untuk menentukan daya saing stakeholders dilihat dari tujuan, pengaruh dan tingkat ketergantungannya. Aspek kelembagaan juga menjadi sorotan yang harus dibenahi untuk efisiensi dan efektifkan kegiatan.

Pengurangan risiko bencana akan berjalan optimal jika stakeholders memahami kegiatan apa saja yang harus dilakukan. Kegiatan yang dilakukan harus berdasarkan kajian tentang penyebab tingginya kerentanan wilayah atas bencana. Pelaksanaan kegiatan juga harus dilakukan oleh stakeholders yang tepat yang didukung oleh kelembagaan yang kuat. Ketika hal ini dilakukan dengan baik, bencana alam akan berpengaruh positif dalam pembangunan ekonomi jangka panjang.

PENINGKATAN NILAI TAMBAH INDUSTRI NASIONAL

Anton Agus Setyawan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
e-mail: anton.setyawan@ums.ac.id

Pendahuluan

Industri nasional sudah sejak lama dikritik belum mampu mengoptimalkan potensinya. Sebagai sebuah negara dengan potensi sektor primer yang besar, Indonesia ternyata belum mampu membangun industri nasional yang bernilai tambah tinggi. Pada dekade 80-an, industri Indonesia dibangun sebagai bagian dari era tinggal landas oleh pemerintahan Orde Baru dengan menggunakan pendekatan transformasi dari perekonomian berbasis sektor primer yaitu pertanian menjadi perekonomian yang berbasis sektor industri. Pemerintah Orde Baru bahkan mendefinisikan pembangunan ekonomi dengan proses transformasi ini.

Dalam perkembangannya kita bisa melihat saat ini industri nasional menjadi bagian dari mata rantai industri global. Kita bisa melihat hal ini dalam industri otomotif. Pemerintah maupun pelaku industri selalu membanggakan bahwa saat ini industri otomotif baik sepeda motor maupun mobil sudah mempunyai kandungan lokal sebesar 80 %. Apakah ini bisa dianggap bahwa produk otomotif adalah produk buatan Indonesia? Masalahnya tidak sesederhana itu. Morgan dan Hunt (1994) dalam penelitiannya tentang industri otomotif di Amerika Serikat menemukan bahwa mulai era 1990-an sudah dimulai sebuah era jejaring produksi yang dianggap lebih efisien. Secara konsep strategi ini mengajarkan bahwa proses produksi otomotif bisa dilakukan di beberapa negara dan di *assembling* di negara yang berbeda sehingga bisa meningkatkan efisiensi biaya produksi.

Pada tahun 1980-an dengan maraknya kemunculan perusahaan multinasional di negara-negara maju, mereka mulai melakukan strategi

ini dengan memindahkan beberapa lokasi produksi di negara-negara berkembang. Alasan utama pemindahan lokasi ini adalah murahness tenaga kerja di negara berkembang, bahan mentah dan bahan baku yang berlimpah serta pasar potensial di negara berkembang. Perusahaan-perusahaan multinasional datang ke negara berkembang dengan tujuan ekspansi produksi dan pasar (Kotabe dan Helsen, 2010, hlm 9).

Indonesia dengan jumlah penduduk lebih dari 270 juta menjadi pasar yang potensial bagi produk-produk global. Jumlah penduduk yang banyak ditambah dengan konsumen kelas menengah dengan daya beli tinggi menjadi alasan bagi perusahaan-perusahaan global dan multinasional untuk melakukan ekspansi produksi dan pasar ke Indonesia. Perusahaan global dan multinasional ini melakukan ekspansi produksi dan pasar dengan strategi baru yaitu melibatkan mitra lokal dalam proses produksi. Strategi ini disebut juga dengan *joint manufacturing*. Strategi *joint manufacturing* dilakukan dengan melakukan proses produksi secara terpisah. Sebagai contoh dalam proses produksi sepeda motor, maka body sepeda motor diproduksi di negara A, komponen mesin diproduksi di negara B dan C, ban sepeda motor diproduksi mitra bisnis di negara D dan *assembling* di negara E yang sekaligus menjadi pasar sepeda motor tersebut. Pola-pola seperti ini sudah menjadi strategi bisnis perusahaan-perusahaan global dan multinasional.

Bagi negara yang menjadi tuan rumah bagi proses *joint manufacturing* proses produksi sebagai bagian dari mata rantai produksi global ini, ada harapan bahwa akan terjadi proses alih teknologi. Namun demikian, perlindungan terhadap paten dan hak cipta membuat proses alih teknologi ini sesuatu yang sulit dilakukan. Proses *joint manufacturing* dengan spesialisasi masing-masing bagian ini menjadi alasan bahwa proses alih teknologi sudah terjadi, namun demikian teknologi yang dikuasai negara berkembang hanya teknologi sederhana dan bukan bagian penting dari proses produksi tersebut. Lundin *et al.*, (2007) dalam studinya tentang proses pengembangan teknologi dalam industri di China, menemukan bahwa pengembangan teknologi di negara tersebut dikaitkan juga dengan proses penciptaan pekerjaan baru. Proses yang berlangsung selama puluhan tahun ini,

sekarang dinikmati China dengan perkembangan industri pengolahan di berbagai bidang yang luar biasa. Negara ini bahkan bisa menciptakan jaringan rantai pasok untuk setiap industri yang mereka kembangkan.

Tulisan ini mendiskusikan tentang proses meningkatkan nilai tambah industri di Indonesia. Hal ini didasari dari kenyataan bahwa industri pengolahan di Indonesia saat ini tumbuh positif, namun tidak menguasai mata rantai industri yang penting. Hal ini mengakibatkan industri nasional mempunyai ketergantungan besar terhadap impor dan mempunyai keterbatasan terutama dari aspek nilai tambah ekonomi. Urgensi dari peningkatan nilai tambah ekonomi dari produk industri adalah untuk menjamin terciptanya pertumbuhan ekonomi yang berkualitas.

Landasan Filosofis

Majid (2016) menyebutkan bahwa manusia mempunyai fungsi pengembang, membangun dan pencipta seperti disebutkan dalam Al Qur'an surat Hud ayat 61, yaitu:

{وَالِى تَمُودَ أَخَاهُمْ صَالِحًا قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ
هُوَ أَنْشَأَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا فَاسْتَغْفِرُوهُ ثُمَّ تَوْبُوا إِلَيْهِ إِنَّ
رَبِّي قَرِيبٌ مُجِيبٌ (١٦)}

Dan kepada Samud (Kami utus) saudara mereka. Saleh. Saleh berkata, "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada bagi kalian Tuhan selain Dia. Dia telah menciptakan kalian dari bumi (tanah) dan menjadikan kalian pemakmurnya. Karena itu, mohonlah ampunan-Nya, kemudian bertobatlah kepada-Nya. Sesungguhnya Tuhanku amat dekat (rahmat-Nya) lagi memperkenankan (doa hamba-Nya)."

Ayat diatas relevan dengan usaha untuk mendapatkan atau memperoleh mata rantai tertinggi dari sebuah industri. Pelaku industri di Indonesia harus melakukan inovasi dan pengembangan untuk

menciptakan produk atau proses bisnis yang baru. Proses ini tentu tidak dilakukan dengan instan melainkan membutuhkan proses yang lama. Jepang melakukan proses industrialisasi dengan inovasi produk elektronik dan otomotif sejak tahun 60-an dan mulai masuk ke pasar global tahun 80-an. Korea Selatan melakukan proses yang sama pada tahun 80-an dan masuk pasar global pada dekade 90-an. China juga melakukan proses yang sama dengan membangun tradisi riset ilmu dasar dan meneruskannya dengan riset terapan sesuai dengan kebutuhan industri.

Proses mengembangkan produk dan proses bisnis ini dilakukan oleh manusia dengan modal yang diberikan Allah SWT berupa ilmu, seperti ayat dalam Al Qur'an dalam surat Al Baqarah ayat 31:

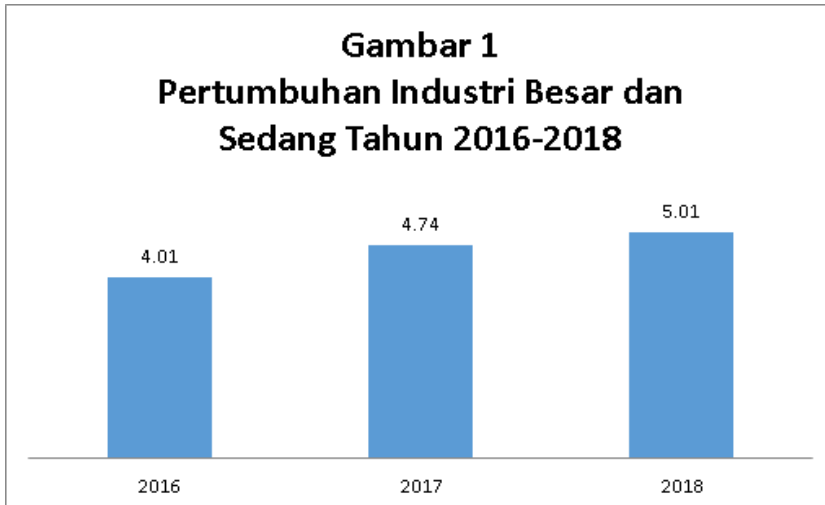
وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ

Arti: Dan Dia mengajarkan kepada Adam nama-nama (benda-benda) seluruhnya, kemudian mengemukakannya kepada para Malaikat lalu berfirman: "Sebutkanlah kepada-Ku nama benda-benda itu jika kamu mamang benar orang-orang yang benar!"

Ilmu yang didapat oleh manusia ini tentu merupakan hasil dari proses yang baik yaitu pengalaman dan jalur ajaran yang baik sehingga bisa menjadi pedoman untuk melaksanakan perbaikan. Dalam konteks peningkatan nilai tambah sebuah industri hal ini terkait dengan proses inovasi untuk mendapatkan produk baru. Hal ini juga menjamin bahwa inovasi produk dan proses bisnis yang dilakukan tidak hanya bertujuan meningkatkan keuntungan, tetapi juga mewujudkan kebaikan bagi lingkungan sosial dan masyarakat. Produk-produk yang diciptakan mempunyai manfaat bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Landasan filosofis ini menjadi landasan bagi pelaku industri maupun pemerintah untuk melakukan inovasi maupun menyusun regulasi yang menjamin terciptanya industri lokal yang bernilai ekonomi tinggi.

Pertumbuhan Industri Nasional

Pertumbuhan industri besar dan sedang nasional sebenarnya mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Gambar 1 menunjukkan pertumbuhan industri besar dan menengah pada tahun 2016-2018.



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2018

Beberapa jenis industri pengolahan yang mengalami kenaikan tertinggi dari triwulan IV tahun 2017 ke triwulan I tahun 2018 antara lain:

1. Industri percetakan dan reproduksi media rekaman dengan kenaikan sebesar 13,54 %.
2. Industri kulit, barang dari kulit dan alas kaki naik sebesar 9,9 %.
3. Industri mesin dan perlengkapan naik sebesar 9,34 %.
4. Industri karet, barang dari karet dan plastik, naik sebesar 5,29 %.
5. Industri minuman naik 5,02 %.

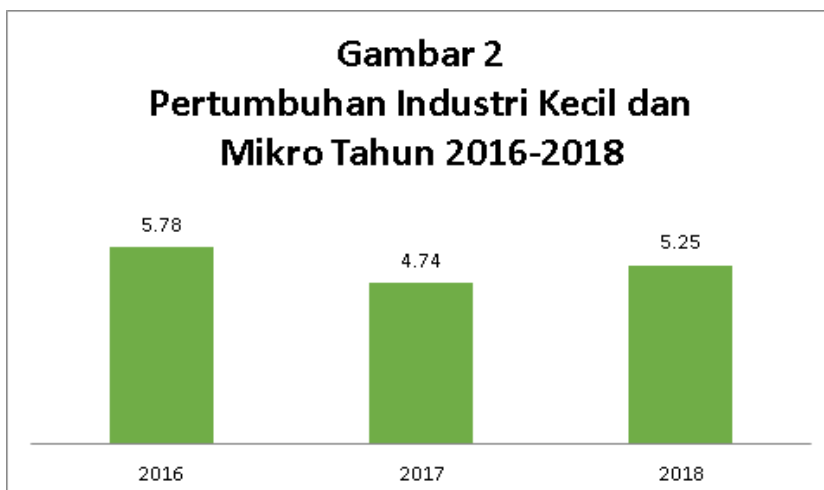
Beberapa jenis industri pengolahan yang mengalami penurunan tertinggi dari triwulan IV tahun 2017 ke triwulan I tahun 2018 antara lain:

1. Industri peralatan listrik, mengalami penurunan sebesar 7,55%

2. Industri komputer, barang elektronik dan optik, turun sebesar 6,16 %
3. Industri bahan kimia dan barang dari bahan kimia, turun 4,70 %
4. Industri barang galian bukan logam, turun 4,08 %
5. Industri kayu, barang dari kayu dan gabus (tidak termasuk furnitur) dan barang anyaman dari bambu, rotan dan sejenisnya, turun 2,81 %.

Fluktuasi kenaikan dan penurunan dari beberapa sektor industri pengolahan atau manufaktur besar dan sedang ini terjadi karena faktor permintaan dan juga penurunan kapasitas produksi karena kenaikan biaya bahan baku. Perbandingan data tahunan (year on year) menunjukkan ada beberapa industri yang konsisten pertumbuhannya meningkat dari tahun 2016 sampai 2018, yaitu industri makanan, pakaian jadi, industri kulit, barang dari kulit dan alas kaki, serta industri kayu, barang dari kayu, dan gabus dan barang anyaman dari bamboo rotan dan sejenisnya.

Pertumbuhan industri mikro dan kecil tahun 2016-2018 mengalami penurunan. Gambar 2 menunjukkan pertumbuhan industri mikro dan kecil tahun 2016-2018.



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2018

Jenis-jenis industri manufaktur mikro dan kecil yang mengalami kenaikan tertinggi pada triwulan I-2018 terhadap triwulan IV-2017 adalah:

1. Industri mesin dan perlengkapan ytdl, mengalami kenaikan sebesar 8,71 %.
2. Jasa reparasi dan pemasangan mesin dan peralatan, mengalami kenaikan 8,58 %.
3. Industri barang logam bukan mesin dan peralatannya, naik 6,65%.
4. Industri kulit, barang dari kulit dan alas kaki, naik sebesar 5,72 %
5. Industri kayu, barang dari kayu dan gabus, anyaman rotan dan bambu, naik 4,85 %

Beberapa jenis industri manufaktur mikro dan kecil yang mengalami penurunan produksi tertinggi pada triwulan I - 2018 terhadap triwulan IV-2017 adalah:

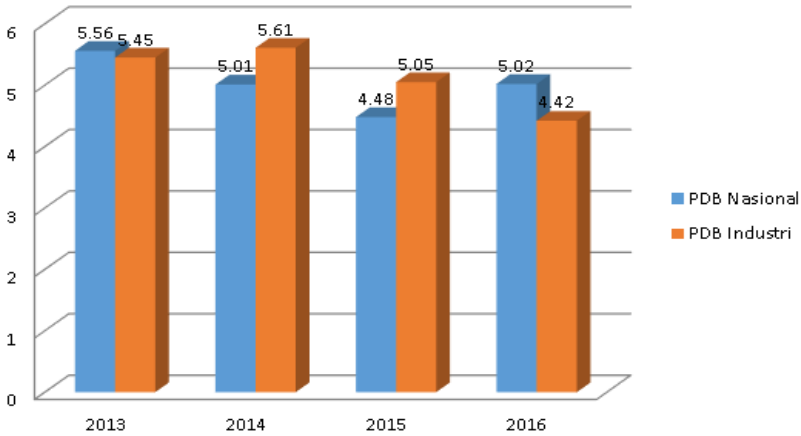
1. Industri komputer, barang elektronika dan optik, turun sebesar 10,70 %
2. Industri pengolahan tembakau, mengalami penurunan sebesar 5,71 %
3. Industri logam dasar, turun sebesar 2,73 %
4. Industri kendaraan bermotor, turun 0,40 %
5. Industri kertas dan barang dari kertas, turun sebesar 0,39 %.

Industri kecil dan mikro yang konsisten tumbuh positif *year on year* adalah industri makanan dan pakaian jadi. Fluktuasi pertumbuhan industri kecil dan mikro menunjukkan fluktuasi produksi dan permintaan terhadap produk-produk industri bersangkutan.

Kontribusi Industri Nasional

Produk Domestik Bruto (PDB) industri Indonesia mengalami penurunan sejak 2013-2016. Gambar 3 menunjukkan perbandingan antara PDB Indonesia dengan PDB industri tahun 2013-2016.

Gambar 3
Pertumbuhan PDB Nasional dan
PDB Industri Tahun 2013-2016

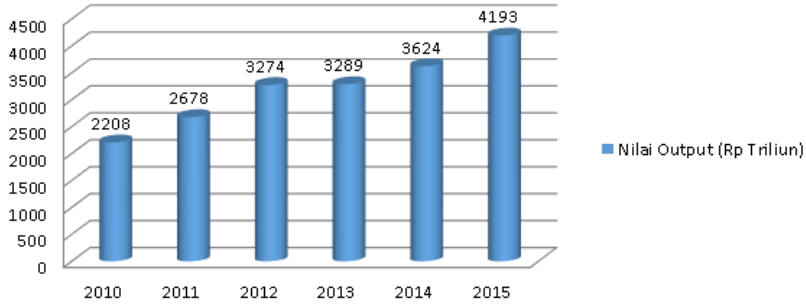


Sumber: Badan Pusat Statistik, 2018

Pertumbuhan PDB industri Indonesia berada di atas pertumbuhan industri nasional, hal ini berarti peran industri terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia besar. Angka ini merupakan gabungan dari pertumbuhan industri mikro, kecil, sedang dan besar. Pertumbuhan PDB industri yang berada di atas pertumbuhan PDB nasional merupakan hal yang berdampak positif bagi perekonomian nasional. Hal ini dikarenakan sektor industri terutama manufaktur mempunyai dampak pengganda yang besar terkait dengan output industri yang mengalami peningkatan juga.

Produk industri yang berupa barang olahan mempunyai nilai ekonomi yang tinggi karena dalam setiap tahapan produksi keterlibatan faktor produksi sangat besar. Gambar 4 menunjukkan peningkatan output produksi industri pengolahan dari tahun 2010 sampai 2015. Output produksi manufaktur sejak tahun 2010 sampai dengan 2015 selalu mengalami peningkatan. Hal ini tentu merupakan sebuah perkembangan yang menggembirakan. Kita bisa menyimpulkan bahwa produktivitas industri manufaktur Indonesia terus mengalami peningkatan.

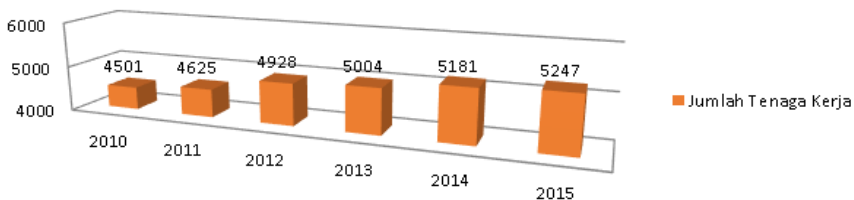
Gambar 4
Nilai Output Industri Manufaktur Besar dan Sedang 2010-2015



Sumber: BPS, 2018.

Peningkatan output industri manufaktur besar dan sedang ini diharapkan juga berdampak pada sektor lain, misalnya penyerapan tenaga kerja. Gambar 5 menunjukkan pertumbuhan jumlah tenaga kerja di industri besar dan menengah tahun 2010-2015.

Gambar 5
Pertumbuhan Jumlah Tenaga Kerja di Industri Besar dan Sedang Tahun 2010-2015



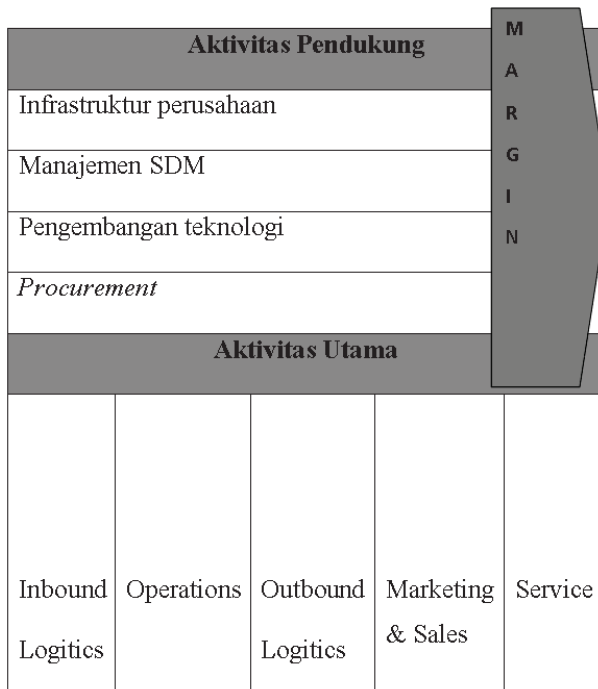
Sumber: BPS, 2018

Gambar 5 memberikan informasi kepada kita bahwa industri pengolahan Indonesia memberikan kontribusi penting pada peningkatan Produk Domestik Bruto dan penyerapan tenaga kerja

di Indonesia. Namun demikian, industri nasional belum mempunyai penguasaan terhadap mata rantai industri yang paling bernilai yaitu paten dan teknologi.

Analisis Rantai Nilai Industri

Analisis rantai nilai atau value chain dipergunakan untuk menganalisis daya saing dari sebuah industri dilihat dari beberapa aspek, yaitu aktivitas utama dan aktivitas pendukung. Aktivitas utama dari sebuah perusahaan terdiri dari: *inbound logistics, operations, outbound logistics, marketing and sales* dan *service*. Aktivitas pendukung dari sebuah perusahaan terdiri dari infrastruktur perusahaan, manajemen sumber daya manusia, pengembangan teknologi dan *procurement*. Kedua kelompok aktivitas itu bertujuan untuk menghasilkan margin bagi perusahaan. Gambar 6 mengilustrasikan *value chain analysis* dari Porter (1990).



Gambar 6 Model Value Chain Analysis

Analisis *value chain* yang dikembangkan Porter (1990) ini membagi aktivitas perusahaan menjadi dua kelompok, yaitu aktivitas utama dan aktivitas pendukung. Aktivitas utama terdiri dari:

1. *Inbound Logistic* adalah semua proses yang terkait dengan proses menerima, menyimpan, dan mendistribusikan input internal, termasuk di dalamnya bahan mentah, bahan baku dan lain sebagainya.
2. *Operations* – kegiatan transformasi yang mengubah input menjadi output yang akan dijual kepada pelanggan. Secara teknis ini adalah proses produksi atau pelaksanaan proses bisnis dalam perusahaan.
3. *Outbond Logistic* –kegiatan ini memberikan produk atau layanan kepada pelanggan. Secara teknis proses ini adalah proses distribusi atau menyampaikan barang atau jasa kepada pelanggan.
4. *Marketing & Sales* – proses yang digunakan untuk membujuk pelanggan untuk membeli produk yang dijual. Kegiatan ini dalam konteks teknis adalah kegiatan komunikasi pemasaran yang terintegrasi.
5. *Service* – kegiatan yang berkaitan dengan mempertahankan nilai dari produk atau layanan kepada pelanggan setelah membeli produk. Kegiatan ini adalah semua aktivitas perusahaan yang terkait dengan layanan purna jual dari produk.

Aktivitas pendukung terdiri dari:

1. *Procurement (Purchasing)* – kegiatan organisasi untuk mendapatkan sumber daya yang dibutuhkan untuk beroperasi. Kegiatan ini termasuk menyeleksi dan menjaga hubungan baik dengan pemasok. Proses pembelian bahan baku juga dilaksanakan dalam tahapan ini.
2. *Human Resource Management* – seberapa baik sebuah perusahaan merekrut, melatih, memotivasi, memberi penghargaan, dan mempertahankan para pekerjanya. Sumber daya manusia yang berkualitas bisa menjadi sumber daya saing bagi perusahaan.
3. *Technological Development* – kegiatan ini berhubungan dengan pengelolaan dan pengolahan informasi, serta melindungi basis

pengetahuan perusahaan. Proses pengembangan teknologi produksi dan penelitian pengembangan menjadi kunci untuk meningkatkan nilai tambah produksi.

4. *Infrastructure* – sistem dukungan perusahaan, dan fungsi-fungsi yang memungkinkan untuk mempertahankan operasi sehari-hari seperti akuntansi, hukum, administrasi, dan manajemen. Pengelolaan organisasi dan pengembangan strategi bisnis merupakan unsur yang penting bagi pengembangan bisnis perusahaan.

Berdasarkan model *value chain* atau rantai nilai tersebut kita bisa analisis dengan ilustrasi industri makanan dan minuman, tekstil dan pakaian jadi serta industri otomotif. Pilihan industri ini berdasarkan *masterplan* fokus pengembangan industri nasional sesuai dengan dokumen *Making Indonesia 4.0* (Kemenperin, 2018). Desain analisis rantai nilai yang dilakukan mengacu pada studi dari Setyawan *et al.*, (2015).

Industri Makanan dan Minuman

Industri makanan dan minuman merupakan industri yang tumbuh diatas 10 % sejak tahun 2016. Nilai dari industri ini menunjukkan tren yang meningkat sejak tahun 2014 sampai dengan 2018. Pada tahun 2014, nilai industri ini mencapai Rp 117 triliun dan pada tahun 2018, nilainya meningkat menjadi Rp 165 triliun. Mahardika (2018) dalam studinya menyebutkan bahwa ada empat perusahaan yang saat ini mendominasi industri makanan dan minuman di Indonesia, yaitu PT Coca Cola Amatil Indonesia, PT Nestle Indonesia, PT Mayora dan PT Unilever Indonesia. Dari empat perusahaan terbesar tersebut, hanya PT Mayora yang merupakan perusahaan Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) sementara 3 lainnya adalah bagian dari perusahaan multinasional.

Aktivitas Utama Bisnis Makanan dan Minuman

Aktivitas utama dari industri makanan dan minuman terdiri dari:

1. *Inbound Logistics*. Aktivitas pengelolaan input berupa bahan

baku bagi industri makanan di Indonesia bisa menjadi kekuatan atau daya saing dari industri ini karena sebagian besar bahan baku industri ini berasal dari bahan baku lokal. Berdasarkan data dari Kemenperin tahun 2018, lima besar produk makanan dan minuman adalah minyak kelapa sawit, udangbeku, minyak kelapa, mentega dan margarin. Kita bisa melihat aktivitas pengelolaan bahan baku dari industri ini hanya sedikit dipengaruhi oleh harga di tingkat global.

2. *Operations*. Perusahaan makanan dan minuman mempunyai penguasaan teknologi produksi yang semakin baik. Hanya sedikit catatan untuk minyak kelapa sawit yang masih terbatas diolah di dalam negeri untuk menjadi CPO (*Crude Palm Oil*). Secara umum teknologi produksi dari perusahaan makanan dan minuman sudah sangat baik.
3. *Outbound logistics*. Jaringan distribusi untuk industri makanan dan minuman baik dari sisi distributor maupun peritel baik moderen maupun tradisional tidak menjadi masalah. Namun demikian beberapa komoditas primer dari industri makanan dan minuman mengalami masalah fluktuasi harga karena proses distribusi yang tidak efisien.
4. *Marketing and sales*. Kemampuan perusahaan-perusahaan makanan dan minuman di Indonesia dalam membuka pasar baru masih perlu dikembangkan. Data tahun 2018 menunjukkan dominasi industri makanan dan minuman terhadap ekspor non migas. Namun demikian angka ekspor industri makanan dan minuman sejak 2014 terus mengalami penurunan dari US\$ 29,5 miliar pada tahun 2014 menjadi US\$ 26,2 miliar pada tahun 2016.
5. *Service*. Layanan purna jual dari industri ini masih perlu dikembangkan karena dominasi dari komoditas primer yaitu minyak kelapa sawit dari industri makanan dan minuman.

Aktivitas Pendukung Bisnis Makanan dan Minuman

Pengembangan teknologi dari bisnis makanan dan minuman di Indonesia masih perlu dikembangkan terkait dengan fakta bahwa

industri ini masih didominasi oleh komoditas primer yaitu minyak kelapa sawit yang nilai tambahnya masih rendah. Hal ini juga terkait dengan kualitas sumber daya manusia yang belum mampu melakukan inovasi untuk menciptakan produk atau proses baru dalam industri makanan dan minuman.

Industri Tekstil dan Pakaian Jadi

Industri tekstil dan pakaian jadi Indonesia sejak 2016 sampai dengan 2017 mengalami kontraksi atau tumbuh negatif. Selain itu, industri ini juga terus mengalami penurunan nilai tambah. Namun demikian, sejak triwulan I 2018 nilai ekspor tekstil naik 6,20% sedangkan nilai ekspor pakaian jadi naik 9,16%. Hal ini terjadi karena membaiknya perekonomian Amerika Serikat dan negara-negara pengimpor utama lainnya.

Aktivitas Utama Bisnis Tekstil dan Pakaian Jadi

1. *Inbound Logistics*. Aktivitas pengelolaan input berupa bahan baku bagi industri tekstil dan pakaian jadi mempunyai ketergantungan tinggi terhadap impor. Bahan baku kapas, benang dan bahan pewarna masih harus diimpor sehingga harga produk ini rentan dengan fluktuasi harga di pasar global.
2. *Operations*. Perusahaan tekstil dan pakaian jadi mempunyai penguasaan teknologi produksi yang semakin baik. Hanya saja mesin-mesin produksi untuk industri ini hampir seluruhnya masih impor. Kondisi yang berbeda terjadi pada industri pakaian jadi yang mengandalkan kreativitas pelaku industri, teknologi maupun desain sudah dikuasai perusahaan lokal.
3. *Outbound logistics*. Jaringan distribusi untuk tekstil dan pakaian jadi untuk ekspor maupun pasar lokal sudah sangat baik..
4. *Marketing and sales*. Industri pakaian jadi mempunyai strategi pemasaran yang lebih baik, terutama terkait dengan tumbuhnya pasar fesyen di Indonesia. Industri pakaian dengan sub industri fesyen saat ini menjadi bagian dari industri kreatif yang sedang membangun daya saing dari aspek produk dan pemasaran.

5. *Service*. Layanan purna jual dari industri pakaian jadi juga mulai berkembang dengan tingginya angka pembelian kembali pada industri bersangkutan.

Aktivitas Pendukung Bisnis Tekstil dan Pakaian Jadi

Perkembangan teknologi pada industri pakaian jadi terjadi pada teknologi produksi, terutama teknik pewarnaan dan pemasaran. Penggunaan teknologi tepat guna dan teknologi informasi menjadi motor penggerak dari industri pakaian jadi. Sumber daya manusia yang berkualitas dan inovatif juga mulai berkembang di industri pakaian jadi, adapun industri tekstil saat ini berada dalam kondisi stagnan untuk aktivitas pendukung industrinya.

Industri Otomotif

Perkembangan industri otomotif Indonesia dalam kurun waktu lima tahun terakhir terus mengalami peningkatan baik dari aspek produksi maupun penjualan. Pada tahun 2018, produksi industri otomotif Indonesia mencapai 1,2 juta unit dengan penjualan mencapai 994 ribu unit. Pasar dari produk otomotif nasional didominasi oleh pasar lokal, di mana hampir 75% produk otomotif untuk memenuhi permintaan dalam negeri. Industri otomotif nasional ini adalah sebuah contoh nyata dari jaringan manufaktur global. Karakteristik industri ini adalah tidak ada merek lokal dan hak paten dari industri ini dimiliki oleh pabrik global terutama dari Jepang dan Korea Selatan.

Aktivitas Utama Otomotif

1. *Inbound Logistics*. Aktivitas pengelolaan input berupa bahan baku bagi otomotif merupakan sebuah proses yang rumit karena ada ribuan pemasok yang berasal dari dalam dan luar negeri. Jejaring bisnis pemasok dari industri otomotif merupakan sebuah rangkaian rantai pasok yang kompleks.
2. *Operations*. Kementerian Perindustrian Indonesia menyebutkan bahwa 80 % proses produksi maupun teknologi dari industri otomotif sudah mampu dilakukan di dalam negeri oleh pelaku

- industri lokal. Namun demikian, hak paten dari teknologi tersebut masih menjadi milik pabrikan otomotif global.
3. *Outbound logistics*. Jaringan distribusi untuk industri otomotif bagi pasar lokal sudah sangat baik..
 4. *Marketing and sales*. Industri otomotif masih perlu bekerja keras untuk mengembangkan desain produk dengan proses penelitian dan pengembangan yang serius.
 5. *Service*. Layanan purna jual dari industri otomotif sudah menjadi industri tersendiri, bahkan sampai pada pasar barang bekasnya maupun layanan bengkel dan reparasi.

Aktivitas Pendukung Bisnis Otomotif

Perkembangan teknologi pada industri otomotif masih menjadi mimpi besar bagi industri nasional. Proses riset dan pengembangan dalam industri ini masih dilakukan oleh pabrikan yang menjadi pemegang merek sehingga proses transfer teknologi berlangsung lambat. Dukungan sumber daya manusia yang berkualitas cukup banyak dan berpotensi memberikan nilai tambah bagi industri ini.

Penutup

Mata Rantai Industri Yang Bernilai

Industri pengolahan merupakan sebuah industri primadona karena mempunyai nilai tambah ekonomi yang tinggi terkait dengan nilai output, ekspor maupun dampaknya bagi perekonomian nasional. Data ekonomi menunjukkan pertumbuhan nilai dan peran industri ini semakin meningkat. Namun demikian, penyakit lama dari pembangunan industri di tanah air belum bisa diselesaikan. Industri nasional masih berkuat pada teknologi yang rendah serta mempunyai ketergantungan tinggi pada perusahaan multinasional. Indonesia belum mampu mengambil keuntungan dari perannya sebagai bagian dari jaringan produksi global. Pelaku industri nasional belum tergerak untuk meningkatkan aktivitas riset dan pengembangan dalam rangka mengembangkan produk dan teknologi sendiri sehingga mampu menguasai mata rantai industri yang paling bernilai.

Sumber daya manusia yang berkualitas sudah banyak berkarya di dalam industri nasional. Beberapa perusahaan lokal juga melakukan inovasi, baik untuk menciptakan produk baru maupun meningkatkan efisiensi produksi. Namun demikian, konsistensi kebijakan pemerintah untuk memberikan insentif bagi proses inovasi ini masih perlu ditingkatkan. Konsistensi dalam melaksanakan cetak biru industri nasional dengan fokus pada beberapa industri unggulan perlu dijaga. Kebijakan yang sesuai dengan cetak biru industri nasional akan menjamin penguasaan mata rantai industri yang bernilai.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik (2018), *Pertumbuhan Produksi Industri Manufaktur Triwulan I*, Mei.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2018), *Analisis Perkembangan Industri, Edisi II*, Mei.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2018), *Kebijakan Sektor Industri Otomotif Dalam Rangka Implementasi Roadmap Industri 4.0*, April.
- Kootabe .M dan K.Heelsen (2010), *Global Marketing Management, 5th Edition*, John Wiley and Sons, Hoboken, New Jersey.
- Lundin, N, F.Sjoholm, H. Ping dan J. Qian (2007), Technology Development and Job Creation in China, *IFN Working Paper No.697*, Research Institute of Industrial Economics.
- Mahardika, R.B (2018), *Mengenal Industri Makanan dan Minuman di Era Industri 4.0*, Forbil Institute, Yogyakarta.
- Majid, Z.A (2016), Ekonomi dalam Perspektif Al Qur'an, *Ahkam*, Vol.XVI No.2, Juli.
- Morgan, R.M. dan Shelby D.Hunt. (1994) 'The commitment-trust theory of relationship marketing', *Journal of Marketing*, 58:3, h 20-38.
- Porter, Michael E (1990): "*Competitive Strategy*", Techniques for Analysing Industries and Competitors., New York: The Free Press.

Setyawan, Anton A., M Isa, M.F Wajdi, Syamsudin dan S.P Nugroho (2015), An Assessment of SME Competitiveness in Indonesia, *Journal of Competitiveness*, Vol. 7, Issue 2, pp. 60 - 74, June

Tentang Kontributor:

Anton Agus Setyawan lahir di Surakarta 16 Agustus 1974, menyelesaikan S1 Bidang Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 1998, S2 Magister Sains Manajemen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gadjah Mada tahun 2004 dan S3 Manajemen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gadjah Mada tahun 2014. Saat ini bekerja sebagai dosen tetap Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan bidang kajian manajemen pemasaran, manajemen strategi dan manajemen rantai pasok. Beberapa *papernya* dimuat di *Journal of Asian Business Studies*, *Journal of Competitiveness*, *European Research Studies Journal* dan *Studies and Scientific Research Economic Edition*.

BAGIAN 4.
TATA KELOLA ORGANISASI DAN
KEUANGAN

PENGUATAN KONSEP GOOD GOVERNANCE DALAM RANGKA PENCEGAHAN KECURANGAN KEUANGAN

Dr. Syamsudin, MM.

PENDAHULUAN

Di era modernisasi ini, negara-negara di dunia perlu menerapkan suatu sistem yang harus dikelola dengan baik, yang sering disebut pula dengan *Good Corporate Governance*. Adanya sistem tata kelola perusahaan yang baik, maka suatu negara diharapkan dapat mengatasi krisis keuangan maupun non keuangan yang akan terjadi. Seiring dengan berkembangnya pula isu *Corporate Governance* (CG), maka sistem ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dalam mengelola bisnis suatu perusahaan berdasarkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik. Persoalan mengenai CG di Indonesia pertama kali dimulai tahun 1998. Pada tahun tersebut terjadi krisis moneter secara global sehingga menyebabkan Indonesia mengalami krisis ekonomi yang berkepanjangan.

Penelitian yang dilakukan oleh *Asian Development Bank* (ADB) pada tahun 1999 menyimpulkan ada beberapa faktor penyebab krisis keuangan yang terjadi di Asia, termasuk Indonesia, yaitu (1) dewan komisaris dan dewan direksi yang tidak efektif, (2) adanya kebocoran dalam pengendalian internal perusahaan, (3) tidak menyajikan pengungkapan yang memadai dalam laporan keuangan perusahaan, (4) laporan keuangan perusahaan disajikan secara tidak wajar dan kurang patuhnya terhadap kebijakan organisasi. Lemahnya sistem tata kelola perusahaan di Indonesia pada waktu itu, menyebabkan beberapa perusahaan melakukan kecurangan dalam pelaporan keuangan. Dalam rangka *economy recovery*, pemerintah Indonesia dan *International*

Monetary Fund (IMF) memperkenalkan dan mengintroduksi konsep *Good Corporate Governance* sebagai tata cara kelola perusahaan yang sehat (Khairandy dan Malik, 2007).

Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI) mendefinisikan CG sebagai seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan intern dan esktern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan. Khairandy dan Malik (2007), mengungkapkan bahwa CG mengacu pada suatu prosedur yang dibuat dalam perusahaan yang memberikan tentang fakta-fakta material keadaan investor dan stakeholder lain dan membuat keputusan yang efisien dan akurat dalam perusahaan. Dengan kata lain, CG di sini menggambarkan tentang serangkaian aturan hukum yang mengatur tentang kewenangan dan kewajiban direksi, officer, dan pemegang saham. Effendi (2009) mendefinisikan *Good Corporate Governance* sebagai suatu sistem pengendalian internal perusahaan yang memiliki tujuan utama mengelola risiko yang signifikan guna memenuhi tujuan bisnisnya melalui pengamanan aset perusahaan dan meningkatkan nilai investasi pemegang saham dalam jangka panjang.

Good Corporate Governance berkaitan dengan bagaimana investor yakin bahwa manajer akan memberikan keuntungan bagi investor, yakin bahwa manajer tidak akan mencuri dan menggelapkan atau menginvestasikan ke dalam proyek-proyek yang tidak menguntungkan berkaitan dengan dana atau kapital 5 yang telah ditanamkan oleh investor dan berkaitan dengan bagaimana para investor mengendalikan para manajer (El Gammal dan Showeiriy, 2012).

Berdasarkan definisi dari CG tersebut, maka peran tata kelola perusahaan sangat diperlukan untuk mencegah dan menghalangi manajer melakukan kecurangan dalam pelaporan keuangan. Tata kelola perusahaan yang buruk dapat mengakibatkan terjadinya fraud seperti yang terjadi di beberapa perusahaan di Indonesia. Oleh karena itu, kualitas dari CG perlu ditingkatkan agar manajer tidak melakukan penyimpangan terhadap para pemangku kepentingan. Menurut Razali dan Arshad (2014), ada beberapa indikator dalam mengukur

kualitas CG antara lain: (1) ukuran dewan komisaris, (2) komposisi dewan komisaris independen, (3) komite audit, dan (4) efektivitas audit internal. Dewan komisaris memiliki peranan penting dalam implementasi good CG. Secara umum, dewan komisaris ditugaskan dan diberi tanggung jawab atas pengawasan kualitas informasi yang terkandung dalam laporan keuangan (Nasution dan Setiawan, 2007). Oleh karena itu, dengan jumlah dewan komisaris yang semakin banyak dalam suatu perusahaan maka pengendalian internal perusahaan tersebut akan semakin baik.

PEMBAHASAN

Sejarah Governance

Meskipun eksplorasi teoritikal terkait subjek CG relative baru namun demikian praktik CG telah berjalan unutm jangka waktu yang lama (*ancient*). Menurut Tricker (2009) isu governance akan muncul pada saat entitas korporasi dibentuk atau berdiri, dan kepemilikan dari entitas tersebut dipisahkan dengan manajemen yang akan mengelola korporasi. Terminologi *governance* berasal dari Yunani Kuno '*kivernitis*' yang berarti *oarsman* atau *helmsman*, seseorang yang menahkodai kapal dalam kondisi *stormy waters* (Kakababse, Bank, dan Vinnicombe, 2005). Dari sudut pandang lainnya Farrar (2001) menyatakan bahwa secara etomologis istilah *governance* berasal dari bahasa Prancis Kuno "*gouvernance*" dengan esensi pengendalian atau *control* dan *the state of being governend*. Kedua pendapat tersebut mengacu pada suatu substansi bahwa konsep *governance* tidak hanya berhubungan dengan prosedur dan aturan main melalui suatu *protocol*, tetapi lebih jauh mencakup berbagai hal yang berhubungan dengan *leadership* dan *decision making* di dalam suatu organisasi (Kakabadse, 2005). Hal ini mengindikasikan bahwa *governance* berhubungan dengan isu strategis organisasi, seperti diibaratkan aktivitas menahkodai kapal dalam situasi buruk, sesuai dengan arah yang diharapkan (*good order*) serta berada dalam kondisi yang terkendali (*in control*).

Secara historis munculnya alternative model governance ditandai dengan dibentuknya *the first joint stock companies* sebagai reaksi atas

berkembangnya peluang perdagangan yang terdapat di wilayah *east and West Indies*. Menurut Kakabadse (2005), konsepsi perusahaan sebagai suatu bentuk organisasi kolektif dengan entitas terpisah antar pemilik dan pengelola, muncul di sekitar abad pertengahan sebagai proteksi dari dominasi *royal autocrats* yang populer sebagai bentuk pemerintahan pada zaman tersebut. Pimpinannya dikenal dengan panggilan *the chairman*, sementara pengelola lainnya duduk di kursi panjang biasa (*on stools*). Berbagai istilah dan prosesi dikenal dalam sejarah tersebut masih digunakan dan dikenal dalam *governance perusahaan* modern hingga saat ini (Kakabadse, 2005).

Kunci utama dari pendirian korporasi sebagai entitas bisnis yang legal adalah melalui pemisahan secara tegas antara kepemilikan pribadi dengan entitas bisnis tersebut. Konsekuensinya adalah suatu entitas memiliki kehidupannya sendiri (*had a life of its own*) sehingga mampu untuk berjalan secara kesinambungan melebihi usia si pemilik sendiri yang memiliki hak transfer kepemilikannya atas perusahaan. Dampaknya selanjutnya adalah pola pemisahan entitas korporasi adalah tanggung jawab pemilik terhadap utang korporasi hanya terbatas pada sejumlah investasi mereka dalam ekuitas tersebut, tidak termasuk kekayaan pribadi. Namun demikian kepemilikan atas korporasi tetap menjadi dasar penguasaan (*the basis of power*) pemilik atas suatu entitas korporasi (Lukviarman, 2016).

Esensi Corporate Governance (CG)

Kosakata CG pada lebih dari dua dasawarsa terakhir menjadi sangat populer dan *high fashionable* sehingga istilah dan berbagai fenomena yang melingkupi dapat di *claim* menjadi *hot topic*. Dibalik kepopulerannya, Garat (2003) menyatakan bahwa didalam praktik terhadap kecenderungan istilah ini secara berlebihan sehingga dikawatirkan mengaburkan esensi dari konsep yang dimaksud melalui terminologi ini.

Garat (2003) bahkan berargumentasi lebih lanjut bahwa terdapat pandangan terhadap fenomena *corporate governance* sebagai obat mujarab yang dipersepsikan ampuh untuk menjawab seluruh permasalahan baik dibidang korporasi maupun sektor publik

Sebagaimana dipahami bersama, isu governance di sektor korporasi maupun di sektor publik mulai mendapatkan perhatian yang besar sejak 2 dekade terakhir. Komitmen pemerintah untuk meningkatkan penerapan *governance* oleh berbagai institusi public maupun koporasi telah dilakukan dalam membentuk Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG) hingga saat ini berbagai kebijakan dan program yang berhubungan dengan isu governacen telah dana akan dilaksanakan oleh komite tersebut dalam upaya meningkatkan efektivitas, implementasi *governance* di Indonesia

Keberadaan CG memiliki implikasi luas dan kritikal terhadap perkembangan ekonomi dan kesejahteraan sosial. Pertama, menyediakan insentif dan ukuran penilain kinerja didakam mencapai kesuksesan sebuah bisnis. Kedua, menyediakan mekanisme untuk penilaian akuntabilitas dan transparansi dalam menjamin bahwa peningkatan kesejahteraan, sebagai dampak dari peningkatan nilai perusahaan, telah didistribusikan secara merata dan dapat dipertanggung jawabakan. Siginifikansi perana CG untuk kestabilan dan kesejahteraan masyarakat tergambar dari definisi yang diberikan oleh Cadbury (2002)

“Corporate Governance is concerned with holding the balance between economic and social goals and between individuals and communal goals. The governance framework is there to encorage the efficient use of resources and equally to require accountability for the stewardship of those resources. The aim is to align as nearly as possible the interest of individuals, corporation and society”

Namun demikian, penyelarasan berbagai kepentingan yang berbeda dalam bentuk kolaborasi yang positif diantara pihak dimaksud bukan merupakan masalah yang mudah diaplikasikan. Kondisi ini ditambah lagi dengan semakin kompleksnya fenomena bisnis di era korporasi modern dengan lingkungan organisasi yang dinamis.

Menurut Cadbury Committee (1992), CG adalah sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan dengan tujuan, agar mencapai keseimbangan antara kekuatan kewenangan yang diperlukan oleh perusahaan untuk menjamin kelangsungan eksistensinya dan pertanggungjawaban 15 kepada stakeholders. Hal ini berkaitan

dengan peraturan kewenangan pemilik, direktur, manajer, pemegang saham, dan sebagainya. Turnbull Report di Inggris (1999) dalam Effendi (2009), mendefinisikan tata kelola perusahaan sebagai suatu sistem pengendalian internal perusahaan yang memiliki tujuan utama mengelola risiko yang signifikan guna memenuhi tujuan bisnisnya melalui pengamanan aset perusahaan dan meningkatkan nilai investasi pemegang saham dalam jangka panjang.

Pengertian lain dari *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI), CG adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan. Tujuan CG ialah untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan. Dari definisi di atas, dapat dijelaskan bahwa CG merupakan suatu sistem yang bertujuan untuk mengelola risiko, mengarahkan dan mengendalikan perusahaan demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan sebagai pertanggungjawaban terhadap stakeholders.

Peran tata kelola perusahaan sangat diperlukan untuk mencegah dan menghalangi manajer melakukan kecurangan dalam pelaporan keuangan. Tata kelola perusahaan yang buruk dapat mengakibatkan terjadinya *fraud*, sebaliknya tata kelola perusahaan yang baik dapat memberikan kontribusi dalam usaha pencegahan kecurangan dalam pelaporan keuangan.

Berkaitan dengan Prinsip-Prinsip *Good Corporate Governance*, Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG) yang dibentuk berdasarkan Keputusan Menko Bidang Perekonomian Nomor: KEP/49/M.EKON/11/2004, menetapkan prinsip-prinsip yang diharapkan perusahaan menerapkan di setiap aspek bisnis dan di semua jajaran perusahaan. KNKG menyebut prinsip CG sebagai asas CG adalah sebagai berikut:

1. Transparansi, yaitu perusahaan harus menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Perusahaan harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah

- yang didisyaratkan oleh peraturan perundang-undangan, tetapi juga hal penting untuk pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur, dan pemangku kepentingan lainnya.
2. Akuntabilitas, yaitu perusahaan harus dapat mempertanggung jawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu perusahaan harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain.
 3. Responsibilitas, yaitu perusahaan harus mematuhi peraturan perundangundnagan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan 17 lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan sebagai good corporate nitizen.
 4. Independensi, yaitu perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak diintervensi oleh pihak lain.
 5. Kewajaran dan kesetaraan suatu perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan.

Makna Corporate Governance (CG)

Berbagai upaya telah dilakukan untuk mendefinisikan konsepsi CG. Karena konsepsi *Governance* berkembang jauh setelah perkembangan konsepsi manajemen, maka pada awalnya upaya tersebut dilakukan secara sederhana berujuan untuk membedakan kedua konsepsi dimaksud. Misalnya definisi awal CG yang dikenal adalah menejemen peran *Runs The Business ; The Board ensured That it is being well run and in the right direction*. Dalam pengertian dimaksud belum disebutkan eksplisit tentang *governance* atau CG, hanya istilah *The board* yang dianggap mewakili konsep tersebut. Beberapa ahli, menyatakan bahwa definisi dengan hanya meberikan penekana pada perbedaan konsepsi manajemen dengan *governance* sangat sederhana. Pihak lainnya mengklaim bahwa simplifikasi definisi *governance* dengan hanya memerikan penekanan kepada peranan *Board* sebagai salah satu elemen, dikhawatirkan tidak mampu mengakomodasi secara lengkap substansi CG. Namun demikian, terdapat juga ahli

lainnya yang berpendapat bahwa untuk tahap awal definisi tersebut dianggap cukup karena sudah memberikan pemahaman terhadap konsep *management and governance*, serta sudah ada penegasan terhadap tujuan *governance* sebagai *the right direction*.

Perkembangan selanjutnya, berbagai institusi dimulai dengan *the Cadbury report* (1992) untuk kemudian diikuti oleh *the OECD report* (1999), memberikan definisi *Corporate Governance is the process by which companies are directed and controlled*. Definisi ini memberikan penekanan kepada pengarahannya (*directed*) dan pengendalian (*controlled*) di dalam rangkaian proses CG pada setiap korporasi. Walaupun tidak secara eksplisit mengacu kepada institusi yang akan melaksanakan fungsi tersebut, namun definisi ini sudah mengakomodasi konsepsi pengendalian yang dilkakukan tidak hanya oleh mekanisme internal (melalui peranan Dewan Komisaris) tetapi juga mekanisme pasar melalui *the market for corporate control*. Sebagian ahli berpendapat bahwa kedua lembaga ini memiliki kekuatan, karena memberikan penekanan kepada aspek utama dalam CG, *conformance* (kepatuhan atau kesesuaian terhadap aturan) serta *performance* (kinerja). Aspek *performance* merupakan hal yang berkaitan dengan pengarahannya (*directed*).

Pendekatan CG yang dilakukan oleh Monks dan Minow (2001) secara prinsip memberikan terhadap aktivitas dari *the governance tripod*; pemegang saham; *Board of Director* dan pihak manajemen, sehingga dianggap memiliki fokus yang tajam. Sementara institusi OECD (2001) memberikan kontribusi berupa pengakuan terhadap pentingnya konteks tempat CG diterapkan, termasuk peranan regulator, auditor, dan institusi pasar keuangan yang terlibat di dalam pembiayaan untuk korporasi. Berbagai pendekatan terkait dengan CG mulai yang sederhana hingga mutakhir, merupakan dari penggunaan sudut pandang yang berbeda oleh pihak-pihak yang memberikan definisi terhadap CG

Corporate Governance: Sistem dan Model

Terlepas dari polairasi yang ada, setiap perspektif akan berhubungan dengan seperangkat sistem dan model *governance*, sesuai dengan asumsi dasar dan *presuppositions* dari setiap perspektif.

Menurut Shaw (2003) pemahaman terhadap *the system of governance* dan *the governance model* merupakan hal yang krusial di dalam operasionalisasi konsep governance, terutama dalam upaya memahami proses organisasi melalui kerangka governance, terutama dalam memahami proses organisasi melalui kerangka governance. Kerangka dan proses *governance* dimaksud akan berhubungan dengan berbagai keputusan organisasi serta *outcomes* dari keputusan yang telah dilakukan. Dalam kaitan ini Shaw (2003) mengingatkan kembali bahwa sistem dan model governance harus dipandang sebagai sebuah kesatuan menyeluruh sehingga dapat berinteraksi secara lebih baik untuk memberikan hasil yang optimal.

Governance model merupakan kerangka dan proses, termasuk aktivitas serta berbagai peralatan dan metodologi yang dapat dideskripsikan, didokumentasikan, dipelajari serta dioperasionalsasikan dalam suatu organisasi (Shaw, 2003). Dalam kaitannya ini *governance* model merupakan kerangka dan proses pengambilan keputusan yang didesain agar korporasi mampu tumbuh dan bertahan dilingkungannya. Namun demikian, *governance* model hanya akan menjadi “benda mati” tanpa didukung oleh perangkat sistem (*governance system*) yang dinamis. Dalam kaitan ini, sistem *governance* dideskripsikan sebagai keterlibatan aktif dari keseluruhan perangkat organisasi (*board, executive management* serta karyawan) yang berinteraksi secara dinamis dalam kerangka *governance* model. Dengan demikian sistem *governance* model juga tidak akan bisa bekerja tanpa didukung oleh suatu model *governance*. Secara keseluruhan, berjalannya sistem *governance* akan sangat ditentukan oleh bagaimana individu di dalam organisasi bekerja sama untuk mengantisipasinya, memahami, dan melakukan tindakan sehubungan dengan konsekuensi yang muncul dari pilihan keputusan yang diambil.

Sebagai bagian dari isu stratejik, sistem *governance* berhubungan dengan seperangkat *logical subsystems and related feedback loops* yang akan mempengaruhi setiap proses pengambilan strategi didalam korporasi. Dalam kaitan ini, karakteristik pimpinan puncak (*tone at the top*) dianggap akan mendominasi suatu sistem *governance* yang dianut oleh korporasi. Dari sudut pandang *system thinking*, hal ini berkaitan dengan kemampuan pimpinan puncak untuk menginterpretasikan

umpan balik atau *feedback* sebagai bagian dari hasil implemementasi strategi dalam bentuk pembelajaran.

Governance dan Sistem Keuangan

Hak kepemilikan atas suatu entitas korporasi yang dinayatakan dalam bentuk ekuitas merupakan suatu basis kekuasaan di dalam setiap korporasi. Dengan demikian sejumlah investasi pemilik berupa ekuitas dalam perusahaan merupakan hal penting untuk diperhatikan sebagaimana tergambar melalui struktur modal dari setiap entitas korporasi. Struktur modal (*capital structure*) dapat dianggap sebagai suatu pola yang menggambarkan bagaimana risiko dan pengendalian di alokasikan oleh berbagai investor dalam suatu korporasi. Berdasarkan pengertian ini maka *capital structure* sebuah perusahaan tidak hanya berhubungan dan terbatas kepada komposisi atau struktur antara pembiayaan menggunakan utang (*debts*) dengan ekuitas (*equity*) yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam kaitan ini Berglof (1990) memberikan argumentasi bahwa keragaman dari instrument utang maupun ekuitas serta tindaht konsentrasi masing masing sumber pembiayaan dimaksud, sama pentingnya dengan komposisi pengelompokkan sumber pembiayaan tersebut. Selanjutnya, homogenitas atau tingkat konsentrasi serta penyebaran berbagai pihak yang memiliki sumber pembiayaan anatar utang dan ekuitas juga menjadi penting jika dihubungkan dengan faktor risiko dan pengendalian (*risk and control*) dari investor pemilik sumber pembiayaan.

Sistem keuangan (*financial system*) yang dianut oleh sebuah perekonomian dapat dibedakan menjadi sistem keuangan yang berorientasi kepada bank (*bank oriented*) dan berorientasi kepada pasar (*market oriented*). Dikotomi sistem dengan dua orientasi berbeda tersebut didasarkan kepada pesrpektif *incomplete contracting literature*. Secara umum perbedaan keduanya terletak pada sumber pembiayaan yang dominan dilakukan oleh seriap perusahaan dalam suatu sistem perekonomian. Pada sistem keuangan berorientasi perbankan, pembiayaan perusahaan lazimnya didominasi oleh penggunaan sumber pembiayaan dari lembaga perbankan, baik institusi perbankan berbentuk bank umum konvensional (*commercial banks*) maupun bankgkir investasi (*investment bankers*). Sementara pada system

keuangan berorientasi pasar, pembiayaan perusahaan didominasi oleh dana yang berasal dari pasar keuangan, terutama pasar modal (*capital market*). Pembiayaan melalui pasar modal tersebut tidak hanya berbasiskan ekuitas yang diperoleh melalui penjualan melalui berbagai bentuk saham, namun juga berupa pembiayaan dengan utang melalui penerbitan surat utang jangka panjang dalam bentuk obligasi perusahaan (*corporate obligation*) (Lukviarman, 2016).

Indonesia merupakan salah satu negara yang berada pada fase negara berkembang (*emerging market*). Pada mekanisme keuangan sistem yang dianut, seluruh perusahaan dengan tingkat persaingan industry yang berbeda sangat membutuhkan sistem keuangan yang mampu memenuhi kebutuhan sumber pendanaan dan sumber pembiayaan. Melalui system keuangan, perusahaan dengan karakteristik berbeda memiliki preferensi tertentu atas pengelolaan struktur modal di masa yang akan datang. Preferensi perusahaan atas struktur modal yang akan dikelola memberi dampak terhadap ekspektasi pencapaian sasaran perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Orientasi perusahaan terhadap sistem keuangan yang dianut di Indonesia, memperlihatkan bahwa mayoritas perusahaan memiliki sistem keuangan berorientasi pada lembaga keuangan. Kondisi ini memiliki interpretasi kemampuan dan kepercayaan perusahaan untuk menggunakan pasar modal sebagai sumber pendanaan belum optimal dalam memberikan kontribusi terhadap sumber pembiayaan perusahaan. Disisi lain rangsangan yang mempengaruhi orientasi perusahaan untuk menggunakan lembaga perbankan sebagai sumber pembiayaan adalah peranan pemerintah atas program pembiayaan yang dikomunikasikan melalui bank sentral. Hal ini tergambar dari kebijakan yang ditetapkan oleh bank Indonesia oleh bank umum komersil dalam memberikan stimulus bagi perusahaan. Serta kecenderungan menggunakan lembaga perbankan sebagai alternatif utama sumber pembiayaan bagi perusahaan.

Dengan demikian pemahaman hubungan antara orientasi sistem keuangan dengan struktur modal dan bagaimana keduanya berpengaruh terhadap perilaku korporasi didalam memperoleh sumber pembiayaannya merupakan hal penting. Perbedaan oreintasi

keuangan lebih lanjut akan mempengaruhi pola *governance* melalui perilaku korporasi di dalam memberikan reaksi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pola pembiayaan akan mempengaruhi struktur modal korporasi di tingkat mikro (*firm level*), namun akan mempengaruhi sistem keuangan suatu perekonomian secara makro (*country level*). Agregasi dalam pola pembiayaan umum yang digunakan korporasi di suatu negara pada akhirnya akan menjadi ciri sistem keuangan di negara tersebut. Jika dihubungkan dengan konsep CG maka sistem keuangan tersebut akan mempengaruhi mekanisme *governance* yang mampu menjaga keseimbangan kepentingan *stakeholders*, sehingga dapat mereduksi biaya keagenan (*agency cost*) yang akan muncul (Lukviarman, 2016).

Model Corporate Governance

Melalui perjalanan panjang konsep CG, para ahli sepakat menyatakan bahwa terdapat 2 hal utama yang menjadi penyebab perbedaan fundamental CG di berbagai belahan dunia; konteks dan culture. Untuk faktor pertama (konteks) terdapat 3 faktor utama yang mempengaruhi implementasi CG sehingga dapat berbeda dalam praktik CG di setiap negara (Lukviarman, 2016);

1. Implikasi dari perbedaan pola kepemilikan (*ownership patern*)
2. Alternative terhadap mekanisme pengendalian berbasis pasar (*alternative market for corporate control*)
3. Perbedaan pola pembiayaan entitas korporasi (*difference ways of financing corporate entitys*).

Ketiga faktor dimaksud akan berpengaruh terhadap perilaku korporasi dalam menjalankan aktifitasnya. Akibatnya, efektivitas mekanisme CG juga sangat ditentukan oleh kesesuaian antara karakteristik dominan korporasi dengan lingkungan tempat korporasi tersebut berada.

Pada bagian sebelumnya telah dibahas keterkaitan antara sistem keuangan yang didasarkan kepada sumber pembiayaan utama yang digunakan korporasi di suatu negara dan konsekuensinya terhadap orientasi CG di negara tersebut. Di berbagai negara dengan ukuran pasar modal yang relative besar (misalnya Amerika Serikat dan

Inggris) diikuti dengan transaksi saham yang likuid serta perputaran yang signifikan, maka kepemilikan atas korporasi cenderung tersebar (*widespread*). Dalam kondisi tersebut kekuasaan atau kekuatan utama atas korporasi dimiliki oleh hak suara pemegang saham melalui mekanisme saham dalam RUPS. Pada negara lain dengan kondisi pasar modal relatif kecil korporasi memperoleh sumber pembiayaan dari sumber lainnya seperti utang (*non equity loan capital*) untuk perusahaan dengan karakteristik besarnya sumber pembiayaan dari utang dibandingkan dengan ekuitas yang diindikasikan oleh rasio utang terhadap ekuitas, maka kekuasaan atau kekuatan utama atas korporasi berada pada kreditur atau pihak pemberi pinjaman.

Di samping perbedaan konteks sebagaimana telah diuraikan, maka perbedaan fundamental kedua CG didasarkan pada aspek budaya (*culture*) karena CG secara nyata memiliki komponen budaya dalam mekanismenya. Kondisi ini mempertegas pandangan bahwa perbedaan budaya antar wilayah dan negara nyata adanya dan ikut mempengaruhi implementasi CG diberbagai negara tersebut. Namun demikian, Tricker (2009) mengingatkan bahwa permasalahan budaya tidak dapat dijadikan alasan pembenaran baik buruknya implementasi CG di suatu negara. Ketidakmampuan mengidentifikasi kegagalan penerapan CG secara baik dengan menyandarkan alasan hanya kepada aspek budaya adalah cara pandang singkat dan cenderung simplifikasi (*myopic*). Implikasi penting dari perbedaan budaya tergambar dari dikenalnya berbagai model CG yang dikenal secara umum yaitu:

1. The American rule-based model
2. The united kingdom/commonwealth principles-based model
3. The continental European Two-tier model
4. The japanesse business – network model

Urgensi Corporate Governance Sebagai Pencegahan Tindakan Kecurangan.

Didalam CG dikenal berbagai prinsip yang dianggap sebagai pondasi untuk dapat terlaksananya penerapan CG secara sehat. Secara keseluruhan, berbagai prinsip tersebut berhubungan dengan *reputational agent* di dalam kerangka CG. Aplikasinya memberikan keyakinan

bahwa pada pemakai informasi bahwa laporan keuangan korporasi telah disajikan sesuai dengan aturan yang berlaku. Pernyataan ini secara langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan kelima prinsip CG; *fairness, transparency, accountability, responsibility, dan integrity* (Lukviarman, 2016).

Penyiapan laporan keuangan oleh manajemen korporasi dalam rangka pemenuhan aspek pertanggungjawaban (*responsibility*) atas kesesuaian pengelolaan korporasi dengan aturan yang berlaku. Prinsip kewajaran (*fairness*) terlaksana sebagaimana mestinya karena laporan keuangan telah dinyatakan sesuai dengan standar yang ditetapkan, serta berhubungan dengan prinsip transparansi (*transparency*) karena laporan keuangan dimaksud telah menyajikan berbagai informasi yang bersifat material. Laporan keuangan yang diperiksa juga ditujukan untuk memenuhi prinsip *accountability*, sebagai bagian pertanggungjawaban manajemen kepada pihak yang memberikan wewenang pengelolaan korporasi dimaksud. Uraian ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan prinsip CG saling berhubungan, sehingga dipandang sebagai satu kesatuan di dalam memhami fenomena CG (Lukviarman, 2016).

Dalam kaitannya dengan keyakinan terhadap pengungkapan (*disclosure*) yang tepat waktu serta informasi yang akurat atas berbagai hal penting berkaitan dengan korporasi, dianggap sebagai informasi yang krusial. Dalam konteks CG, prinsip ini merupakan bagian penting dari upaya melindungi berbagai pihak yang berkepentingan dengan korporasi, termasuk diantaranya kepentingan para pemegang saham. Pengungkapan informasi yang memadai, akurat serta tepat waktu diharapkan dapat meminimalkan kemungkinan manajer maupun pemegang saham mayoritas memanfaatkan kesempatan yang berpotensi merugikan pihak lain.

Rieger (2010) berpendapat bahwa pengungkapan yang bersifat penuh (*full*), fair, dan tepat waktu serta memenuhi prinsip transparansi adalah kebutuhan esensial bagi perlindungan terhadap investor, meningkatkan kepercayaan investor, meningkatkan likuiditas serta efisiensi pasar (modal). Untuk memenuhi harapan ini prinsip independensi merupakan persyaratan atas pelaksanaan fungsi dan tanggung jawab para pelaksana harus memenuhi prinsip

prinsip etika, khususnya yang berhubungan dengan integritas dan objektivitas.

Kasus di Indonesia, karakteristik CG yang berlaku di Indonesia juga relative berbeda dan spesifik. Kondisi ini diindikasikan oleh belum sepenuhnya optimal mekanisme secara umum dalam literature maupun praktik sebagai prasyarat diterapkannya CG secara sehat (Lukviarman, 2004). Salah satu penyebab yang berpotensi menghalangi adalah karakteristik struktur kepemilikan korporasi. Secara konseptual struktur kepemilikan (*ownership structure*) berpengaruh di dalam penerapan CG jika dihubungkan dengan isu utama: *who control whom within the corporation* (Monks dan Minow, 2004).

Studi yang dilakukan oleh Lukviarman (2004b) menyimpulkan bahwa kepemilikan mayoritas perusahaan public di Indonesia bersifat terkonsentrasi serta umumnya dimiliki oleh keluarga (*concentrated-family ownership*). Di samping itu pemilik perusahaan tersebut ikut di dalam pengelolaan korporasi melalui keterlibatannya sebagai anggota direksi dan/atau dewan komisaris. Dengan dasar ini maka aplikasi konflik kepentingan, sebagaimana diidentifikasi oleh teori keagenan (*agency theory*) yang umumnya terdapat di negara negara *Anglo Saxon*, berbeda dengan di Indonesia. Pada berbagai negara maju dengan pola kepemilikan korporasi pada umumnya tersebar (*dispersed*), problema keagenan terjadi antara pemilik (*principal*) dengan manajemen (*agent*).

Dalam kasus di Indonesia, problema atau konflik keagenan ini terjadi antara pemilik mayoritas (yang kuat) dengan pemilik minoritas (yang lemah). Implikasinya adalah substansi mekanisme CG di dalam menyelesaikan konflik kepentingan di Indonesia menjadi berbeda (Lukviarman, 2004b). Bila dikaitkan dengan teori teori keagenan memberikan solusi lain melalui kemungkinan pengembangan alternative mekanisme *monitoring* dan *bonding* di dalam menyelesaikan problem (konflik) keagenan (Jensen dan Meckling, 1976). Salah satu mekanisme yang disarankan adalah melalui pemberdayaan dalam melakukan penilaian (*assessment*) dan atestasi terhadap akurasi laporan keuangan korporasi (Fan dan Wong, 2005). Namun demikian, tantangan terhadap aspek independensi dan profesionalisme menjadi relatif berat karena penunjukkan penugasan dilakukan oleh RUPS

yang dikuasai sepebuhnya oleh pemilik mayoritas. Dalam kaitan ini Siebens (2002) mengingatkan bahwa konspesi CG yang berkualitas berlandaskan pada prinsip transparansi dan akuntabilitas, agar tidak berorientasi pada pemenuhan keuntungan bagi pemilik mayoritas yang berkuasa.

KESIMPULAN

Dalam kaitannya dengan esensi CG terdapat pernyataan oleh Siebens (2002) “*to do the right (good) things and to do things right (well)*”, sehingga CG berhubungan dengan the quality of care dengan implikasi bahwa pengelolaan korporasi harus mengacu pada prinsip *decent, fair, dan reliable direction*. Sehingga untuk membangun pengelolaan perusahaan yang berkualitas harus menciptakan sikap (*attitude*), tindakan (*actions*) dan pertimbangan (*judgements*) yang kompatibel sesuai dengan berbagai prinsip CG di dalam pelaksanaan fungsi operasional dan tanggung jawabnya. Tuntutan ini ditujukan untuk menciptakan transparansi manajerial dengan memperkuat pengungkapan (*disclosure*) untuk mendorong terciptanya lingkungan yang kondusif bagi penguatan CG.

Upaya yang dilakukan dalam menunjang pelaksanaan *sound governance practices* di Indonesia, perlu diwaspadai potensi perangkap ketaatan akibat munculnya konflik kepentingan. Hal ini dikarenakan aplikasi dari konsep CG senantiasa mengalami perubahan, sehingga diharapkan *improvement* kinerja perusahaan sejalan dan kompatibel dengan perkembangan CG. Hal ini pada akhirnya dapat memperkecil jurang antara kerangka aturan dan standar yang disusun (*form*) dengan substansi (*substance*) dan jiwa (*soul*) dalam penerapannya.

DAFTAR PUSTAKA

Berglof, E. 1990. Capital Structure as a Mechanism of Control: a Comparison of Financial Systems, in M. Aoki, B. Gustafson and O.E. Williamson (Eds), *The Firm as a Nexus of Treaties*, Sage, London: 237-262

- Cadbury, A. 2002. *Corporate Governance and Chairmanship-A Personal View*, Oxford, University Press, Oxford
- Cadbury Report. 1992. Report of Committee on The Financial Aspects of Corporate Governance. Great Britain: Gee
- Effendi, Muh. Arief. 2009. *The Power Of Corporate Governance: Teori dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat
- El-Gammal, W., and Showeiry, M. 2012. "Corporate governance and quality of accounting information: Case of lebanon". *The Business Review*, Cambridge, 19(2): 310-315.
- Fan, J.P.H., dan Wong, T.J. 2005. Do Eksternal Auditors Perform a Corporate Governance Role in Emerging Markets? Evidence from East Asia, *Journal of Accounting Research*, vol. 43, no. : 35-72.
- Farrar, J. 2001, *Corporate Governance in Australia and New Zealand*, Oxford University Press, Oxford.
- Garrat, B. 2003. *Thin on Top: Why Corporate Governance Matters and How to Measure and Improve Board Performance*, Nicholas Brealey, London.
- Jensen, Michael, and William Meckling, 1976. Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost, and ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.
- Kakabadse, Andrew., Bank, John and Vinnicombe, Susan. 2005. *Working in Organizations*. New York: Penguin Books.
- Khairandy, Ridwan dan Camelia Malik. 2007. *Good Corporate Governance*. Yogyakarta : Total Media
- KNKG. 2009. *Pedoman Umum Good Corporate Governance Indonesia*.
- Lukviarman,Niki. 2004a. Etika Bisnis Tak Berjalan di Indonesia: Ada Apa Dalam Corporate Governance. *Jurnal Siasat Bisnis*, vol. 9, no. 2: 139-155
- Lukviarman,Niki. 2004b. Ownership Structure and Firm Performance: the Case od Indonesia. DBA Thesis. Graduate School od Business, Curtin University od Technology, *Australian Digital Thesis*.

- Lukviarman, Niki. 2016. *Corporate Governance*. Solo: PT Era Adicitra Intemedia
- Monks, R. A. G. dan Minnow, N. 2001. Management Ownership and Market valuation: An Empirical Analysis. *Journal of Financial Economics*, Vol. 20. January/March, hal.293-315.
- Monks, R. A. G., dan Minnow, N. 2004. *Corporate Governance*, 3rd edition, Cambridge, U.K., Blackwell.
- Nasution, Marihot dan Doddy Setiawan. 2007. Pengaruh Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba di Industri Perbankan Indonesia. Simposium Nasional Akuntansi X Unhas Makassar
- Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD). 1999. International Symposium for Measuring and Reporting Intellectual Capital : Experince, Issue and Prospects. Amsterdam
- Razali, Wan Ainul A. W. M. dan R. Arshad. 2014. Disclosure of Corporate Governance Structure and The Likelihood of Fraudulent Financial Reporting. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. Vol. 145:243-253.
- Rieger, J.R. 2003. *Accountants Role in Corporate Governance*, available at www.oecd.org akses dilakukan tanggal 5 Februari 2019.
- Shaw, R. 2003. *Corporate Governance and Risks: A Systems Approach*, Hoboken, John Wiley & Sons.
- Siebens, H. 2002. *Concepts and Working Instrumen for Corporate Governance*, *Journal of Business Ethics*, vol. 39, no 4: 109-116.
- Tricker, B. 2009. *Corporate Governance: Principles, Policies, and Practies*, Oxford Universities Press, Oxford.

Author Biography

Dr Syamsudin MM

Dosen FEB UMS, pangkat IV C, Lektor Kepala

Konsentrasi Keilmuan: *Corporate Governance* pada *Financial Management*

PERAN AUDIT INTERNAL DALAM TATA KELOLA KEUANGAN AMAL USAHA MUHAMMADIYAH

Dra Rina Trisnawati MSi.Ak.Ph.D.CA*

PENDAHULUAN

Pengungkapan informasi yang terbuka mengenai organisasi sangatlah penting bagi pemangku kepentingan termasuk masyarakat umum. Hal ini dilakukan sebagai wujud transparansi dan akuntabilitas pimpinan organisasi kepada *stakeholders* yang membutuhkan. Keterbukaan informasi dari suatu organisasi digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk membuat keputusan dan penilaian strategis terhadap kinerja organisasi (Almilia dan Retrinasari, 2007). Pengungkapan tata kelola yang baik, akurat, tepat waktu, dan transparan sangat dibutuhkan oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Jika tata kelola yang dilakukan manajemen tidak memadai, para *stakeholders* tidak mempercayai bahwa kegiatan pengelolaan organisasi telah dilakukan dengan cara yang bijaksana dan digunakan untuk kepentingan *stakeholders* (Hikmah, dkk., 2011).

Skandal korupsi dan penipuan di bidang akuntansi dalam laporan keuangan yang dilakukan oleh beberapa perusahaan besar di dunia seperti Enron Corp, Worldcom corp yang telah menjadi perhatian semua pihak. Dampak dari skandal akuntansi yang dilakukan oleh perusahaan yang beroperasi di Amerika Serikat dan Eropa adalah adanya kerugian keuangan yang luar biasa dan berdampak pada krisis ekonomi di Amerika akhir tahun 2002. Dampak yang paling utama dari skandal akuntansi adalah munculnya keraguan masyarakat terhadap perusahaan dan institusi yang terkait. Dengan munculnya keraguan masyarakat ini akan menimbulkan dampak yang luas, karena perusahaan akan sulit dan terancam bangkrut (Pramono, 2011).

Krisis ekonomi yang terjadi di kawasan Asia tenggara dan negara lainnya bukan hanya akibat dari faktor ekonomi makro melainkan akibat lemahnya *good corporate governance* yang ada di negara tersebut (Rini, 2010). Di Indonesia, munculnya isu mengenai *corporate governance* terjadi setelah terjadinya krisis multidimensional pada pertengahan 1997. Krisis ini ditandai dengan merosotnya nilai rupiah terhadap dolar Amerika yang kemudian menghancurkan sendi-sendi perekonomian. Menurut hasil penelitian dan laporan dari Bank Dunia dan ADB (*Asia development Bank*), krisis di Indonesia dan runtuhnya perusahaan-perusahaan besar dunia adalah disebabkan oleh lemahnya pelaksanaan *good corporate governance* suatu negara (Hikmah dkk, 2011). Berkembangnya isu mengenai transparansi dalam *corporate governace* akan mendorong peningkatan perhatian pada masalah tata kelola keuangan pada suatu organisasi.

Perlunya tata kelola keuangan yang baik, transparan dan akuntabel juga diperlukan oleh organisasi non profit seperti organisasi Muhammadiyah. Muhammadiyah adalah sebuah organisasi Islam yang besar di Indonesia. Nama organisasi ini diambil dari nama Nabi Muhammad SAW sehingga Muhammadiyah juga dapat dikenal sebagai orang-orang yang menjadi pengikut Nabi Muhammad SAW.

Tujuan utama Muhammadiyah adalah mengembalikan seluruh penyimpangan yang terjadi dalam proses dakwah. Gerakan Muhammadiyah berciri semangat membangun tata sosial dan pendidikan masyarakat yang lebih maju dan terdidik Menampilkan ajaran Islam bukan sekadar agama yang bersifat pribadi dan statis, tetapi dinamis dan berkedudukan sebagai sistem kehidupan manusia dalam segala aspeknya. Akan tetapi, ia juga menampilkan kecenderungan untuk melakukan perbuatan yang ekstrem.

Dalam pembentukannya, Muhammadiyah banyak merefleksikan kepada perintah-perintah Al Quran, diantaranya surat Ali Imran ayat 104 yang berbunyi: *Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.* Ayat tersebut, menurut para tokoh Muhammadiyah, mengandung isyarat untuk bergeraknya umat dalam menjalankan dakwah Islam secara teorganisasi, umat yang bergerak, yang juga

mengandung penegasan tentang hidup berorganisasi. Maka dalam butir ke-6 Muqaddimah Anggaran Dasar Muhammadiyah dinyatakan, *melancarkan amal-usaha dan perjuangan dengan ketertiban organisasi*, yang mengandung makna pentingnya organisasi sebagai alat gerakan dakwah.

Merujuk pada situs muhammadiyah (www.muhammadiyah.or.id yang diakses pada tanggal 3 Februari 2019 jam 18:33) bahwa Pada 24 – 26 Februari 2017 di kota Ambon, Muhammadiyah menyelenggarakan Tanwir Muhammadiyah. Salah satu isu strategis internal yang dibahas adalah bagaimana membangun kemandirian keuangan Muhammadiyah, terutama berkaitan sistem pengelolaan keuangan persyarikatan secara terpadu dan efisien. Tentu, dengan makin membengkaknya jumlah amal usaha Muhammadiyah (AUM) telah berdampak pada semakin rumitnya pengelolaan keuangan Amal Usaha Muhammadiyah (AUM). Berdasarkan situs tersebut, AUM di bidang Pendidikan Dasar dan Menengah adalah 7.651 sekolah dan madrasah, di bidang Pendidikan Tinggi 174 universitas, sekolah tinggi, institut, dan akademi. Di bidang pelayanan kesehatan dan kesejahteraan masyarakat 457 terdapat rumah sakit, panti asuhan 318 buah, panti jompo 54 buah, dan rehabilitasi cacat 82 buah. Untuk bidang sarana ibadah terdapat masjid dan musolla sebanyak 11.198. Di samping itu, sejumlah Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM), Koperasi Matahari, minimarket, semakin memperlihatkan perkembangan AUM yang pesat (Abbas, 2015). Demikian pula, secara akumulatif, jumlah dana liquid (jangka pendek) yang tersimpan pada rekening yang dimiliki Muhammadiyah dan AUM, diperkirakan Rp 15.000.000.000.000,00 (lima belas triliun rupiah)

Berdasarkan data dari www.republika.co.id (diakses pada tanggal 3 Februari 2019 jam 18.40)

Ketua Majelis Ekonomi dan Kewirausahaan (MEK) PP Muhammadiyah, Syafruddin Anhar menyebutkan bahwa dari segi pendidikan, amal usaha Muhammadiyah (AUM) memiliki 3.370 TK, 2901 SD/MI, 1.761 SMP/MTs, 941 SMA/MA/SMK, 67 Pondok Pesantren, dan 167 perguruan tinggi. Pada sektor kesehatan tercatat sebanyak 47 Rumah Sakit (PKU), 217 Poliklinik, 82 klinis bersalin. Sementara di sektor ekonomi ada 1 bank syariah (saham

Muhammadiyah 2,5 %), 26 BPR/BPRS dan 275 BMT/BTM, 1 Induk Koperasi BTM, 81 Koperasi Syariah, 22 Minimart dan 5 kedai pesisir. Demikian juga pada wilayah sosial, Muhammadiyah memiliki lebih 400 buah panti asuhan, rumah singgah dan sejenisnya. Estimasi total asset Muhammadiyah itu lebih dari Rp 20 Triliun.

Menilik besarnya asset yang dimiliki oleh Muhammadiyah ini, maka pengelolaan keuangan pada AUM harus berlandaskan pada transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana mengingat dana maupun asset yang dimiliki AUM adalah milik umat dan bukan milik pribadi. LPPPK-PP Muhammadiyah sebenarnya sudah menerbitkan panduan mengenai pengelolaan keuangan Perguruan Tinggi Muhammadiyah (PTM) dan telah disosialisasikan ke berbagai PTM di Indonesia. Mengingat jumlah PTM di Indonesia sebanyak 174 universitas, sekolah tinggi, institut, dan akademi dan PTM adalah sebagai motor penggerak perubahan yang mencerahkan pada organisasi Muhammadiyah, maka transparansi dan akuntabilitas tata kelola keuangan pada PTM ini sangat penting dan mendesak untuk dilakukan. Embrio lahirnya konsorsium Internal Auditor Perguruan Tinggi Muhammadiyah (IA-PTM Indonesia) pada tanggal 27 Agustus 2018 di Universitas Muhammadiyah Surakarta memberikan alternatif solusi untuk mengawal pengelolaan keuangan PTM khususnya dan AUM pada umumnya. Sinergi antara LPPPK dan konsorsium IA PTM ini memberikan kekuatan bagi organisasi Muhammadiyah untuk dapat menjaga asset maupun dana milik umat dengan amanah, transparan dan akuntabel.

Pada bagian buku ini, akan dibahas mengenai teori, konsep dan prinsip good corporate governance; tugas dan fungsi Auditor internal: Peran Internal Auditor dalam mewujudkan GCG dan tantangan Konsorsium IA PTM. Bab ini diakhiri dengan kesimpulan.

GOOD CORPORATE GOVERNANCE

Corporate governance adalah suatu konsep tata kelola perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan melalui pengawasan atau pemantauan kinerja manajemen dan menjamin pertanggungjawaban manajemen kepada pihak-pihak yang memiliki kepentingan (Rini,

2010). *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) mendefinisikan *Corporate governance* adalah suatu sistem di mana sebuah perusahaan atau entitas bisnis diarahkan dan diawasi. Struktur *corporate governance* menjelaskan distribusi hak-hak dan tanggung jawab dari masing-masing pihak yang terlibat dalam sebuah bisnis yaitu antara lain dewan komisaris dan direksi, manajer, pemegang saham, serta pihak-pihak lain yang terkait sebagai *stakeholders*. Struktur ini juga menjelaskan bagaimana aturan dan prosedur dalam pengambilan keputusan maupun kebijakan, sehingga tujuan perusahaan dan pemantauan kinerja dapat dipertanggungjawabkan dan dilakukan dengan baik (OECD, 1999).

The Indonesian Institute for Corporate Governance (IICG) (2012) mengartikan *Good Corporate Governance* sebagai struktur, sistem dan proses yang digunakan oleh organ perusahaan sebagai upaya untuk memberikan nilai tambah perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholders* lainnya berdasarkan norma, etika, budaya dan aturan yang berlaku. Sedangkan menurut Surat Keputusan Menteri BUMN Nomor. KEP-01/MBU/2011 Tentang Penerapan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (*Good Corporate Governance*) yaitu Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (*Good Corporate Governance*) adalah prinsip-prinsip yang mendasari suatu proses dan mekanisme pengelolaan perusahaan berlandaskan peraturan perundang-undangan dan etika berusaha. Prinsip-prinsip GCG tersebut yang nantinya akan memberikan manfaat bagi perusahaan.

Menurut *The Indonesian Institut For Corporate Governancce* (IICG) (2012), manfaat dari pelaksanaan GCG adalah, menjaga *sustainability* perusahaan, meningkatkan nilai perusahaan dan kepercayaan pasar, mengurangi *agency cost* dan *cost of capital*, meningkatkan kinerja, efisiensi, dan pelayanan kepada *stakeholder*. Salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan IICG adalah penilaian penerapan GCG di Indonesia adalah CGPI (*Corporate Governance Perception Index*). CGPI adalah program riset dan pemeringkatan penerapan GCG pada perusahaan-perusahaan di Indonesia. CGPI diikuti oleh Perusahaan Publik (Emiten), BUMN, Perbankan, dan Perusahaan Swasta lainnya. Program CGPI secara konsisten telah

diselenggarakan oleh IICG sebagai lembaga swadaya masyarakat independen bekerja sama dengan Majalah SWA sebagai mitra media publikasi. Program ini dirancang untuk memicu perusahaan dalam meningkatkan kualitas penerapan konsep *Corporate Governance* melalui perbaikan yang berkesinambungan (*continous improvement*) dengan melaksanakan evaluasi dan melakukan studi banding. Faktor-faktor yang dinilai dalam CGPI meliputi : (1) **Komitmen** yang menunjukkan wujud kesungguhan organ perusahaan dalam merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi strategi sesuai dengan prinsip-prinsip GCG, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya. (2) **Transparansi** yang menunjukkan kesungguhan organ perusahaan dalam menyampaikan berbagai informasi tentang perusahaan secara tepat waktu dan akurat, termasuk informasi tentang proses merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi strategi yang dilakukannya, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya. (3) **Akuntabilitas** yang menunjukkan kesungguhan organ perusahaan dalam mempertanggungjawabkan seluruh proses pencapaian kinerja secara transparan dan wajar, termasuk mempertanggungjawabkan seluruh proses dalam merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi strategi, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya. (4) **Responsibilitas** yang menunjukkan kesungguhan organ perusahaan dalam menjamin terlaksananya peraturan perundang-undangan dan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan, termasuk dalam menjamin terlaksananya proses perumusan, implementasi serta evaluasi strategi secara bertanggung jawab, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya. (5) **Independensi** yang menunjukkan kesungguhan organ perusahaan dalam menjamin tidak adanya dominasi atau intervensi dari satu partisipan terhadap partisipan lainnya, termasuk dalam menjamin tidak adanya dominasi dan intervensi dari satu partisipan mana pun dalam proses merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi strategi, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan

untuk ikut melakukannya. (6) **Keadilan** yang menunjukkan kesungguhan organ perusahaan dalam memperhatikan kepentingan pemegang saham (*shareholders*) dan pemangku kepentingan lainnya (*stakeholder*), termasuk dalam memperhatikan dan mempertimbangkan kepentingan seluruh *stakeholder* dalam proses merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi strategi, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta mendorong anggota perusahaan untuk ikut melaksanakannya. (7) **Kompetensi** yang menunjukkan kesungguhan organ perusahaan dalam menunjukkan kemampuannya untuk menggunakan otoritasnya sesuai dengan peran dan fungsinya, inovatif dan kreatif, termasuk menunjukkan kemampuannya untuk merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi strategi secara tepat, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk melakukannya juga. (8) **Kepemimpinan** yang menunjukkan kesungguhan organ perusahaan dalam menunjukkan corak kepemimpinan yang dapat mentransformasikan organisasi ke arah yang lebih baik, termasuk dalam menunjukkan corak kepemimpinan yang dapat membimbing organisasi untuk merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi strategi, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya. (9) **Kemampuan Bekerja sama** yang menunjukkan kesungguhan organ perusahaan dalam menunjukkan kemampuan bekerja samanya untuk mencapai tujuan bersama secara bermartabat, termasuk dalam menunjukkan kemampuan bekerja samanya untuk merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya. (10) **Visi, Misi dan Tata Nilai** yang menunjukkan kesungguhan organ perusahaan untuk memahami pokok-pokok yang terkandung di dalam pernyataan visi, misi dan tata nilai perusahaan yang akan menjadi panduan bagi perusahaan dalam merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi strategi yang dilakukannya, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong menumbuhkan keinginan dihati para anggota perusahaan untuk mencapai pokok-pokok tersebut. (11) **Moral dan Etika** yang menunjukkan kesungguhan organ perusahaan dalam

menerapkan nilai-nilai moral dan etika dalam setiap proses bisnis sesuai dengan prinsip GCG, termasuk dalam proses merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi strategi, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya. (12) **Strategi** yang menunjukkan kesungguhan organ perusahaan dalam merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi strategi sebagai respon terhadap perubahan agar perusahaan dapat mempertahankan kinerjanya secara berkelanjutan, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya.

Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG) mengeluarkan asas-asas dalam pedoman umum *good corporate governance* Indonesia tahun 2006 yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Transparansi (*Transparency*).

Pedoman ini menjelaskan bahwa perlu bjektivitas dalam menjalankan suatu bisnis. Perusahaan harus menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pihak-pihak yang memiliki kepentingan. Perusahaan harus memiliki inisiatif untuk dapat mengungkapkan tidak hanya masalah yang diwajibkan oleh perundang-undangan, tetapi hal penting lainnya untuk mengambil keputusan oleh pemegang saham, kreditur dan pemangku kepentingan lainnya.

2. Akuntabilitas (*Accountability*)

Perusahaan harus mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Maka perusahaan harus dikelola secara benar dan tepat sesuai dengan kepentingan perusahaan tetapi tetap memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan perusahaan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

3. Responsibilitas (*Responsibility*)

Perusahaan harus mematuhi perundang-undangan yang berlaku serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terciptanya suatu usaha dalam jangka

panjang dan mendapatkan pengakuan sebagai *good corporate citizien*.

4. Independensi (*Independency*)

Terlaksananya asas *good corporate governance*, perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ dalam perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak ada campur tangan dari pihak lain.

5. Kewajaran dan kesetaraan (*Fairness*)

Pelaksanaan kegiatan perusahaan harus memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan.

FUNGSI DAN PERAN INTERNAL AUDIT

Penerapan GCG yang maksimal dapat membantu dalam mencapai sasaran dan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Dalam upaya penerapan GCG, peran audit internal yang independen sangatlah penting. Audit internal dapat membantu organisasi mencapai sasaran dan tujuannya. Melalui pendekatan yang sistematis dan teratur, audit internal berfungsi untuk mengevaluasi dan meningkatkan efektifitas proses pengelolaan risiko, pengendalian, dan tata kelola (Maulidyyah,dkk 2017). Tujuan dari pemeriksaan internal adalah membantu para anggota organisasi agar dapat melakukan tanggungjawabnya secara efektif. Pemeriksaan internal akan melakukan analisis, penilaian dan pengajuan saran-saran. Tujuan pemeriksaan intern mencakup pula pengembangan pengawasan yang efektif dengan biaya yang wajar (Heryana dan Novrita,2009). Menurut Arens, dkk. (2011:450) Audit internal dilakukan oleh seseorang yang berasal dari dalam organisasi yang bersangkutan yang disebut dengan auditor internal yang berfungsi untuk membantu perusahaan mencapai tujuannya dengan pendekatan yang sistematis dan ketat agar dapat melakukan evaluasi dan meningkatkan efektivitas terhadap manajemen risiko, pengendalian dan proses tata kelola.

Heryana dan Novrita (2009) menjelaskan bahwa Audit internal diperlukan sebagai alat untuk memonitor secara terus menerus apakah

pengendalian internal yang ada dalam perusahaan telah berjalan sebagaimana mestinya. Secara umum audit internal adalah audit yang tidak memihak (*independent*), yang dilakukan oleh seseorang atau beberapa orang yang menjadi pegawai dan memiliki keahlian khusus di bidang audit internal.

Adapun pengertian internal audit adalah pemeriksaan yang dilakukan oleh bagian internal audit perusahaan, baik terhadap laporan keuangan dan catatan akuntansi perusahaan, maupun ketaatan terhadap kebijakan manajemen puncak yang telah ditentukan dan ketaatan terhadap peraturan pemerintah dan ketentuan-ketentuan dari ikatan profesi yang berlaku (Agoes, 2008:221). Definisi ini mengandung pengertian bahwa audit internal merupakan suatu aktivitas yang dilakukan untuk membantu manajemen dalam penyediaan informasi tentang berfungsinya pengendalian intern, dengan tujuan akhir yaitu menambah nilai perusahaan. Pelaksanaan audit internal dilakukan secara independen terhadap lini fungsi organisasi dan obyektif yang berarti tidak terpengaruh oleh pihak manapun dan tidak terlibat dalam pelaksanaan kegiatan yang diaudit. Hasil audit yang diperoleh dari pelaksanaan audit internal secara independen dan obyektif tersebut akan dapat diandalkan oleh para pengguna informasi. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa audit internal merupakan alat bantu bagi pimpinan perusahaan dalam mengukur dan mengevaluasi keefektifan dari pengendalian perusahaan yang telah diterapkan. Sehingga mencerminkan pencapaian tujuan perusahaan, serta mengevaluasi dan meningkatkan manajemen risiko, pengendalian dan proses pengaturan serta pengelolaan organisasi (Heryana dan Novrita,2009).

Peran audit internal dalam mewujudkan GCG menurut Effendi (2016:99) yaitu: (1). Mendorong transparansi (*transparency*) dan integritas (*integrity*) dalam pelaporan keuangan (*financial reporting*) perusahaan. (2) Mendorong akuntabilitas (*accountability*) dalam pengelolaan aset perusahaan (3). Mendorong pertanggungjawaban(*responsibility*) perusahaan kepada public melalui *corporate social responsibility* (CSR), *community development*, atau Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) (4). Mendorong independensi (*independency*) perusahaan terhadap pihak-pihak terkait,

termasuk pemegang saham minoritas. (5) Mendorong kewajaran (*fairness*) dalam pengadaan barang dan jasa termasuk dipastikannya tidakada pelanggaran terhadap UU antimonopoli dan persaingan usaha yang sehat.

Auditor internal sebagai salah satu profesi yang menunjang terwujudnya GCG, saat ini telah berkembang menjadi komponen utama dalam mewujudkan pengelolaan perusahaan yang sehat. Keterkaitan audit internal dengan GCG dapat dilihat dari definisi, tujuan, ruang lingkup, wewenang, tugas dan tanggung jawab audit internal dihubungkan dengan prinsip-prinsip GCG (Heryana dan Novrita,2009). Upaya melakukan GCG dapat dilakukan jika masing-masing pihak dalam perusahaan menyadari perannya untuk mewujudkan GCG, Audit Internal dapat berperan dalam GCG diungkapkan menurut Iman S. Tunggal dan Amin W. Tunggal (2002:49) yaitu:

1. Sebagai *Compliance auditor*
 - a. Bertanggungjawab kepada Direktur utama/*Chief Executive Officer* (CEO) dan mempunyai akses kepada komite audit.
 - b. Memonitor pelaksanaan kepatuhan terhadap kebijakan prosedur perusahaan
 - c. Mengevaluasi system pengendalian internal dan bertanggungjawa kepada komite audit.
 - d. Memelihara dan mengamankan aktiva perusahaan dan menangani factor risiko secara baik.
 - e. Menelaah kinerja melalui mekanisme audit keuangan dan operasional.
2. Sebagai *Internal Business Consultant*
 - a. Membantu komite audit dalam menilai risiko dan memberi nasihat kepada pihak manajemen.
 - b. Melaksanakan fungsi konsultan dan memastikan pelaksanaan GCG.
 - c. Menelaah peraturan *corporate governance* minimal setahun sekali.

Auditor internal akan mendukung terciptanya perusahaan yang *good governance* apabila dalam melaksanakan perannya dapat berjalan secara efektif dalam mencapai tujuan secara *accountable*. Faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas auditor internal (DeZoort *et al.*, 2002: 42), yaitu:

1. Komposisi yang meliputi keahlian, independensi, integritas, dan objektivitas.
2. Otoritas yang meliputi tanggung jawab, *influence* (pengaruh) yang diperoleh dari monitoring dewan komisaris, pemerintah, dan Badan Pengawas Pasar Modal.
3. *Resources* (sumber daya) yang meliputi jumlah anggota yang cukup, kemampuan akses kepada manajemen dan auditor eksternal.
4. *Diligence* (ketekunan) yang meliputi dorongan/insentif, motivasi, dan ketekunan.

Agar dapat menjalankan fungsinya dengan efektif, auditor internal memperoleh otoritas dari dewan komisaris, pemerintah, dan badan yang berwenang dalam pengawasan pada organisasi. Otoritas diperlukan dalam menjalankan tanggung jawabnya (DeZoort *et al.* 2002: 44). Terkait dengan otoritas yang diperlukan bagi auditor internal untuk berkomunikasi dengan auditor eksternal berkaitan dengan upaya mendeteksi kecurangan, tindakantindakan ilegal, ketidaksepakatan dengan manajemen dan lain-lain. Untuk mencapai peran auditor internal yang efektif, diperlukan jumlah anggota yang cukup untuk membicarakan dan memecahkan masalah yang dihadapi dan akses ke manajemen dan auditor eksternal. Auditor internal akan efektif jika dapat mengakses informasi secara akurat, tepat waktu, dan lengkap dari manajemen tentang perubahan-perubahan dalam kebijakan akuntansi dan auditing, perubahan-perubahan *core business* perusahaan dan kondisi tata kelola perusahaan saat ini. Komposisi, otoritas, dan sumber daya merupakan *primary input* untuk mencapai auditor internal yang efektif, sedangkan ketekunan merupakan faktor yang dibutuhkan dalam proses mencapai efektivitas (DeZoort *et al.*, 2002: 45).

Auditor internal harus mengetahui seluruh tugas dan tanggung jawabnya dengan baik. Berdasarkan data dari www.kompasiana.com yang diakses pada tanggal 4 Februari 2019 jam 15.00, tugas dan tanggung jawab auditor internal adalah sebagai berikut:

- a. Mencari informasi awal terkait bagian yang akan diaudit (auditee). Salah satu hal penting yang harus dikuasai auditor adalah pengetahuan yang cukup tentang auditee. Pengetahuan yang dimaksud di sini mencakup cara kerja, prosedural, hierarki jabatan, dan catatan mutu atau laporan yang selama ini digunakan dalam kegiatan sehari-hari. Tanpa menguasai hal ini, maka tidak banyak yang bisa dilakukan auditor saat mengaudit.
- b. Melakukan tinjauan dokumen dan persyaratan lain yang berkaitan dengan auditee. Memeriksa dokumen dan persyaratan lain untuk kemudian dicatat hal-hal yang bersifat critical merupakan faktor penting kesuksesan audit. Dengan meninjau dokumen auditee, auditor akan mengetahui proses-proses penting yang perlu ditelusuri lebih jauh.
- c. Mempersiapkan program audit tahunan dan jadwal pelaksanaan audit secara terperinci. Dalam kamus ISO 9001, tidak dikenal audit mendadak. Semua kegiatan audit internal harus direncanakan dari awal dan diinformasikan kepada seluruh auditee. Karena, tujuan audit internal bukan untuk mencari-cari kesalahan, akan tetapi untuk melakukan perbaikan secara berkesinambungan.
- d. Membuat daftar pertanyaan audit (audit checklist)
Audit checklist dibuat untuk mempermudah auditor mengingat hal-hal penting yang perlu ditanyakan. Selain itu, audit checklist juga dapat dijadikan pedoman oleh auditee untuk mempersiapkan diri sebelum diaudit.
- e. Melaksanakan pemeriksaan sistem secara menyeluruh
Dalam pelaksanaan audit, seorang auditor harus jeli dan telaten dalam memeriksa area auditee. Auditor tidak boleh hanya berpaku pada audit checklist dan standar, tapi lebih dari itu,

auditor dapat memeriksa lingkungan kerja auditee, komitmen dan kesungguhan mereka dalam memperbaiki sistem. Dengan mengabaikan komitmen, kegiatan audit internal hanya akan terlihat seperti audit administrative belaka

- f. Mengumpulkan dan menganalisis bukti audit yang cukup dan relevan
Semua masalah atau temuan yang ditemukan selama proses audit harus didukung dengan bukti yang cukup. Artinya, auditor tidak boleh gegabah dalam melaporkan temuan. Harus ada bukti kuat bahwa auditee melakukan kesalahan. Satu hal yang perlu dicatat, audit internal tidak hanya mengumpulkan temuan melainkan juga mengumpulkan bukti-bukti prestasi yang sudah dicapai.
- g. Melaporkan temuan audit atau masalah-masalah yang ditemukan selama audit internal. Auditor harus menerbitkan laporan temuan audit internal untuk ditindaklanjuti oleh auditee. Auditee harus diberi tenggat waktu tertentu agar proses perbaikan tidak dibiarkan berlarut-larut
- h. Memantau tindak lanjut hasil audit internal sampai dinyatakan selesai. Untuk memastikan seluruh temuan telah diperbaiki, maka auditor internal harus memeriksa tindakan yang sudah dilakukan setelah melewati tenggat waktu perbaikan yang diberikan.

Beberapa peran yang melekat pada auditor internal antara lain (1) berperan sebagai pemecah masalah. Temuan audit pada hakikatnya adalah masalah. Auditor intern harus mampu menggunakan metode pemecahan masalah (problem solving) yang rasional .(2). Temuan yang ada dari pelaksanaan audit bisa menjurus pada timbulnya konflik bila seorang auditor kurang mampu menyelesaikannya dengan audit.

Ruang lingkup internal auditor saat ini telah berkembang pesat. Menurut Guy, dkk (2004), ruang lingkup internal audit yang telah dialih bahasakan oleh Paul A. Rajoe, diantaranya yaitu:

1. Menganalisis keefektifan (Reliabilitas & Integrasi) informasi finansial dan operasional serta alat yang dipakai untuk mengidentifikasi, mengukur, mengelompokan, dan melaporkan informasi tersebut.

2. Melakukan pengamatan terhadap sistem yang ada dalam rangka memastikan adanya kesesuaian antara kegiatan/aktivitas/program yang dijalankan organisasi dengan kebijakan, peraturan, prosedur, hukum, rencana yang berdampak signifikan pada kegiatan organisasi.
3. Mengamati berbagai metode yang dipakai dalam menjaga aset/harta perusahaan. Apabila dibutuhkan maka akan melakukan verifikasi terhadap harta-harta tersebut.
4. Memberi penilaian terhadap efektifitas dan keekonomisan dalam pemakaian sumber daya.
5. Melakukan pengamatan terhadap kegiatan operasional atau program organisasi/perusahaan apakah hasil yang diperoleh konsisten dan sesuai dengan tujuan dan perencanaan yang telah ditentukan sebelumnya.

Mengutip pada Majalah KSG ed.63 (2011), terdapat 8 (delapan) tantangan yang harus dihadapi oleh para auditor internal pada abad 21 antara lain sebagai berikut:

1. *Risk-based Orientation.*

Auditor internal harus merubah pendekatan dari audit secara konvensional menuju audit berbasis risiko (*risk based audit approach*). Pola audit yang didasarkan atas pendekatan risiko yang dilakukan oleh auditor internal lebih difokuskan terhadap masalah parameter risk assesment yang diformulasikan pada *risk based audit plan*. Berdasarkan *risk assesment* tersebut dapat diketahui *risk matrix*, sehingga dapat membantu auditor internal untuk menyusun *risk audit matrix*. Dalam hal ini auditor internal perlu bekerja sama dengan Divisi Manajemen Risiko, sehingga pelaksanaan audit berbasis risiko dapat berjalan lancar.

Manfaat yang akan diperoleh auditor internal apabila menggunakan *risk based audit approach*, antara lain auditor internal akan lebih efisien dan efektif dalam melakukan audit, sehingga dapat meningkatkan kinerja Departemen Audit internal (Satuan Pengawasan Intern). Auditor internal juga harus dapat berubah dari paradigma lama menuju paradigma baru,

yang ditandai dengan perubahan orientasi dan peran profesi internal auditor.

2. *Global Perspective.*

Auditor internal harus berpandangan luas dan dalam menilai sesuatu berdasarkan perspektif global (makro) bukan secara sempit (mikro). Pada era globalisasi saat ini, sudah tidak ada lagi batas-batas antar negara dalam menjalankan bisnis. Untuk menuju *world class company*, maka kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) juga perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, sudah saatnya para auditor internal mengambil gelar sertifikasi internasional, seperti *Certified Internal Auditor (CIA)*, *Certified Fraud Examiner (CFE)*, *Certified Information System Audit (CISA)*, *Certified Risk Management Assurance (CRMA)* dan sertifikasi lainnya.

3. *Governance Expertise.*

Auditor internal harus melaksanakan prinsip tata kelola perusahaan yang baik yaitu Good Corporate Governance (GCG). Auditor internal harus memiliki pengetahuan yang cukup tentang GCG, karena auditor internal merupakan salah satu dari 4 (empat) pilar GCG, seliain *Board of Director*, *Senior Management* dan External Auditor. Auditor internal memiliki peranan penting dalam implementasi GCG di perusahaan. Efektivitas sistem pengendalian internal dan auditor internal merupakan salah satu kriteria penilaian dalam implementasi GCG. Para auditor internal harus menggunakan kompetensi yang dimiliki dan agar bekerja secara profesional sehingga dapat bernilai tambah (*added value*) bagi organisasinya. Agar auditor internal bernilai tambah, maka hendaknya dapat melakukan asesmen atas :

- a. *Operational and quality effectiveness.*
- b. *Business Risk*
- c. *Business & process control.*
- d. *Process & business efficiencies.*
- e. *Cost reduction opportunities.*

- f. *Waste elimination opportunities.*
- g. *Corporate governance effectiveness.*

4. *Technologically Adoption.*

Auditor internal harus senantiasa mengikuti perkembangan teknologi, terutama Teknologi Informasi. Auditor internal harus memiliki *technology proficiency*, misalnya ahli dibidang Audit Sistem Informasi (System Information Audit). Hal inilah yang mendorong para auditor internal mengambil gelar sertifikasi CISA. Selain itu auditor internal harus dapat menggunakan kemampuan di bidang teknologi (*technologically skills*) untuk menganalisis/mitigasi risiko, perbaikan proses (*improve process*) dan evaluasi efisiensi (*upgrade efficiency*).

5. *Business partner.*

Auditor internal harus memiliki jiwa *entrepreneurship* yang tinggi, sehingga mengikuti setiap perkembangan dalam proses bisnis (*business process*). Pada masa lalu auditor internal lebih mengedepankan perannya sebagai *watchdog*, saat ini auditor internal diharapkan lebih berperan sebagai mitra bisnis (*business partner*) bagi manajemen dan lebih berorientasi untuk memberikan kepuasan kepada jajaran manajemen sebagai pelanggan (*customer satisfaction*). Oleh karena itu, auditor internal bukan hanya mahir dalam bidang audit, namun perlu juga mahir dalam bidang bisnis.

6. *Creative Thinking & Problem Solving.*

Auditor internal harus selalu berpikir kreatif, positif dan inovatif serta lebih berorientasi pada pemecahan masalah. Untuk menjadi problem solver auditor internal memerlukan pengalaman bertahun-tahun melakukan audit berbagai fungsi/unit kerja suatu organisasi/perusahaan.

7. *Strong Ethical Compass.*

Auditor internal dalam menjalankan tugas harus mengikuti Standar Profesi Audit Internal serta menjaga kode etik profesi yang ditetapkan oleh organisasi profesi, sehingga dapat terhindar dari perilaku yang melanggar kode etik profesi. Selain itu auditor

internal juga harus mematuhi manual budaya perusahaan yang ditetapkan oleh manajemen.

8. *Communication Skills.*

Pekerjaan auditor internal berhubungan erat dengan unit organisasi lain, yaitu manajemen, komite audit, auditor eksternal (Kantor Akuntan Publik), oleh karena itu auditor internal harus menjalin komunikasi yang baik dengan pihak-pihak lain tersebut. Dalam hal ini, auditor internal perlu memiliki kemampuan dalam bidang komunikasi, baik lisan maupun tertulis.

Untuk menjawab 8 (delapan) tantangan tersebut para auditor internal harus selalu meningkatkan profesionalisme, pengetahuan dan keahliannya, sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan dari waktu ke waktu. Beberapa langkah konkret yang dapat dilakukan oleh auditor internal, antara lain :

1. Melaksanakan standar profesional audit internal serta kode etik profesi yang ditetapkan oleh organisasi profesi secara konsisten.
2. Senantiasa mengikuti perkembangan mutakhir lingkungan bisnis yang sangat cepat serta teknologi informasi yang pesat.
3. Selalu mengikuti perkembangan terbaru tentang konsep & teknik dalam internal auditing melalui Pendidikan Profesi berkelanjutan (PPL), bagi pemegang gelar sertifikasi *Qualified Internal Auditor* (QIA).
4. Selalu meningkatkan kemampuan di bidang komunikasi (*communication skills*) baik lisan maupun tertulis.
5. Berusaha memperoleh gelar sertifikasi internasional di bidang audit, misalnya CIA, CFE, CISA, CRMA dan sertifikasi lainnya.

Dari penjelasan teori dan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa audit internal mempunyai peranan yang sangat penting dalam mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan. Tanpa keberadaan auditor internal, perbaikan sistem sulit untuk dicapai. Peran auditor internal adalah memberikan feedback terhadap system yang sedang berjalan dan mengawal pelaksanaan system untuk mencapai tujuan organisasi.

TANTANGAN KONSORSIUM IA-PTM SE-INDONESIA

Konsorsium Internal Auditor Perguruan Tinggi Muhammadiyah (IA-PTM) se Indonesia dibentuk pada tanggal 27 Agustus 2018 sebagai hasil tindak lanjut hasil rapat dan diskusi antar kepala biro/bidang internal auditor dari 19 Perguruan Tinggi Muhammadiyah di Indonesia. Kebutuhan terhadap akreditasi Institusi yang bernilai unggul serta peran aktif internal auditor terhadap AUM di sekitarnya, maka diperlukan komitmen dan kerja sama berbagai pihak termasuk peran dari Internal Auditor yang mengawal transparansi dan akuntabilitas keuangan universitas maupun AUM di sekitarnya. Terkait dengan peran tersebut, Biro auditor internal UMS menginisiasi untuk membentuk konsorsium auditor internal seluruh Perguruan Tinggi Muhammadiyah di Indonesia. Kegiatan ini diikuti oleh 19 PTM di Indonesia. Dengan adanya konsorsium ini diharapkan dapat menjalin silaturahmi antar anggota AI-PTM serta dapat digunakan sebagai ajang *sharing* dan berbagai aktivitas/kegiatan lainnya yang dapat mendukung kinerja sebagai Auditor Internal dan diharapkan dapat berperan dalam mendukung akreditasi institusi di PT masing-masing dan dapat mengawal tatakelola keuangan universitas maupun AUM di sekitar nya.

Adapun tujuan dibentuknya konsorsium IA-PTM se Indonesia ini adalah:

1. Bertukar informasi dan kegiatan yang menunjang kinerja auditor internal di PTM di Indonesia.
2. Memiliki standar professional yang sama dalam melakukan audit keuangan terhadap institusi PTM di Indonesia.
3. Sebagai penyedia SDM untuk auditor professional yang diperlukan PP Muhammadiyah untuk melakukan audit keuangan terhadap institusi PTM di Indonesia maupun AUM di sekitarnya
4. Berperan aktif dalam mendukung akreditasi institusi yang bernilai unggul.
5. Berperan aktif dalam mengawal transparansi dan akuntabilitas keuangan universitas maupun AUM di sekitarnya.

Pembentukan konsorsium IA-PTM ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan kinerja sebagai internal auditor . Adapun hasil dari MOU peserta konsorsium IA-PTM se Indonesia bersepakat untuk melakukan kerja sama, dengan ketentuan-ketentuan sebagaimana yang tertuang dalam: **(PASAL 1)** Sepakat bekerja sama dalam bentuk konsorsium IA-PTM. **(PASAL 2)** Sepakat melaksanakan *workshop* dan/atau pelatihan yang professional dan bersertifikat (*accredited*) dalam rangka menyiapkan auditor dengan kompetensi professional sebagai auditor PTM. **(PASAL 3)**. Sepakat melaksanakan kerja sama tukar menukar informasi dalam rangka meningkatkan kinerja internal auditor di lingkungan IA PTM **(PASAL 4)**. Bekerja sama dengan LPPK-PP Muhammadiyah sebagai penyedia SDM untuk auditor internal PP Muhammadiyah.

Sebagai inisiator terbentuknya konsorsium IA-PTM se Indonesia, Biro Auditor internal Universitas Muhammadiyah Surakarta (BAI-UMS) harus berperan aktif dan strategis agar tujuan konsorsium IA-PTM tercapai. Untuk itu, BAI-UMS memiliki komitmen yang tinggi dalam menjalankan aktivitas audit keuangan di UMS sebagai *benchmark* bagi PTM lain untuk mengadopsi semua hal yang terkait dengan mekanisme audit keuangan yang dilakukan oleh BAI-UMS. Komitmen tersebut tercantum dalam Rencana Strategi (Renstra) BAI-UMS tahun 2019-2022 yang bertekad untuk melaksanakan audit di UMS secara profesional, independen, *due professional care*, memiliki integritas, transparan, obyektif dan akuntabel. Hal ini menjiwai sikap moral dan tata nilai yang dibangun berdasarkan visi, misi dan tujuan BAI-UMS serta terciptanya tata kelola universitas yang baik (*Good University Governance*).

Adapun **visi** dari BAI-UMS adalah : Menjadi Biro Auditor Internal UMS yang profesional berdasarkan: keilmuan, keislaman, dan dedikasi tinggi dalam membantu pimpinan menciptakan *good university governance*, mampu meningkatkan nilai (kinerja) dan akuntabilitas sehingga UMS menjadi institusi yang mampu meningkatkan keandalan informasi, kepatuhan terhadap hukum dan peraturan, serta efektif, efisien, dan ekonomis sebagai pengembalian amanah Amal Usaha Muhammadiyah dan Perguruan Tinggi di Indonesia. Sedangkan **misi** dari BAI-UMS adalah

1. Melaksanakan audit, evaluasi, dan review terhadap aktivitas-aktivitas meliputi: proses pengendalian manajemen, operasional, dan keuangan UMS dan unit-unitnya menuju terciptanya *good university governance*.
2. Melaksanakan koordinasi dengan LPPK-PP Muhammadiyah, dan *External Auditor* untuk mencapai akuntabilitas publik yang optimal.
3. Menjalinkan kerja sama dengan pihak luar (Amal Usaha Muhammadiyah) dalam bidang audit keuangan dan konsultan manajemen.

Adapun tujuan maupun rencana strategis dari BAI UMS sebagai pedoman dalam melakukan audit di bidang keuangan dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Membantu dan mendampingi Pimpinan UMS menyusun kebijakan, perencanaan, dan anggaran serta realisasinya agar tercipta *good university governance*.
2. Mengidentifikasi segala kemungkinan untuk memperbaiki dan meningkatkan secara menyeluruh atas efektivitas, ekonomis, dan efisiensi penggunaan sumber daya keuangan dan aset.
3. Merekomendasikan perbaikan menyeluruh atas Struktur Pengendalian Intern dan Sistem Pengendalian Manajemen secara obyektif.
4. Melindungi kekayaan UMS melalui pelaksanaan audit yang profesional.
5. Memastikan seluruh unit di lingkungan UMS mentaati kepatuhan terhadap prosedur (sistem), kebijakan, peraturan, dan hukum yang berlaku bagi UMS.
6. Memberikan konsultasi kepada UMS dan unit-unitnya atas segala permasalahan dan pemecahannya (*problem solving*) keuangan secara profesional.
7. Memberikan jasa, kepada pihak luar dalam bidang audit keuangan dan konsultan manajemen.

Adanya visi, misi, tujuan maupun rencana strategis yang dibuat oleh Biro Auditor Internal UMS menjadi benchmark bagi internal auditor PTM lain yang sebagian besar belum dan sedang berproses untuk berperan aktif dalam pengelolaan keuangan institusi. Kerja sama yang dibangun antar IA-PTM melalui terbentuknya konsorsium IA-PTM ini membawa amuni baru bagi lembaga Muhammadiyah dalam rangka untuk mengawal asset milik muhammadiyah dan memperbaiki tatakelola keuangan Muhammadiyah yang dimulai dari PTM sebagai motor penggerak perubahan.

KESIMPULAN

Pengelolaan keuangan organisasi berdasarkan prinsip *good corporate governance* menjadi sangat penting untuk dilaksanakan agar pengelolaan keuangan menjadi transparan, obyektif dan akuntabel. Prinsip-prinsip GCG ini awalnya diterapkan pada perusahaan bisnis, namun demikian kebutuhan akan laporan keuangan yang transparan dan akuntabel juga dibutuhkan oleh pemangku kepentingan pada organisasi non profit termasuk Amal Usaha Muhammadiyah. Menilik besarnya asset yang dimiliki oleh Muhammadiyah yang diestimasi lebih dari 20 trilyun, maka pengelolaan keuangan pada AUM harus berlandaskan pada transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana mengingat dana maupun asset yang dimiliki AUM adalah milik umat dan bukan milik pribadi, Jumlah PTM di Indonesia sebanyak 174 universitas, sekolah tinggi, institut, dan akademi yang dipandang sebagai motor penggerak perubahan yang mencerahkan pada organisasi Muhammadiyah, maka transparansi dan akuntabilitas tata kelola keuangan pada PTM ini sangat penting dan mendesak untuk dilakukan. Embrio lahirnya konsorsium Internal Auditor Perguruan Tinggi Muhammadiyah (IA-PTM Indonesia) pada tanggal 27 Agustus 2018 di Universitas Muhammadiyah Surakarta memberikan alternatif solusi untuk mengawal pengelolaan keuangan PTM khususnya dan AUM pada umumnya. Sinergi antara LPPPK dan konsorsium IA PTM ini memberikan kekuatan bagi organisasi Muhammadiyah untuk dapat menjaga asset maupun dana milik umat dengan amanah, transparan dan akuntabel.

REFERENSI

- Almalia, Luciana Spica dan Ikka Retrinasari. 2007. Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Kelengkapan Pengungkapan dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEJ. Universitas Trisakti. Jakarta. Proceeding Seminar Nasional.
- Dezoort, F.T. dan S. Salterio, 2002, *The Effects of Corporate Governance Experience and Financial Reporting and Audit Knowledge on Audit Committee Members' Judgments*, *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 21 (Fall): Forthcoming.
- Guy, dkk., 2004. Auditing, Edisi Lima. Terjemahan Paul A. Rajoe & Ichsan Setiyo Budi. Jakarta: Erlangga
- Heryana, Tony dan Novrita, Vita. 2009. *Pengaruh Audit Internal Terhadap Good Corporate Governance Pada BUMN*. *Jurnal Akuntansi Riset, Prodi Akuntansi UPI*, Vol. 4. No.2 Hal: 961-972.
- Hikmah, dkk., 2011. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan *Corporate Governance* dalam Laporan Tahunan Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. SNA 14. Universitas Lampung Mangkurat Banjarmasin.
- <https://www.kompasiana.com/litaparera/55547f51b67e616914ba5506/peranan-penting-auditor-internal-dalam-sebuah-organisasi>. Diakses tanggal 4 februari 2019 jam 14.15.
- <https://www.muhammadiyah.or.id> yang diakses pada tanggal 3 Februari 2019 jam 18:33
- <https://www.republika.co.id> (diakses pada tanggal 3 Februari 2019 jam 18.40)
- Imam Sjahputra Tunggal dan Amin Widjaja Tunggal. 2002. *Membangun Good Corporate Governance*. Jakarta : PT. Prendhalindo
- Komite Nasional Kebijakan *Governance*. 2006. *Pedoman Umum Good Corporate Governance Indonesia*. Jakarta

Majalah KSG, Edisi 63, Desember 2011, hal. 23-24, Rubrik “Info Special”

Maulidyyah, Nafisatul, Dwiatmanto, Maria Goretti Wi Endang NP.2017. *ANALISIS PERAN AUDIT INTERNAL SEBAGAI PENUNJANG PENERAPAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG) (Studi pada PT. Krakatau Bandar Samudera (KBS) Cilegon-Banten)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 47 No.1 Juni 2017. Hal 70-78.

OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development). 1999. *OECD Principles of Corporate Governance*. OECD Publications Service. France: 9-19.

Pramono, Ferry Adriawan. 2011. *Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Kualitas Pengungkapan Corporate Governance pada Laporan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar dalam LQ-45)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang. <http://www.e-prints.undip.co.id>.

Rini, Amalia Kartika. 2010. *Analisis Luas Pengungkapan Corporate Governance dalam Laporan Tahunan Perusahaan Publik Di Indonesia*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang. <http://www.e-prints.undip.co.id>

*Dosen prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS
Dosen Magister Akuntansi, Sekolah Pasca Sarjana UMS
Kepala Biro Auditor Internal UMS
Ketua Konsorsium IA-PTM se Indonesia

PENTINGNYA LAPORAN KEUANGAN BAGI BISNIS SYARIAH

Dr. Noer Sasongko, SE, MSi, Ak, CA

Email: ns243@ums.ac.id dan noer.sasongko@gmail.com

Pendahuluan

Budaya menyusun laporan keuangan di dunia bisnis Indonesia masih sangat rendah. Sebagian besar menganggap laporan keuangan kurang penting, bahkan menganggap laporan keuangan itu sulit, bikin rumit, dan menjadi sasaran pajak. Beban pajak yang besar di Indonesia menjadi salah satu penyebab utama sulitnya berkembang budaya menyusun laporan keuangan yang valid, reliabel, dan akuntabel.

Penyusunan laporan keuangan selama ini dikarenakan memenuhi kewajiban peraturan pemerintah, atau diatur oleh peraturan lainnya. Penyusunan laporan keuangan bukan dikarenakan kesadaran akan manfaat dari laporan keuangan dan juga bukan karena tanggung jawab pengelola perusahaan untuk melaporkan kinerja perusahaan dengan sebaik-baiknya dan sevalid-validnya.

Penyusunan laporan keuangan yang tidak valid, tidak reliabel, dan tidak uyakuntabel berdampak pada diragukannya isi atau kinerja perusahaan yang sebenarnya dan tidak dapat digunakan untuk menghitung bagi hasil yang harus dibagikan kepada investor/pemilik modal bagi bisnis syariah.

Apalagi bila perusahaan tidak menyusun laporan keuangan. Dasar apa yang bisa digunakan untuk menilai kinerja perusahaan dan bagi hasil yang harus dibagikan kepada pemilik modal. Hal ini menjadi alasan mengapa penulis membahas pentingnya laporan keuangan bagi bisnis syariah

Kewajiban Menyusun Laporan Keuangan

Kebanyakan bisnis di Indonesia menyusun laporan keuangan karena kewajiban yang harus dilaksanakan berdasarkan peraturan pemerintah seperti uu perpajakan atau karena permintaan pihak kreditur atau lainnya. Dalam bisnis syariah penyusunan laporan keuangan juga diperintahkan dalam Alqur'an. Namun hal ini tidak dilaksanakan sebagaimana mestinya. Kecenderungan yang mau melaksanakan karena kesadaran tanpa paksaan. Hal ini bisa dilakukan kalau memahami manfaat laporan keuangan bagi perusahaan.

Di dalam Alqur'an terdapat kewajiban membuat laporan bagi manajer dari amanah yang telah diberikan oleh prinsipal. Walaupun dalam Alqur'an dijelaskan sebagai hutang. Hutang dalam pengertian ini tidak hanya seseorang meminjami uang tetapi dalam arti yang lebih luas yaitu sebagai amanah kepada manajer dari prinsipal dan kreditur. Perluasan makna hutang dengan amanah akan merubah arti penting perlunya laporan atau pencatatan dari setiap transaksi keuangan yang terjadi di dalam perusahaan.

Selain itu penghindaran riba dari transaksi hutang piutang menjadi penyertaan modal pada transaksi mudharabah dan musyarakah. Hasil dari transaksi tersebut berupa bagi hasil bukan bunga. Penghindaran bunga dengan bagi hasil sebagai cara untuk menghindari riba. Agar bagi hasil dapat dijalankan maka dibutuhkan laporan keuangan yang valid, reliabel, dan akuntabel. Dengan demikian didalam Alqur'an baik secara tersirat maupun tersurat sudah mewajibkan dunia bisnis syariah membuat laporan keuangan.

Akan tetapi, sekali lagi sangat disayangkan di Indonesia, budaya menyusun laporan keuangan sangat rendah, terutama pada pengusaha bisnis syariah. Bahkan para ulama masih banyak yang belum memahami bahwa salah satu cara menghindari riba adalah dengan adanya laporan keuangan pada setiap bisnis syariah.

Arti Laporan Keuangan bagi Pengembangan Bisnis Syariah

Bagi hasil merupakan salah satu ajaran Islam. Hal ini bertentangan dengan bunga bank. Karena bunga bank adalah riba. Riba merupakan

tindakan yang tidak dibenarkan dalam ajaran islam yang berpegangan pada alqur'an dan hadits. Akan tetapi, dalam praktiknya di Indonesia, penerapan bagi hasil masih banyak kekurangan yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah yaitu bank syariah.

Setelah dilakukan analisis dan penelitian, salah satu penghambat penerapan bagi hasil yang sesuai dengan syariah adalah salah satunya tidak disusun laporan keuangan dengan benar. Laporan keuangan disusun tidak sesuai dengan standar akuntansi bahkan perusahaan yang menggunakan jasa bank syariah tidak menyusun laporan keuangan.

Nasabah atau perusahaan yang tidak menyusun laporan keuangan tentu menyulitkan dalam penerapan bagi hasil. Hal ini terjadi pada saat perusahaan meminta jasa mudharabah dan musyarakah (M2) kepada bank syariah. Maka penerapan bagi hasil menjadi tidak tepat.

Bagi hasil seharusnya dihitung dari keuntungan atau kerugian yang diperoleh saat terjadinya transaksi M2 tersebut. Keuntungan dan kerugian yang valid adalah dapat diperoleh dari penyusunan laporan keuangan yang benar. Namun disayangkan banyak nasabah di Indonesia tidak mau menyusun laporan keuangan atau kalau menyusun laporan keuangan tidak sesuai dengan standar akuntansi dan proses akuntansi (Jati et. al., 2004).

Laporan keuangan yang tidak valid tentu tidak dapat digunakan sebagai dasar bagi hasil, maka bank syariah menerapkan bagi hasil yang tidak sesuai dengan aturan agama dengan benar. Karena bank syariah menjadi tidak bersedia menanggung kerugian dari nasabah yang menggunakan jasa M2.

Ketidak tepatan penyusunan laporan keuangan atau tidak dibuatnya laporan keuangan mengakibatkan sulitnya menerapkan bagi hasil dengan benar. Perlu peran ulama dan akuntan untuk memahami hal ini kepada nasabah bank syariah agar tertib dalam menjalankan syariah dan bersedia menyusun laporan keuangan dengan benar.

Perlu banyak pelatihan penyusunan laporan keuangan, dan membangun sistem akuntansi yang mudah kepada perusahaan nasabah. Sehingga nasabah dapat dengan mudah membuat laporan keuangan.

Bank syariah perlu membuat pilot project untuk nasabah yang ingin menjalankan syariahnya dengan benar terkait bisnis syariah yang telah dijalaninya. Tanpa niat baik bank syariah dan nasabah bank syariah, maka penegakan bisnis syariah terkait bagi hasil menjadi tidak jelas, sehingga riba tetap saja menghantui pelaksanaan bank syariah di Indonesia.

Bank syariah harus berani membuat terobosan terhadap budaya pengusaha yang sulit atau tak tertarik membuat laporan keuangan (Jati et. al., 2004; dan Said, 2009). Bank syariah yang tidak mau membuat terobosan tersebut akan mengakibatkan pengeloan jasa bank syariah yang berkaitan pendapatan bagi hasil penuh ketidak sempurnaan atau cacat. Beberapa ulama menganggap hal ini sebagai riba walaupun seolah-olah bank syariah sudah menerapkan bagi hasil.

Bagi hasil yang dihitung berdasarkan catatan laba sebelumnya atau perkiraan laba sebelumnya adalah perhitungan bagi hasil yang cacat/ tidak sempurna. Perhitungan bagi hasil harusnya dari keuntungan atau laba sesuai periode terjadinya. Laba/keuntungan yang diperoleh dari laporan keuangan periode saat ini digunakan menghitung bagi hasil saat ini, perhitungan laba saat ini bukan dari perkiraan laba/keuntungan sebelumnya.

Jadi tanggungjawab penyusunan laporan keuangan pada transaksi M2 adalah pada bank syariah dan nasabah bank tersebut. Agar bagi hasil sesuai dengan rukun dan syaratnya, maka semua yang terlibat dalam transaksi tersebut harus menjalankan bisnis secara syariah. Dengan demikian, beban bisnis secara syariah dari transaksi bagi hasil (M2) tidak hanya dibebankan pada pihak bank syariah saja.

Bagaimana Penyusunan Laporan Keuangan Bagi UMKM ?

Budaya menyusun laporan keuangan juga sangat rendah bagi UMKM. Kebanyakan perusahaan di Indonesia ini masih menganggap laporan keuangan ini tidak terlalu penting, karena tanpa laporan keuangan perusahaan dapat maju dengan pesat. Atau perusahaan cukup membuat laporan interim yang beragam bentuknya sesuai keinginan manajer atau pemilik di perusahaan tersebut.

Budaya menyusun laporan keuangan masih jauh dari harapan. Beberapa alasan perusahaan tidak membuat laporan keuangan selain yang dijelaskan di atas diantaranya adalah: pertama, tidak punya SDM yang bisa membuat laporan keuangan dengan benar; kedua, mahalnya biaya SDM membuat laporan keuangan; ketiga, takut kena pajak yang besar; keempat, tidak tahu manfaat laporan keuangan; kelima, ribet dan mengganggu pekerjaan, dan lain-lain

Ketidakhahaman manfaat laporan keuangan memang masalah utama mengapa perusahaan menolak atau belum menyusun laporan keuangan dengan benar. Beberapa perusahaan menyusun laporan keuangan karena keinginan mendapat pinjaman atau butuh dana operasional dari bank, baik bank konvensional maupun bank syariah.

Namun laporan keuangan yang dibuat tersebut pun sering kali belum sesuai dengan standar akuntansi dan proses akuntansi. Sehingga laporan keuangan tersebut diragukan validitas, relevansi dan reliabelnya.

Adapun manfaat laporan keuangan disusun sesuai standar akuntansi diantaranya adalah: pertama, memberi informasi aset, kewajiban, dan kekayaan perusahaan dengan akurat; kedua, dapat digunakan pengambilan keputusan bagi manajer, kreditur, dan investor; ketiga, mengetahui kinerja keuangan semua aktivitas terutama laba dan nilai buku perusahaan; keempat, dapat digunakan untuk mengajukan kredit dan penambahan dana investasi dari bank konvensional dan bank syariah; kelima, dapat sebagai dasar menghitung pajak badan; keenam, dapat digunakan untuk menghitung bagi hasil investasi bank syariah, dan lain-lain.

Kemanfaatan laporan keuangan tersebut akan lebih meningkatkan perusahaan yang mengutamakan tata kelola dengan baik. Karena laporan keuangan akan membantu perusahaan dengan informasi valid dan relevan sehingga perusahaan dapat mengelola keuangan dan bisnisnya dengan lebih terarah dan terstruktur.

UMKM sebagai salah satu jenis usaha di Indonesia masih banyak berorientasi pada peningkatan laba dan aset perusahaan dan masih mengabaikan pentingnya laporan keuangan. UMKM bahkan masih berorientasi pada kemampuan perusahaan untuk tetap bertahan untuk

hidup (survival). UMKM seperti ini tentu belum dapat diharapkan dapat menyusun laporan keuangan dengan benar. Walaupun sudah ada standar akuntansi EMKM.

UMKM yang mempunyai wawasan kedepan dan mengarah pada perusahaan modern tentu sangat perlu mengelola perusahaan dengan baik disertai penyusunan laporan keuangan dengan benar. Laporan keuangan akan lebih memperhatikan kesejahteraan manajer dan karyawan serta meningkatnya asset perusahaan terutama meningkatkan laba perusahaan.

UMKM apabila belum bisa membuat sistem akuntansi perusahaan sendiri, maka perlu membeli atau mendownload aplikasi sistem akuntansi yang sederhana dan murah. Misal program aplikasi akuntansi yang dibuat departemen koperasi dan UKM.

Selain itu UMKM perlu adanya pendampingan tentang tata kelola yang baik. Hal ini bisa minta pada akademisi universitas yang ada disekitar UMKM tersebut berapa. Misalkan di kota Solo dan sekitarnya bisa minta pendampingan dari dosen akuntansi dan magister akuntansi UMS.

Akademisi akan meluangkan waktu untuk mendampingi UMKM yang ingin mengelola perusahaan ke arah tata kelola keuangan yang baik dan modern. Akademisi akan berusaha dengan sabar membimbing dan mendampingi agar laporan keuangan dapat disusun dengan benar.

Pentingnya Laporan Keuangan bagi Nasabah Bank Syariah

Budaya penyusunan laporan keuangan di Indonesia masih sangat rendah. Hal ini ditunjukkan masih sedikitnya perusahaan di Indonesia menyusun laporan keuangan sesuai dengan proses akuntansi dan standar akuntansi. Selain ini pengelolaan keuangan harus ada fungsi pengendalian yang melaksanakan secara tepat sebelum laporan keuangan di audit oleh akuntan dalam perusahaan maupun akuntan di luar perusahaan berupa KAP (Sasongko et.al, 2018)

Laporan keuangan yang disusun tidak sesuai standard dan tidak ada proses akuntansi bukanlah laporan keuangan walaupun wujudnya

seperti laporan keuangan. Laporan keuangan disusun harus relevan nilainya dengan nilai ekonomi perusahaan tersebut dan benar-benar merupakan aktiva dan aktivitas perusahaan. Selain itu laporan keuangan harus reliabel yang rasional. Sehingga isi informasi dalam laporan keuangan sesuai dengan apa adanya dalam perusahaan menuju pada nilai wajar (Rudiantoro dan Siregar, 2012)

Penyusunan laporan keuangan yang relevan dan reliabel sangat diperlukan bagi perusahaan yang bertransaksi dengan bank syariah yang menerapkan bagi hasil. Perusahaan yang membutuhkan dana pada transaksi Mudharabah dan Musyarakah wajib menyusun laporan keuangan karena laba atau keuntungan perusahaan tersebut digunakan sebagai dasar perhitungan bagi hasil. Namun disayangkan banyak nasabah bank syariah di Indonesia enggan menyusun laporan keuangan dengan benar sehingga perhitungan laba/keuntungan atau rugi diragukan kebenaran oleh pihak perbankan syariah. Maka dampak dari semua ini transaksi Mudharabah dan Musyarakah di Indonesia sulit berkembang dengan cepat dan benar.

Peran Ulama dan akademisi bidang akuntansi untuk mensosialisasi laporan keuangan yang relevan dan reliabel sangat diperlukan terutama disaat umat islam semakin menyadari pentingnya jasa bagi hasil pada perbankan syariah. Bank Syariah pada umumnya sudah menerapkan bagi hasil pada jasa simpanan dana nasabah tetapi tidak bisa diterapkan dengan benar pada jasa pemberian dana kepada nasabah. Hal ini membuat perkembangan bank syariah dalam menerapkan bagi hasil tidak seimbang.

Disisi jasa peminjan bank syariah sudah menerapkan bagi hasil tetapi pada sisi memberi dana ke nasabah berupa Mudharabah dan Musyarakah namun masih belum sempurna penerimaan bagi hasil yang sebenarnya. Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan faktor utama sulitnya diterapkan bagi hasil pada jasa Mudharabah dan Musyarakah adalah tidak bersedianya nasabah menyusun Laporan Keuangan dengan benar. Artinya Perbankan syariah dituntut syariah tetapi nasabah masih belum mau menjalankan syariah dengan baik. Hal ini karena kesadaran atau budaya penyusunan laporan keuangan yang benar sangat rendah.

Solusi terbaik menurut penulis adalah Bank syariah (Bank Syariah, BPR Syariah, dan BMT) perlu membuat proyek percontohan untuk nasabah dengan nilai kecil terlebih dahulu yang bersedia menjalankan syariah dengan benar pada perusahaan. Nasabah dimintai menyusun laporan keuangan dengan benar didampingi para akademisi akuntansi di perguruan tinggi ternama. Dosen dan mahasiswa bersedia mendampingi perusahaan dalam menyusun laporan keuangan melalui pengabdian masyarakat ataupun pengembangan ilmu akuntansi bagi mahasiswa.

Kerjasama akademisi (dosen dan mahasiswa), ulama, nasabah, dan perbankan syariah akan menghasilkan penerapan bagi hasil dengan benar. Insya Allah penerapan laporan keuangan yang benar bagi nasabah merupakan salah satu solusi agar perkembangan jasa bagi hasil dari transaksi Mudharabah dan Musyarakah pada perbankan syariah tidak diragukan lagi kesyariahnya.

Modernisasi Tata Kelola Penyusunan Laporan Keuangan

Penyusunan laporan keuangan yang benar sudah menjadi tuntutan perusahaan modern sekarang ini. Namun sangat disayangkan kesadaran penyusunan laporan keuangan dalam perkembangannya di Indonesia masih belum ada peningkatan yang cukup berarti.

Kebanyakan perusahaan di Indonesia menyusun laporan keuangan karena kebutuhan kredit atau karena dipaksa oleh aturan pemerintah atau karena lainnya. Kesadaran menyusun laporan keuangan belum tumbuh dengan baik.

Ketidakpahaman terhadap kemanfaatan laporan keuangan merupakan salah satu penyebab utama rendahnya kesadaran menyusun laporan keuangan di Indonesia. Pemahaman laporan akuntansi hanya terpaut pada bentuk laporan keuangan saja yang berupa: neraca, laba rugi, arus kas, perubahan posisi keuangan, dan catatan atas laporan keuangan.

Pada kenyataannya laporan keuangan tidak hanya pada bentuk atau format dari laporan keuangan saja, tetapi laporan keuangan

tersebut harus disusun sesuai standar akuntansi dan sesuai dengan proses akuntansi.

Laporan Keuangan yang Valid, Reliabel, dan Akuntabel

Laporan Keuangan yang disusun tidak hanya dilihat dari wujudnya. Misalkan dalam laporan keuangan tersebut sudah ada neraca dan laba rugi. Laporan Keuangan yang disusun tidak melalui proses akuntansi (jurnal, buku besar, buku pembantu, laporan keuangan) dan tidak sesuai dengan standar akuntansi adalah palsu atau tidak valid. Hampir menjadi kebiasaan di Indonesia membuat laporan keuangan secara instan tanpa proses akuntansi untuk keperluan mengajukan dana ke bank, untuk laporan pajak dan lain-lain.

Penyusunan laporan keuangan tersebut di atas tidak dapat digunakan untuk pengambilan keputusan bisnis dan dasar perhitungan bagi hasil. Karena isi laporan keuangan tersebut adalah menyesatkan tidak mengukur kinerja perusahaan, nilai perusahaan, nilai aset, dan kinerja manajer yang sebenarnya.

Selain proses akuntansi dan memenuhi standar akuntansi. Pengelolaan perusahaan terutama akuntansi harus dilakukan pengendalian, agar perusahaan dikelola secara efektif dan efisien dan tidak ada kecurangan di dalamnya. Pengendalian menjadi bagian yang penting agar laporan keuangan disusun secara valid, reliabel, dan akuntabel.

Good corporate governance menjelaskan perlunya Audit di dalam laporan keuangan, baik audit yang dilakukan internal audit, komite audit, maupun kantor akuntan public. Audit lebih mengarah pada peningkatan akuntabilitas laporan keuangan apabila laporan keuangan sudah dieusun secara valid dan reliabel.

Dari penjelasan di atas, maka laporan keuangan yang valid, reliabel dan akuntabel melalui cara yang panjang dan rumit. Agar laporan keuangan valid, reliabel, dan akuntabel, minimal laporan keuangan disusun sesuai proses akuntansi dan standar akuntansi dan dilakukan oleh akuntan yang dapat dipercaya keahlian dan kejujurannya.

Hubungan Bagi Hasil dan Laporan Keuangan

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa perhitungan laba rugi dapat diperoleh dari keuntungan atau kerugian pada saat proses bisnis sedang berjalan sampai batas perhitungan atau periode pencatatan akuntansi. Bagi hasil tidak dihitung dari keuntungan atau laba yang diperkirakan tanpa laporan keuangan yang valid. Bagi hasil seperti itu penuh cacat dan menyerupai bunga bank alias riba.

Bagi hasil dan laporan keuangan mempunyai hubungan yang saling terkait satu sama lain. Islam mengajarkan ummatnya agar berbisnis yang menguntungkan semua pihak. Bagi hasil adalah solusinya untuk mencegah riba dan kekayaan menumpuk pada seseorang. Sampai saat ini laporan keuangan adalah satu2nya yang paling tepat melaporkan kinerja dan nilai perusahaan dengan tepat. Tidak system penyusunan laporan yang lebih baik. Terutama sebagai dasar menghitung bagi hasil, bahwa laporan keuangan adalah yang terbaik.

Peran ulama dan akuntan sangat penting untuk membangun pemahaman kepada masyarakat bisnis terutama bisnis syariah, sehingga perusahaan menyusun laporan keuangan menjadi budaya dan kebiasaan yang positif. Tanpa kesadaran dan peran ulama serta akuntan sulit tercapai penyusunan laporan keuangan yang harus dilakukan bagi setiap perusahaan dan setiap orang yang mempunyai usaha.

Standar Akuntansi Bisnis Syariah

Penyusunan laporan keuangan harus sesuai dengan standar akuntansi. Di Indonesia ada beberapa standar, yaitu: SAK IFRS, SAK ETAP, SAK EMKM, SAK Syariah, dan SAP. Masing-masing SAK digunakan berdasarkan kriteria dan kemanfaatan masing2. Bagi bisnis syariah penyusunan laporan keuangan harus sesuai dengan SAK Syariah.

Komponen laporan keuangan untuk entitas syariah selain bank syariah meliputi: laporan posisi keuangan, laporan laba rugi dan penghasilan komprehensif, laporan perubahan ekuitas, laporan arus

kas, laporan sumber dan penyaluran dana zakat, laporan sumber dan penggunaan dana kebajikan, catatan atas laporan keuangan, informasi komprehensif mengenai periode sebelumnya, dan laporan posisi keuangan pada awal periode komparatif. Pada laporan keuangan bank syariah terdapat tambahan laporan rekonsiliasi pendapatan dan bagi hasil.

Simpulan

Laporan Keuangan adalah penting dan wajib disusun bagi dunia bisnis di Indonesia, terutama bisnis syariah. Laporan keuangan akan menjadi informs bagi semua pengguna laporan keuangan yang dapat dipercaya. Sehingga semua kepentingan dapat memanfaatkan untuk pengambilan keputusan bisnis, dan mencegah terjadinya kecurangan.

Perusahaan yang menyusun laporan keuangan akan mudah mengembangkan usahanya dengan lebih baik. Perusahaan dapat memenangkan persaingan bisnis dengan adanya informs keuangan yang akurat dari laporan keuangan. Bagi bisnis syariah, bagi hasil dapat dibagikan dari keuntungan atau kerugian dengan akurat sesuai laporan keuangan pada periode berjalan, bukan dari prediksi keuntungan yang dibut sebelumnya yang tidak akurat.

Referensi

- Ikatan Akuntan Indonesia (2016), “Standart Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah”, Ikatan Akuntan Indonesia.
- Ikatan Akuntan Indonesia (2009), “Standart Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik”, Ikatan Akuntan Indonesia
- Sugiyono (2016), “Memahami Penelitian Kualitatif” (Edisi 12), Alfabeta Bandung.
- Hamid Patilima (2016), “Metode Penelitian Kualitatif” Edisi Revisi, Alfabeta Bandung
- Affuddin & Beni Ahmad Saebani (2012), “Metodologi Penelitian Kualitatif” (Edisi 2), CV Pustaka Sejati

- Donal R Cooper & Pamela S Schindler (2017), :Metode Penelitian Bisnis” (Edisi 17), Salemba Empat
- Suwardjono, “Teori Akuntansi – Perekayasaan Pelaporan Keuangan” Edisi 3, BPFE Yogyakarta
- James Hall, “Accounting Information Sistem” Edisi 4, Salemba Empat
- Robert N Anthony & Vijay Govindarajan, “Sistem Pengendalian Manajemen” Edisi 12, Karisma Publishing Group
- Azhar Susanto, “Sistem Informasi Akuntansi”. 2013, Bandung: Lingga Jaya
- Kementerian Koperasi dan UMKM, <http://www.depkop.go.id/pdf-viewer/?p=uploads>, diakses tanggal 10 Maret 2018, pukul 09:55
- Ikatan Akuntan Indonesia: Discussion Paper Reviu Komprehensif Atas SAK ETAP, http://iaiglobal.or.id/v03/files/file_publicasi/, diakses tanggal 10 Maret 2018, pukul 10:22
- Bank Indonesia, <https://www.bi.go.id/uu-bi>, diakses tanggal 20 April 2018 pukul 09:56
- Ikatan Akuntan Indonesia: Pengertian Standart Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik, <http://iaiglobal.or.id/v03/standar-akuntansi-keuangan/etap>, diakses tanggal 24 April 2018 pukul 17:24
- Jati, H., B. Bala, dan O. Nisoni. 2004. Menumbuhkan Kebiasaan Usaha Kecil Menyusun Laporan Keuangan. *Jurnal Bisnis dan Usahawan*, II (8), 210-218.
- Kirschenmann, K. and L. Norden. 2010. *The Relation between Borrower Risk and Loan Maturity in Small Business Lending*. Working paper. <http://terberger.bwl.uni-annheim.de/fileadmin/images/mitarbeiter/KirschenmannNorden/Aug2010.pdf>
- Mac an Bhaird, C. and B.M. Lucey. 2010. Determinants of Capital Structure in Irish SMEs. *Small Business Economics*, 35 (3), 357-375.

PERAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE DALAM MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN

Fatchan Achyani

Pendahuluan

Pasar modal merupakan wadah alternatif bagi perusahaan dan pemilik modal untuk memperoleh dana dan melakukan investasi. Bagi investor di pasar modal tersedia berbagai *financial asset* yang menawarkan tingkat keuntungan dan risiko yang diinginkannya. Tentu saja dengan harapan bahwa investasi tersebut mampu memberikan keuntungan kepada investor.

Investor dalam melakukan investasi ke pasar modal akan membutuhkan informasi mengenai perusahaan. Beberapa informasi yang dibutuhkan investor antara lain: laporan keuangan, prospektus perusahaan, majalah atau buletin yang diterbitkan oleh perusahaan, dan lain-lain. Informasi tersebut digunakan oleh investor untuk pengambilan keputusan. Dari beberapa informasi tersebut nampak bahwa salah satu (bukan satu-satunya) informasi yang dipertimbangkan adalah laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan. Informasi ini digunakan oleh investor untuk menilai kinerja perusahaan yang menerbitkan sahamnya di pasar modal. Jika laporan keuangan dapat menyajikan informasi yang relevan dengan model keputusan yang digunakan investor, maka informasi tersebut untuk membuat keputusan *buy*, *hold* atau *sell* surat berharga (saham).

Laporan keuangan sebagai produk dari akuntansi akan memberikan informasi yang berguna bagi pemilik perusahaan untuk menilai manajemen dalam mengelola perusahaan, sedangkan bagi pihak luar perusahaan merupakan sarana untuk melaporkan

tentang keikutsertaannya dalam menginvestasikan dananya ke perusahaan. Di satu pihak laporan keuangan menjadi alat utama bagi perusahaan untuk menyampaikan informasi keuangan mengenai pertanggungjawaban pihak manajemen sedangkan di sisi lain pihak luar perusahaan menginginkan informasi yang dapat dipercaya mengenai dana yang diinvestasikan di dalam perusahaan. Namun, yang paling berkepentingan dengan laporan keuangan sebenarnya adalah para pengguna eksternal (di luar manajemen). Laporan keuangan tersebut penting bagi para pengguna eksternal terutama sekali karena kelompok ini berada dalam kondisi yang paling besar ketidakpastiannya (Irfan, 2002). Sementara para pengguna internal (para manajemen) memiliki kontak langsung dengan entitas atau perusahaannya dan mengetahui peristiwa-peristiwa penting yang terjadi sehingga tingkat ketergantungannya terhadap informasi akuntansi tidak sebesar para pengguna eksternal.

Agar informasi laporan keuangan dapat bermanfaat bagi pengambilan keputusan, informasi tersebut harus relevan dan reliabel. Relevansi suatu informasi harus dihubungkan dengan dengan maksud penggunaannya. Bila informasi tidak relevan untuk keperluan para pembuat keputusan, informasi yang demikian tidak ada gunanya. Sehubungan dengan tujuan relevansi, seyogyanya dipilih metode-metode pengukuran dan pelaporan akuntansi keuangan yang dapat membantu para pemakai dalam pengambilan berbagai jenis keputusan, salah satunya adalah keputusan investasi saham yang memerlukan penggunaan data akuntansi keuangan. Sementara itu reliabel menunjukkan bahwa informasi keuangan yang disajikan adalah data yang seharusnya (data sesungguhnya/objektif) dan data tersebut bersifat netral tanpa dipengaruhi oleh pihak-pihak tertentu. Tetapi dalam proses penyusunan laporan keuangan yang berbasis akrual ada satu kelemahan yang harus kita sadari yaitu banyaknya perkiraan/estimasi dan taksiran-taksiran, seperti estimasi tentang lamanya umur ekonomis dan taksiran besarnya nilai sisa (nilai residu) aktiva tetap guna menentukan besarnya depresiasi aktiva tetap.

Salah satu laporan keuangan yang penting bagi para pemakai adalah laporan laba rugi. Laba merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja operasional perusahaan. Informasi tentang

laba digunakan untuk mengukur keberhasilan atau kegagalan perusahaan dalam mencapai tujuan operasi yang telah ditetapkan. Baik kreditur dan investor serta pemakai lainnya, laba digunakan untuk mengevaluasi kinerja manajemen, memperkirakan *earnings power*, dan untuk memprediksi laba di masa yang akan datang. Penilaian investor terhadap kondisi dan prospek perusahaan tersebut akan menentukan besarnya dana yang dapat diperoleh perusahaan dari pasar modal.

Dari penjelasan di atas tampak bahwa laporan keuangan khususnya laba menjadi pusat perhatian bagi para pemakai. Meskipun demikian, pelaporan keuangan dapat mengalami kegagalan sebagai mekanisme komunikasi antara manajemen dengan pemilik sumber daya, yaitu investor (Schadewitz dan Blevins, 1997). Kegagalan tersebut disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu: (1) manajer memiliki lebih banyak informasi dibandingkan dengan investor (*information asymmetry*), (2) adanya perbedaan kepentingan antara investor dan manajer, dan (3) peranan akuntansi dan *auditing* yang tidak sempurna (Healy dan Palepu, 1993). Seperti diketahui bahwa manajer setiap hari membutuhkan banyak informasi berkaitan dengan tugas-tugas mereka dalam mengelola perusahaan. Informasi tersebut oleh manajer selanjutnya dianalisis guna pengambilan keputusan sehingga mereka memiliki banyak informasi penting yang tidak setiap orang bisa mendapatkannya. Karena manajer memiliki informasi lebih banyak dibandingkan dengan pihak lain (investor), seringkali mereka memanfaatkan kelebihan informasi tersebut guna mendapatkan keuntungan pribadi dengan cara melakukan praktik-praktik manajemen yang dapat merugikan investor. Manajer akan melakukan kebijakan yang dapat meningkatkan kesejahteraan mereka tanpa memperhatikan kepentingan dari investor, misalnya dengan melakukan kebijakan tidak membagi deviden dengan maksud dana tersebut diinvestasikan kembali karena mereka mengharapkan bonus yang lebih besar di masa datang. Kegagalan mekanisme komunikasi laporan keuangan antara manajer dengan investor dapat juga disebabkan adanya kelemahan dalam akuntansi sendiri, yaitu: banyaknya nilai taksiran, data bersifat historis, dan lain-lain.

Oleh karena manajer lebih banyak memiliki informasi dibandingkan informasi yang dimiliki investor, hal ini mendorong

manajer untuk mendapatkan nilai positif dari pasar, yang selanjutnya menentukan jumlah dana yang dapat diperoleh sehingga dapat menjadi insentif bagi manajer untuk menyusun laporan keuangan yang menarik dengan jalan melakukan manajemen laba. Richardson (1998) membuktikan bahwa semakin tinggi asimetri informasi, maka semakin tinggi manajemen laba.

Untuk mengatasi permasalahan asimetri informasi tersebut, Healy dan Palepu (2001) menyatakan bahwa asimetri informasi dapat dipecahkan melalui beberapa cara, yaitu: 1) manajemen dan investor melakukan kontrak secara optimal, 2) adanya dewan komisaris yang berperan untuk memonitor perilaku manajemen agar sesuai dengan kepentingan pemegang saham, dan 3) adanya informasi efektif yang dihasilkan dari pihak perantara, misalnya analisis keuangan dan lembaga pemeringkat. Beberapa cara untuk memecahkan permasalahan asimetri informasi tersebut dapat memperkecil perbedaan kepentingan antara manajer dengan pemegang saham, tetapi hal ini akan menimbulkan biaya yang disebut *agency cost*. *Agency cost* dari sisi pemegang saham dapat dikurangi dengan cara meningkatkan peran dewan komisaris di perusahaan. Beberapa peneliti juga menunjukkan bahwa dewan komisaris memiliki peran penting dalam mengatasi masalah informasi asimetri antara manajemen dan pemilik/pemegang saham (Forker, 1992; Ho dan Wong, 2000).

Manajemen laba yang dilakukan oleh pihak manajemen menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana penerapan *corporate governance* di perusahaan, terutama peran dari dewan komisaris dan komite audit. Klein (2002) menemukan bahwa ada hubungan negatif antara keberadaan dewan komisaris dan komite audit independen dengan *abnormal accrual*. Efektivitas dewan komisaris dan komite audit akan dapat membatasi aktivitas manajemen laba yang dilakukan oleh pihak manajer (Chtourou *et al.* 2001). Sementara Xie *et al.* (2003) menemukan bahwa dewan komisaris dan komite audit serta pengalaman mereka di bidang keuangan merupakan faktor penting dalam mencegah kecenderungan manajer melakukan manajemen laba. Pearsnell *et al.* (2000) menyatakan bahwa anggota komisaris independen dan komite audit memberikan kontribusi terhadap integritas laporan keuangan. Fama dan Jensen (1983) menyatakan

bahwa dewan komisaris secara luas dipercaya memiliki peran penting dalam *corporate governance*, terutama dalam memonitor manajemen.

Pihak regulator Indonesia, dalam hal ini Badan Pengawas Pasar Modal (Bapepam) dan Bursa Efek Indonesia (BEI), juga berupaya memperbaiki *corporate governance* perusahaan-perusahaan di Indonesia. Hal ini antara lain dituangkan dalam kriteria pengelolaan perusahaan yang baik (*code for good corporate governance*) dan peraturan yang berkaitan dengan tata kelola perusahaan atau *corporate governance*, yaitu Keputusan Direksi PT. Bursa Efek Jakarta Nomor: Kep-315/BEJ/06/2000 butir C mengenai *board governance*. Peraturan tersebut mengatur tentang keberadaan Komisaris Independen, Komite Audit, dan Sekretaris Perusahaan dalam pelaksanaan *good corporate governance*.

Peraturan-peraturan yang dibuat oleh Bapepam dan Bursa Efek Indonesia tentang *corporate governance* tersebut didorong oleh banyaknya skandal yang terjadi di banyak perusahaan karena penyalahgunaan informasi yang merugikan para pemakai laporan keuangan. Banyaknya skandal keuangan yang terjadi di perusahaan-perusahaan publik tersebut telah mengurangi kepercayaan terhadap informasi laporan keuangan. Kasus yang terjadi misalnya di Enron, WorldCom, Tyco, dan Barings Bank serta di Indonesia, seperti PT. Lippo Tbk dan PT. Kimia Farma Tbk juga melibatkan kecurangan pada pelaporan keuangan. Sementara itu, berbagai media masa melaporkan lebih banyak lagi perusahaan-perusahaan non-publik yang melakukan pelanggaran berkaitan dengan laporan keuangan.

Adanya kecurangan laporan keuangan tersebut lebih diperparah lagi dengan terjadinya krisis ekonomi yang terjadi sejak pertengahan tahun 1997 yang dialami oleh negara-negara di Asia Tenggara yang dampaknya terutama dirasakan oleh perusahaan-perusahaan di negara tersebut. Krisis ekonomi yang terjadi menggambarkan lemahnya sektor industri suatu negara. Tingginya konsentrasi kepemilikan saham pada keluarga di suatu kelompok perusahaan dan industri menyebabkan struktur pengelolaan perusahaan menghasilkan keputusan-keputusan yang mendasarkan pada kontrol keluarga (Husnan, 2001). Selanjutnya, kontrol keluarga ini memiliki hubungan politis dengan membolehkan anggota keluarga untuk menikmati hak-hak istimewa tertentu dari

perusahaan. Terjadinya kecurangan laporan keuangan dan krisis ekonomi itu menimbulkan pertanyaan serius bagaimana penerapan *good corporate governance* dalam hal transparansi, pengungkapan informasi, dan peran akuntansi untuk menghasilkan informasi keuangan yang relevan dan dapat dipercaya.

Konsep *Corporate Governance* dan Teori Keagenan

Corporate governance merupakan konsep yang diajukan demi peningkatan kinerja perusahaan, yaitu melalui supervisi atau monitoring kinerja manajemen dan menjamin akuntabilitas manajemen terhadap *stakeholders* dengan mendasarkan pada kerangka peraturan. Konsep *corporate governance* diajukan demi tercapainya pengelolaan perusahaan yang lebih transparan bagi semua pengguna laporan keuangan. Bila konsep ini diterapkan dengan baik, diharapkan pertumbuhan ekonomi akan terus menanjak seiring dengan transparansi pengelolaan perusahaan yang makin baik dan nantinya menguntungkan banyak pihak.

Konsep tentang *corporate governance* ini, menurut Monk dan Minow (1996) baru berkembang beberapa tahun terakhir ini sementara sistem pengembangan dan penerapan praktik-praktik manajemen telah berjalan lebih dari 100 tahun. Sementara itu, Weimer dan Pape (1996) menyatakan bahwa permasalahan-permasalahan *corporate governance* secara nyata telah ada sejak perusahaan didirikan. Permasalahan tersebut timbul karena adanya perbedaan kepentingan antara pemilik dan pihak manajemen yang menimbulkan “permasalahan keagenan” antara pemilik/pemegang saham di satu pihak dan manajer di pihak yang lain. Pemilik (prinsipal) menghendaki agar manajer bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik, yaitu meningkatkan kesejahteraan dari pemilik perusahaan. Sementara itu, manajer ternyata bertindak atas kepentingannya pribadi, yaitu untuk meningkatkan bonus yang mereka peroleh.

Mizruchi (2004) menyatakan bahwa konsep *corporate governance* pertama kali dikembangkan oleh Berle dan Means. Menurut Berle dan Means (1934), perkembangan perusahaan menyebabkan adanya pemisahan antara kepemilikan dan kontrol atas suatu perusahaan

yang modern sehingga memerlukan suatu mekanisme yang dapat menjamin bahwa manajemen akan mengelola perusahaan sesuai dengan kepentingan pemilik. Selanjutnya, Jensen dan Meckling (1976) mengembangkan teori keagenan yang telah diilhami oleh pemikiran Berle dan Means tentang pemisahan kepemilikan dan kontrol atas perusahaan.

Adanya pemisahan kepemilikan oleh prinsipal dengan pengendalian oleh agen dalam sebuah organisasi cenderung menimbulkan konflik keagenan antara prinsipal dan agen. Jensen dan Meckling (1976) mendefinisikan hubungan keagenan sebagai sebuah kontrak antara pemilik (prinsipal) dengan manajer (agen). Pemilik menyewa manajer untuk melakukan beberapa jasa demi kepentingan mereka dengan mendelegasikan beberapa wewenang pembuatan keputusan kepada agen. Permasalahan akan muncul dari pendelegasian tugas yang diberikan kepada agen. Tugas agen adalah memaksimalkan kesejahteraan pemilik, tetapi para agen sendiri mempunyai kepentingan terhadap insentif yang akan diterima. Idealnya, suatu kontrak dapat dilakukan antara manajer dengan pemilik dana yang secara spesifik menyatakan bagaimana manajer seharusnya melakukan tugasnya dan bagaimana keuntungan seharusnya dialokasikan. Namun, dalam praktiknya hal ini sulit diterapkan. Sebagian besar manajer mempunyai kendali yang sangat kuat atas alokasi dana dari investor sehingga seorang manajer akan mengambil suatu proyek yang dapat memberikan keuntungan lebih besar bagi kepentingan dirinya dibandingkan dengan kepentingan investor.

Manajer sebagai pengelola perusahaan, lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemilik (pemegang saham). Oleh karena itu, sebagai pengelola manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik. Sinyal yang diberikan dapat dilakukan melalui pengungkapan informasi akuntansi seperti laporan keuangan. Jensen dan Meckling (1976), dan Watts dan Zimmerman (1986) menyatakan bahwa laporan keuangan yang dibuat dengan angka-angka akuntansi diharapkan dapat meminimalkan konflik diantara pihak-pihak yang berkepentingan. Laporan keuangan yang dilaporkan sebagai pertanggungjawaban kinerja oleh agen dapat digunakan oleh

prinsipal untuk menilai, mengukur, dan mengawasi sampai sejauhmana agen tersebut bekerja untuk meningkatkan kesejahteraannya, serta oleh prinsipal digunakan untuk memberikan kompensasi kepada agen.

Namun, laporan keuangan yang digunakan oleh prinsipal untuk memberikan kompensasi kepada agen dengan harapan dapat mengurangi konflik keagenan tersebut dapat dimanfaatkan oleh agen untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Akuntansi akrual yang dicatat dengan basis akrual (*accrual basis*) merupakan subjek *managerial discretion* karena adanya fleksibilitas yang diberikan oleh GAAP (Standar Akuntansi Keuangan) dengan memberikan peluang kepada manajer untuk memodifikasi laporan keuangan agar dapat menghasilkan laporan laba seperti yang diinginkan oleh manajer atau dikenal dengan manajemen laba.

Manajemen laba adalah manipulasi laba yang dilakukan pihak manajemen untuk mencapai tujuan tertentu. Manipulasi dilakukan agar laba nampak sebagaimana yang diharapkan oleh pihak manajemen. Manipulasi juga dilakukan agar investor tetap tertarik dengan perusahaan tersebut. Menurut Schipper (1989) manajemen laba adalah sebagai suatu intervensi dengan maksud tertentu terhadap proses pelaporan keuangan eksternal dengan sengaja memperoleh beberapa keuntungan pribadi. Fischer dan Rosenzweig (1995) mendefinisikan manajemen laba sebagai tindakan seorang manajer dengan menyajikan laporan yang menaikkan (menurunkan) laba periode berjalan dari unit usaha yang menjadi tanggung jawabnya, tanpa menimbulkan kenaikan (penurunan) profitabilitas ekonomi unit tersebut dalam jangka panjang. Sementara Healy dan Wahlen (1998) menyatakan bahwa manajemen laba terjadi ketika manajer menggunakan *judgement* dalam pelaporan keuangan dan penyusunan transaksi untuk merubah laporan keuangan sehingga menyesatkan *stakeholders* tentang kinerja ekonomi perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil yang berhubungan dengan kontrak yang bergantung pada angka akuntansi yang dilaporkan. Manajemen laba merupakan pemilihan kebijakan akuntansi untuk mencapai tujuan khusus (Scott, 2000; 351). Dari definisi tersebut manajemen laba dapat dipandang sebagai upaya manajer untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan pribadi tertentu. Untuk menekan manajemen laba yang

dilakukan oleh manajer tersebut maka perusahaan perlu menerapkan *good corporate governance*.

Pentingnya *Corporate Governance* terhadap Kinerja Perusahaan

Corporate governance biasanya mengacu pada sekumpulan mekanisme yang memengaruhi keputusan yang akan diambil oleh manajer ketika ada pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian. Beberapa dari pengendalian ini terletak pada fungsi dari dewan direksi, pemegang saham institusional, dan pengendalian dari mekanisme pasar (Larcker *et al.*, 2005). Sukses atau tidaknya suatu perusahaan, akan sangat ditentukan oleh keputusan atau strategi yang diambil oleh perusahaan tersebut. Dalam hal ini, dewan (dewan direksi dan dewan komisaris) memegang peranan yang sangat signifikan bahkan peran yang utama dalam penentuan strategi perusahaan. Indonesia merupakan negara yang menggunakan konsep *two tier*, yaitu dewan terdiri atas dewan direksi dan dewan komisaris. Sementara itu istilah dewan di Amerika lebih mengacu pada fungsi dari dewan komisaris (konsep *one tier*).

Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI) mendefinisikan *corporate governance*, yaitu seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka. Cadbury (1996) mendefinisikan *corporate governance* sebagai suatu sistem untuk mengelola dan mengontrol perusahaan. Shleifer dan Vishny (1997) menyatakan *corporate governance* merupakan cara atau mekanisme yang digunakan untuk meyakinkan para pemilik modal bahwa investasi yang ditanamkan memperoleh imbal hasil yang sesuai.

Definisi yang lebih luas tentang *corporate governance* dikemukakan oleh Lannoo (1995) yang menunjukkan sebagai suatu keseluruhan sistem tentang hak, proses, dan kontrol yang digunakan secara internal dan eksternal oleh entitas bisnis dengan tujuan melindungi kepentingan *stakeholders*. Kepentingan para pemegang

saham hanya dapat dilindungi dalam jangka panjang bila perhatiannya juga dicurahkan terhadap kepentingan *stakeholders* yang lain (Bain dan Band, 1996).

Menurut Surat Edaran Menteri Negara Pasar Modal dan Pengawas BUMN No. S.106/M.PM P.BUMN/2000. *Good corporate governance* adalah segala hal yang berkaitan dengan pengambilan keputusan yang efektif yang bersumber dari budaya perusahaan, etika, sistem, proses bisnis, kebijakan, dan struktur organisasi perusahaan yang bertujuan untuk mendorong dan mendukung adanya pengembangan perusahaan, pengelolaan sumber daya dan risiko secara lebih efisien dan efektif, serta pertanggungjawaban perusahaan kepada pemegang saham dan *stakeholders* lainnya.

Oman (2001) memperjelas bahwa *corporate governance* berkaitan dengan institusi publik atau privat termasuk hukum, regulasi, dan praktik-praktik bisnis yang bersama-sama mengatur hubungan antara manajer perusahaan di satu pihak dengan pihak lain yang melakukan investasi sumber daya (investor, kreditur, karyawan, dan pemilik sumber kekayaan lainnya yang berwujud maupun tidak). Secara khusus, Oman (2001) menjelaskan klasifikasi institusi *corporate governance*, yaitu: pembuatan undang-undang yang mengatur tentang pemilikan perusahaan oleh individu, pembuatan undang-undang mengenai penerbitan dan perdagangan sekuritas, lembaga pemerintah yang mengontrol dan mengawasi ketaatan perusahaan terhadap peraturan sekuritas, pasar modal, asosiasi profesional, asosiasi bisnis, dan pihak-pihak lain baik privat maupun publik yang mengawasi perusahaan dan pelaku pasar modal (misalnya agen pemeringkat, media keuangan).

Corporate governance menurut Monk dan Minow (1996) menunjukkan hubungan di antara berbagai partisipan dalam menentukan arah dan kinerja perusahaan. Semula *corporate governance* dipahami sebagai hubungan antara para pemegang saham, dewan komisaris, dan manajemen namun dalam perkembangannya beberapa kelompok yang lain juga memiliki kepentingan dengan perusahaan sehingga tujuan dari *corporate governance* adalah untuk menjamin adanya keseimbangan dari seluruh kepentingan tersebut. Monk dan Minow (1996) menyatakan bahwa tujuan dari *corporate governance* adalah untuk menemukan cara guna memaksimalkan pembuatan

kekayaan setiap saat, artinya tidak membebankan biaya-biaya yang tidak semestinya terhadap pihak ketiga atau masyarakat secara keseluruhan. Aspek penting dari *corporate governance* mencakup: pengelolaan, kebijakan, dan supervisi. Cadbury (1996) menyatakan bahwa *corporate governance* merupakan suatu sistem untuk mengelola dan mengontrol perusahaan. Sebagai suatu sistem *corporate governance* memerlukan berbagai komponen, yaitu: hukum-hukum tentang perusahaan (*company laws*), hukum-hukum tentang surat berharga (*security laws*), aturan-aturan perdagangan (*listing rules*), standar akuntansi (*accounting standard*), hukum-hukum kebangkrutan dan kepailitan (*bankruptcy and insolvency laws*), hukum-hukum persaingan atau *anti trust* (*competition or anti-trust laws*), kasus-kasus pengadilan yang penting (*important of court*) misalnya tentang permasalahan ganti rugi (*judicial redress*), institusi pasar dan praktiknya (*market institution and practices*), petunjuk tentang pengelolaan perusahaan yang baik (*codes of good governance*), mekanisme yang dapat mengarahkan pada keinginan dari pemegang saham minoritas (*mechanisme for addressing investor/minority shareholder expectation*) (Lukviarman, 2004).

Manajer dalam mengelola perusahaan perlu memperhatikan tentang prinsip-prinsip dasar *corporate governance*. Prinsip-prinsip dasar tersebut yang pertama adalah *disclosure* (keterbukaan), karena keterbukaan merupakan basis utama kepercayaan publik dalam sistem perusahaan. Perusahaan yang menganut prinsip keterbukaan ini akan memberikan banyak informasi yang dibutuhkan oleh pemakai sehingga mereka dapat melakukan analisis terhadap informasi tersebut guna pengambilan keputusan. Prinsip dasar *corporate governance* kedua adalah *checks* dan *balance*, yaitu adanya pengawasan yang seimbang di antara pihak-pihak yang terlibat di dalam perusahaan sehingga dapat menjaga terhadap konsentrasi kekuasaan yang tidak semestinya. Konsentrasi kekuasaan yang besar hanya kepada satu pihak tertentu akan menyebabkan distribusi kekayaan yang dinikmati tidak dapat merata. Prinsip ini sebagaimana dikemukakan oleh *Organization for Economic Cooperation and Development/OECD* (1999) mencakup prinsip-prinsip berikut ini.

1. Keadilan (*Fairness*). Menjamin perlindungan hak-hak para pemegang saham, termasuk hak-hak pemegang saham minoritas

dan para pemegang saham asing, serta menjamin terlaksananya komitmen dengan para investor.

2. Keterbukaan (*Transparency*). Mewajibkan adanya suatu informasi yang terbuka, tepat waktu, serta jelas, dan dapat diperbandingkan yang menyangkut keadaan keuangan, pengelolaan perusahaan, dan kepemilikan perusahaan.
3. Akuntabilitas (*Accountability*). Menjelaskan peran dan tanggung jawab, serta mendukung usaha untuk menjamin penyeimbangan kepentingan manajemen dan pemegang saham, sebagaimana yang diawasi oleh dewan komisaris.
4. Pertanggungjawaban (*Responsibility*). Memastikan dipatuhinya peraturan serta ketentuan yang berlaku sebagai cerminan dipatuhinya nilai-nilai sosial.

Prinsip *corporate governance* ini menekankan pada aspek-aspek perlindungan hak-hak pemegang saham, perlakuan adil terhadap seluruh pemegang saham, peranan *stakeholders* dalam *corporate governance*, penjelasan dan transparansi, dan peranan dewan komisaris (*board of directors*) dalam perusahaan.

Corporate governance sebagai suatu sistem memiliki arti penting bagi perusahaan. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Monk dan Minow (1996) bahwa prioritas nasional dari suatu negara sebaiknya melakukan kebijakan yang dapat mendorong peningkatan daya saing terhadap perusahaan dari luar negeri dan bahwa syarat utama untuk dapat meningkatkan daya saing tersebut adalah dengan menerapkan sistem pengelolaan (*governance system*) perusahaan yang efektif. Bain dan Band (1996) memiliki pendapat yang sama bahwa perusahaan yang memiliki sikap profesional dan positif dalam pengelolaan adalah perusahaan yang kuat dan memiliki rekor kinerja yang lebih tinggi. The Toronto Stock Exchange (1994) yang dikutip oleh Van den Berge dan De Ridder (1996) menduga ada hubungan langsung maupun tidak langsung antara kinerja perusahaan dengan *good governance* dan menyatakan bahwa kinerja perusahaan seharusnya meningkat dengan digunakannya pendekatan yang lebih baik dalam *corporate governance* dan peningkatan kinerja tersebut bukan hanya diakibatkan oleh pendekatan dalam *corporate governance* yang lebih baik namun

juga sebagai akibat dari persepsi publik terhadap pendekatan yang digunakan.

Utama (2003) prinsip-prinsip *corporate governance* yang diterapkan memberikan manfaat di antaranya: (1) meminimumkan *agency costs* dengan mengontrol konflik kepentingan yang mungkin terjadi antara prinsipal dengan agen; (2) meminimumkan *cost of capital* dengan menciptakan sinyal positif kepada para penyedia modal; (3) meningkatkan citra perusahaan; (4) meningkatkan nilai perusahaan yang dapat dilihat dari *cost of capital* yang rendah, dan (5) peningkatan kinerja keuangan dan persepsi *stakeholder* terhadap masa depan perusahaan yang lebih baik.

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa *corporate governance* adalah seluruh mekanisme yang digunakan untuk mengatur hubungan antara pihak-pihak di luar perusahaan (pemegang saham, kreditur, karyawan, dan pihak lainnya) dengan pihak manajemen perusahaan agar perusahaan dapat dikelola dengan efektif dan efisien. *Corporate governance* yang baik pada akhirnya akan dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Bukti Empiris Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan

Beberapa penelitian menunjukkan adanya pengaruh praktik *corporate governance* terhadap nilai perusahaan. La Porta *et al.* (2002) dengan menggunakan data perusahaan dari 27 negara yang maju, penelitian tersebut mengevaluasi pengaruh perlindungan investor dan kepemilikan dalam pengendalian pemegang saham terhadap nilai perusahaan. Hukum-hukum dari setiap negara asal dan indeks dari aturan-aturan hukum digunakan sebagai indikator perlindungan bagi pemegang saham. Sampel terdiri atas 539 perusahaan termasuk 20 perusahaan dengan kapitalisasi pasar terbesar. Konsisten dengan hipotesis bahwa perlindungan pemegang saham (investor) yang baik secara empiris berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Bris dan Cabolis (2003) melakukan penelitian tentang perlindungan investor dengan menggunakan perusahaan-perusahaan yang melakukan merger karena perusahaan-perusahaan yang menjadi

target biasanya akan mengimpor sistem *corporate governance* dari perusahaan induknya. Penelitian tersebut menggunakan sampel sebanyak 9.277 perusahaan dari berbagai negara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q meningkat ketika perusahaan target dibeli oleh perusahaan asing yang memiliki *corporate governance* baik.

Klapper dan Love (2002) menemukan adanya hubungan positif antara *corporate governance* dengan kinerja perusahaan yang diukur dengan *return on assets* (ROA) dan Tobin's Q. Penemuan penting lainnya adalah bahwa penerapan *corporate governance* di tingkat perusahaan lebih memiliki arti dalam negara berkembang dibandingkan negara maju. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan *corporate governance* yang baik akan memperoleh manfaat yang lebih besar di negara-negara yang lingkungan hukumnya buruk.

Johnson *et al.* (2000) menggunakan variabel *corporate governance* yang terdiri atas *judicial efficiency, corruption, rule of law, enforceable minority shareholder rights, antidirector rights, creditors rights, dan accounting standards*. Penelitian mereka menggunakan sampel sebanyak 25 negara yang sedang berkembang pasar modalnya, termasuk Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel *corporate governance* lebih bisa menjelaskan variasi dari perubahan nilai tukar mata uang dan kinerja pasar modal dibandingkan dengan variabel-variabel ekonomi makro.

Di Indonesia, penelitian tentang variabel *corporate governance* yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan antara lain dilakukan oleh Suranta dan Machfoedz (2003), mereka menguji pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, ukuran dewan direksi, dan kepemilikan saham oleh insider (kepemilikan oleh komisaris dan dewan direksi) terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan Tobin's Q. Dengan menggunakan analisis regresi 2SLS dan 3 SLS, hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan ukuran dewan direksi memengaruhi nilai perusahaan.

Darmawati *et al.* (2004) melakukan penelitian untuk menguji pengaruh variabel *corporate governance* dengan kinerja perusahaan. Variabel *corporate governance* diukur dengan menggunakan instrumen

yang dikembangkan oleh IICG, yang mencakup tujuh komponen, yaitu: 1) komitmen terhadap *corporate governance*, 2) hak pemegang saham, 3) tata kelola dewan komisaris, 4) komite-komite fungsional, 5) direksi, 6) transparansi, dan 7) hubungan dengan *stakeholders*. Sampel yang digunakan adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2001 dan 2002, yang masuk dalam pemeringkatan penerapan *corporate governance* yang dilakukan oleh *The Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *corporate governance* memengaruhi kinerja operasi perusahaan yang diukur dengan *return on equity* (ROE).

Sudarma (2006) meneliti pengaruh struktur kepemilikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian mengambil sampel sebanyak 73 perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Hasil analisis data yang menggunakan *structural equation model* (SEM) menunjukkan bahwa variabel struktur kepemilikan berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin berkurangnya komposisi kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial serta meningkatnya komposisi kepemilikan publik akan berpengaruh naiknya nilai perusahaan. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa perusahaan industri di BEI perlu memperbesar kepemilikan saham publik yang dipegang oleh masyarakat sehingga kepemilikan saham lebih menyebar dan tidak terkonsentrasi pada keluarga tertentu sebagai pemegang saham mayoritas.

Achyani *et al* (2015) meneliti pengaruh praktik *corporate governance* terhadap nilai perusahaan dengan dimediasi manajemen laba. Penelitian tersebut menggunakan data pooling 83 sampel perusahaan di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa independensi dan aktivitas komite audit berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa manajemen laba memediasi hubungan antara praktik *corporate governance* dengan nilai perusahaan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa komite audit sebagai variabel *corporate governance* dapat meningkatkan nilai perusahaan ketika mereka dapat mendeteksi manajemen laba yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan.

Kesimpulan

Good corporate governance sebagai sebuah konsep dalam pengelolaan perusahaan memiliki pengaruh yang penting untuk mencapai peningkatan kinerja perusahaan. Dengan berkembangnya perusahaan maka akan ada pemisahan kepemilikan dan kontrol atas perusahaan yang modern sehingga memerlukan suatu mekanisme yang dapat menjamin bahwa manajemen akan mengelola perusahaan sesuai dengan kepentingan pemilik. Mekanisme tersebut menekankan pada peran monitoring secara efektif yang dilakukan oleh dewan komisaris serta tegaknya aturan-aturan yang dapat melindungi para *stakeholder*. Untuk dapat menjalankan pengelolaan perusahaan secara efektif maka perlu menerapkan prinsip-prinsip *good corporate governance* yang mencakup transparansi, keadilan, akuntabilitas, dan pertanggungjawaban. Beberapa bukti empiris menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang telah menerapkan *corporate governance* dengan baik dapat meningkatkan kinerja perusahaan baik kinerja keuangan maupun kinerja pasar yang tercermin dari peningkatan harga saham.

Daftar Pustaka

- Achyani, Fatchan., Triyono dan Wahyono. 2015. Pengaruh Praktik *Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Intervening. LPPM UMS
- Bain, N dan D. Band. 1996. *Winning Ways Through Corporate Governance*. Mac Millian Press Ltd.
- Berle, A. A. Dan Means, G. C. 1934. *The Modern Corporation and Privat Property*, Originally Publiised in 1932. New editiond-second printing 1997, Transaction Publisher, New Jersey.
- Bris, A., dan C. Cabolis. 2003. Corporate Governance Convergence by Contract: Evidence from Cross-Border Mergers. <http://papers.ssrn.com>
- Cadbury Committe. 1992. *Report of The Committe on The Financial Aspects of Corporate Governance*. London: Gee

- Chtourou, S. M., J. Bedard dan L. Courteau. 2001. Corporate Governance and Earnings Management. *Working Paper*. <http://papers.ssrn.com/>
- Darmawati, D., Khomsiyah dan R. G. Rahayu. 2004. Hubungan *Corporate Governance* dan Kinerja Perusahaan. *Makalah dipresentasikan pada Simposium Nasional Akuntansi ke VII di Denpasar*.
- Fischer, M. dan K. Rozenzweig. 1995. Attitude of Student Practitioners Concerning The Ethical Acceptability of Earnings Management. *Journal of Business Ethic*, 14, 433-444
- Forker, J. J. 1992. Corporate Governance and Disclosure Quality. *Accounting and Business research*, Spring: 111-124.
- Healy, P. M dan K. G. Pelepu. 1993. The of Firms Financial Strategies on Stock Prices. *Accounting Horizons*, March, 7 (1), 1-11.
- _____ 2001. Information Asymmetry, Corporate Disclosure, and The Capital Market: A Review of The Empirical Disclosure Literature. *Journal of Accounting and Economics*, 31, 405-440.
- Healy, P. M dan J. M. Wahlen. 1999. Commentary: A Review of The Earnings Management Literature and Its Implications for Standard Setting. *Accounting Horizons*, 13, 365-383.
- Ho, S. dan K. S. Wong. 2000. A Study of The Relationship Between Corporate Governance Structure and The Extent of Voluntary Disclosure. *Working paper*.
- Husnan, S. 2001. "Indonesia" dalam J. Zhuang, D. Edward, M. V. Capulang (Eds.) *Corporate Governance and Finance in East Asia: Study of Indonesia, Republic of Korea, Malaysia, Philippines, and Thailand*. Asian Development Bank, Vol 2.
- Irfan, A. 2002. *Pelaporan Keuangan dan Asimetri Informasi dalam Hubungan Agensi*. Lintasan Ekonomi, Vol. XIX. No.2 Juli 2002.
- Jensen, M. C. Dan W. H. Meckling. 1976. Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 82-136.

- Johnson, S., P. Boone., A. Breach dan E. Friedman. 2000. Corporate Governance in Asean Crisis. *Journal of Financial Economics*, 58, 141-186.
- Klapper, L. F and I. Love. 2002. Corporate Governance, Investor Protection, and Performance in Emerging Markets. *World Bank Paper*. <http://paper.ssrn.com>.
- Klein, A. 2002. Audit Committe, Board of Director Characteristics and Earnings Management. *Journal of Accounting and Economics*, 33, 375-400.
- La Porta, R., F. L. De Silanes., A. Shleifer dan R. Vishny. 2002. Investor Protection and Corporate Valuation. *The Journal of Finance*.
- Lannoo, K. 1995. Corporate Governance in Europe. *Centre for European Policy Studies*. CEPS Working Party Report.
- Lukviarman, N. 2004. *Kendala Penerapan Good Corporate Governance di Indonesia*, Makalah dipresentasikan pada seminar sehari STIE Dharma Andalas, Padang.
- Mizruchi, M. S. 2004. Berle and Means Revisited: The Governance and Power of Large U.S. Corporations. *Working Paper*, University of Michigan.
- Monks, R. A dan Minow, N. 1996. *Corporate Governance*. Blackwell Business.
- Oman, C. P. 2001. *Corporate Governance and National Development*, Technical Paper No. 180, OECD Development Centre.
- Peasnell, K. V., P. F. Pope dan S. Young. 2000. Detecting Earnings Management Using Cross Sectional Normal Accruals Model. *Accounting and Business Research*, Vol 30, 4, 313-326.
- Richardson, V. J. 1998. Information Asymetry and Earnings Management: Some Evidence. *Working Paper*, University of Kansas: 1-38.
- Schadewitz, H. J dan D. R. Blevins. 1997. From Disclosure Indices to Business Communication: A Review of The Transformation. *A*

Journal of Applied Topics in Business & Economics, www.wesga.edu/bquest/.

- Schipper, K. 1989. Comentary on Earning Management. *Accounting Horison*, 3, 91-102
- Scott, W. R. 2000. *Financial Accounting Theory*. Canada, Practice Hall, 2rd Edition.
- Shleifer, A dan R. W. Vishny. 1997. A Survey of Corporate Governance. *Journal of Finance*, 52, 737-783.
- Sudarma, M. 2006. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Faktor Intern dan Faktor Ekstern Terhadap Struktur Modal dan Nilai Perusahaan: Studi Pada Industri Yang Go Public Di Bursa Efek Jakarta. *Makalah dipresentasikan pada Konsorsium Akuntansi ke 2*, UNIBRAW, Malang.
- Suranta, E dan M. Machfoedz. 2003. Analisis Struktur Kepemilikan, Nilai Perusahaan, Investasi dan Ukuran Dewan Direksi. *Makalah dipresentasikan pada Simposium Nasional Akuntansi ke VI*, Surabaya.
- Utama, S. 2003. *Corporate Governance, Disclosure and Its Evidence In Indonesia*. Usahawan no. 04 th XXXII. Hlm. 28-32
- Van den Berghe, L. dan L. De Ridder. 1999. *International Standardisation of Good Corporate Governance: Best Practice for The Board of Directors*. Kluwer Academic Publishers.
- Watt, R. L. dan J. L. Zimmerman. 1986. *Positive Accounting Theory*. New York, Practice Hall.
- Weimer, J dan J. Pape. 1996. Corporate Governance en Ondernemingsdolen. *Nijenrode Management Review*, 1, 59-67.
- Xie, B., W. N. Davidson dan P. J. Dadalt. 2003. Earning Management and Corporate Governance: The Role of The Board and The Audit Committee. *Journal of Corporate Finance*, 9, 295-316.

MEMBANGUN EKONOMI YANG MENCERAHKAN

Keadilan ekonomi merupakan prasyarat untuk mengatasi kesenjangan kesejahteraan di Indonesia. Keadilan ekonomi dalam pemikiran Muhammadiyah adalah keadilan ekonomi yang mencerahkan artinya bukan keadilan distributive berdasarkan azas pemerataan, melainkan keadilan berazaskan kemandirian. Secara riil penerapan dalam kebijakan ekonomi adalah bagi kelompok masyarakat fakir adalah pemberian jaminan sosial karena kelompok ini adalah kelompok yang tidak mampu menolong dirinya sendiri (anak yatim, kelompok masyarakat berkebutuhan khusus dan manula). Mereka ini menjadi sasaran bagi semua program penjaminan sosial yang diatur oleh pemerintah dan kelompok masyarakat.

Keadilan ekonomi bagi kelompok miskin adalah kebijakan yang bersifat memberdayakan kemampuan mereka untuk mandiri dengan memberikan akses pada sumber daya ekonomi sehingga pada saatnya mereka mampu membangun kemandirian. Dalam kerangka kebijakan ekonomi yang lebih besar, hal ini juga berarti keberpihakan pada kekuatan-kekuatan ekonomi lokal agar mereka mampu menguasai rantai nilai industri yang bernilai ekonomi tinggi.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah bentuk nyata dari keberpihakan pada kekuatan ekonomi lokal untuk mencapai kemandirian.



ISBN: 978-602-361-201-7

