

# Menggagas Efektivitas Manajemen Khas Indonesia dalam Konteks Globalisasi

*Supardi*

*Globalization performs as a new form of imperialism. Every single entities, such as bussiness, military, government, and education, are challanged. In order to maintain their effectiveness, they have to be adjusted based on the trend of globalization. In bussinees, as the main topic of this essay, will suffer multiple pressure, first, global market consequences, second, local politics and culture and third, internal condition of enterprises. Therefore, in responding such pressure, "blance solution" is absolutely needed. In magerial skills, this solution is made through creating combination between culktural skill and managerial skill. Here, the discussion on "Indonesian Management Model" is absolutely relevant.*

**M**anajemen dalam arti fungsi manajemen (perencanaan, pengawasan, dstnya) merupakan software yang paling mudah diimpor, tetapi kearifan "*Cultural-Skill*" akan selalu berhadapan dengan budaya lokal. Jepang, meniru Amerika dan akhirnya mengalahkannya tanpa harus menjadikan Jepang foto copy Amerika. Cina menempuh jalan berliku dan akhirnya dominan di Asia, juga tetap berbasiskan kultur dasar kecinaannya sebagaimana akan diuraikan lebih lanjut nanti. Apa yang paling dominan di situ? Yaitu *spirit* dan *kearifan* lokal yang dibawa (diolah) terus menerus untuk mencapai kemenangan global.

Spirit Orde Baru sebenarnya merupakan contoh sukses dari operasi "skill manajerial" berbasis kultur ala Soeharto dalam menundukkan lokalitas Indonesia yang berwatak patrimonial, yakni melalui perekayasa cerdas berupa pelembagaan "kepatronan ABRI-Golkar" dan membonsai parpol yang sudah sedikit dengan paksaan

asas Tunggal Pancasila. Inilah yang memudahkan Soeharto mengelola kemungkinan multi konflik rakyatnya. Sayangnya, cacat utama Orba adalah tidak menggunakan "hasil" pembonsaian itu untuk kemenangan bangsa vis avis menghadapi "imperialisme baru" yang bernama globalisasi, tetapi untuk pemupukan kekayaan pribadi dan kroninya.

## **Relevansi Isu MKI Menghadapi Globalisasi**

Setiap bangsa membutuhkan pertumbuhan ekonomi yang tinggi supaya dia bisa membagi *kue* secara layak kepada rakyatnya. Sementara itu sumber daya sangat terbatas, maka hanya bangsa yang kreatif, inovatif dan stabil saja yang bisa memenangi perebutan sumberdaya yang terbatas tadi, yaitu melalui perjuangan bersama dalam berbagai wadah organisasi, baik organisasi bisnis lokal maupun global, birokrasi negara, BUMN maupun partai

politik. Mulailah di situ yang terjadi adalah pertempuran organisasi-organisasi.

Dari sekarang, setiap organisasi harus berorientasi pada *people*, bukan pada raja atau majikan. Gaya manajemen ini mampu menggerakkan orang-orang agar produktif, kreatif, inovatif secara berkesinambungan. (Petter Drucker, 2002). Atau seperti Jonh Naisbitt (1990) mengatakan: *People first, technology second*.

Sementara ketrampilan untuk mengoperasikan manusia sebagai *people centered* merupakan tugas berat tersendiri (sebagian disebabkan oleh hambatan yang datang dari kultur dasar bangsa Indonesia yang terkonsentrasi pada orientasi atasan), dan ilmunya pun relatif masih jarang yang menguasai, sementara itu aspek pilihan industrialisasinya itu sendiri juga menyodorkan berbagai persoalan khas masyarakat industrial. Mekanisasi, *robotik* dan *super spesialisasi* yang tak terelakkan dalam industrialisasi tinggi menimbulkan alienasi (keterasingan) antar karyawan, ujung-ujungnya adalah perbenturan *culture* karena, dimana sebagian besar SDM masih lebih menyukai suasana kerja yang *guyub* dan *paternalistic*.

Sementara itu *Ekonomi Industri (EI)* itu sendiri bersifat sistemik, antara: *teknologi, manajemen* dan *pengelolaan sumberdaya* menjadi satu kesatuan yang harus dikawal oleh efisiensi dan efektivitas dan kemudian berakhir di titik yang sama, yaitu: kualitas. Peranan teknologi mesin akan sangat menonjol. Spesifikasi mesin dan hasil kerjanya sangat berpresisi tinggi, seperti: kecepatan, bentuk, campuran, temperatur, tekanan dsbnya serba rinci dan pasti. Presisisme ini berimplikasi pada munculnya kebutuhan akan SDM yang mampu: *berpikir* sistemik, berdisiplin tinggi dan bekerja rapih. Ini tentu bertentangan dengan sebagian

besar SDM agraris yang ritme kerjanya santai.

Bagi Indonesia, tuntutan itu harus berujung pada peningkatan "pemerataan" secara seimbang pada kesejahteraan sosial. Karena memang inilah inti tesis negara Pancasila dan UUD 45, yaitu negara kesejahteraan sosial yang serasi dan seimbang.

Sebaliknya, dalam struktur masyarakat industrial modern, peran kekuasaan diganti oleh tertib social (*social order*) yang dilandasi oleh keseimbangan hubungan sosial, antara lain didorong oleh semakin meratanya pertumbuhan dan penyebaran sumber kekuasaan (Neil Smelser, 1986). Masyarakat tumbuh menjadi jaringan masyarakat ilmu pengetahuan (Petter Drucker, 2001). Dalam format baru ini, sistem komunikasi karyawan, yang semula sentralistik, searah bergeser ke arah jaringan komunikasi multi polar, demokratis dan interaktif. Di situ muncul keperluan akan adanya jenis pemimpin baru, yaitu kepemimpinan transformasional (*transformational leadership*) yang mampu membimbing timnya bekerja dalam visi, inovasi berkelanjutan dan kegairahan untuk belajar tanpa harus melap-lap keunggulan masa lalu. (Andre hardjana, 1997).

Benturan budaya mulai terjadi, antara apakah harus memilih profesionalitas dengan resiko konflik tinggi, atau memilih kompromi dengan lokalitas secara apa adanya dengan resiko tertahannya pengembangan budaya perusahaan baru yang sangat dibutuhkan untuk memenangkan persaingan. Jalan kombinasi pasti selalu ada, tetapi memang yang dibutuhkan adalah kreativitas tipe kepemimpinan transisional tadi.

Di sini mulai terlihat, kebutuhan yang diperlukan tidak hanya berhenti pada

kebutuhan banyaknya manajer dengan skill manajerial tinggi saja (karena semua itu menjadi tak berarti manakala rekrutmen SDMnya gagal mendapatkan bahan yang baik), tetapi juga kemampuan untuk memahami lokalitas budaya, termasuk pula kemampuannya untuk memanipulasi lokalitas budaya ini agar mendukung instrumen-instrumen modern yang ada.

### Efek Budaya dalam Operasi Manajemen

Ada 2 hal yang akan selalu menyulitkan orang asing yang bekerja di Indonesia, yaitu: *Pertama*, adanya Budaya yang sangat berbeda dengan *budaya diri (individualitas)*, kebanyakan karyawan level bawah enggan mencapai hasil yang beda dengan teman-temannya, menunjukkan *performance* unggul bisa dimaki sebagai: *Mbagusi*, dan itu bisa menjadi *disinsentif* yang lebih mahal ketimbang upah yang akan diterima dari perusahaan karena dia berprestasi lebih, ini berarti perasaan "diterima teman" lebih berharga dibanding manfaat lebih yang bakal diterima perusahaan karena prestasinya, (2) kebanyakan ekspert mengalami benturan komunikasi dengan pihak Indonesia, karena perbedaan nilai tadi, itulah sebabnya perusahaan dengan teknologi tinggi lebih mudah berjalan, ketimbang "industri jasa" dimana faktor "hubungan pribadi" lebih menentukan.

Donald P Ronahan, yang mengelola Asuransi Jiwa *Dharmala Manulife* mengatakan bahwa pekerja Indonesia, seperti orang Mexico, juga menyukai kehidupan keluarga yang baik, dan di atas segalanya, "Kebutuhan keluarga menentukan kesediaan bekerja," dan bila kebutuhan terpenuhi, mementingkan hidup kekeluargaan. Karena itu, pekerja menuntut suasana kantor yang "home", hubungan

pribadi (dan bukan angka-angka target perusahaan) sebagai pendorong utama yang menggerakkan loyalitas melebihi segalanya, karena itu loyalitas lebih mudah dibangun dengan isu hubungan-hubungan personal ini, juga perhatian pribadi oleh atas kepada bawahan daripada oleh rapat-rapat kuantitatif. Sementara manajemen modern yang lahir dari kultur barat, umumnya "hatinya" lebih digerakkan oleh presentasi-presentasi teknis-kuantitatif, kadang dengan angka-angka yang menurut logika orang timur dibilang *jumowo*, karena *mendahului kersaning Allah*.

### MKI dan Restorasi Meiji ala Indonesia

Bom atom yang dijatuhkan Amerika di Jepang, bukannya menghancurkan, tapi malah membuktikan bahwa Jepang lebih unggul dari Amerika. Dua bukti tak terbantahkan yang mendukung statemen ini, pertama adalah keluarnya "PP Proteksionis" pemerintrah AS menyusul munculnya "kepanikan" Amerika menghadapi "booming" mobil Jepang di Amerika, bahkan juga Eropa Barat.

*Kedua*, kasus jatuhnya raksasa bisnis AS *General Motors* yang kemudian disusul dengan menjual salah satu pabrik mobilnya yang merugi terus di Fairmont kepada Toyota. Pabrik ini defisit terus dan menghadapi tekanan buruh yang berat. Anehnya, ketika di tangan Jepang, para bekas karyawan General Motors yang semula dipecat dan "dipakai kembali" oleh Toyota ini ternyata bisa berprestasi.

Mengenai yang kedua, dengan aturan proteksionisnya, Amerika ingin agar mobil Jepang yang masuk ke Amerika dibatasi paling banyak 2,3 juta unit pertahun, paling tidak sampai 1983 saja. Alasannya, supaya produsen lokal AS mempersiapkan diri. Tapi

sampai tahun 1987, "pembatasan sukarela" yang dikenal sebagai "*voluntary export restraints*" itu terus saja berlangsung, tekanan angka pembatasnya juga semakin besar. Sekarang, tidak hanya mobil, hampir semua barang elektronika: tape, kamera, juga arloji yang semula dimonopoli Swiss bergeser ke tangan Jepang. Organ, keyboard Jepang, khususnya merk Yamaha juga menguasai daratan Amerika-Eropa. Di balik sukses barang-barang tadi, harus disebut juga sukses para "penjualnya" yaitu berbagai *Trading House* yang di Jepang disebut *Sogo Shosha*, seperti: Mitsubishi, Mitsui, Marubeni hampir bisa ditemukan di berbagai sudut dunia.

Padahal tahun 1950-an, produk Jepang itu citranya masih seperti produk-produk China yang masuk ke Indonesia sekarang ini, murah, mutu rendah dan tidak bergengsi. Hanya dalam waktu 20 tahun saja (1970-an), industri modern Jepang mampu sejajar dengan Amerika-Eropa Barat. Padahal Amerika-Eropa Barat baru mencapai tingkat keunggulannya yang ada sekarang ini hampir membutuhkan waktu 150 tahun lamanya.

Apa sebenarnya yang membuat Jepang Unggul? Jawabnya adalah: *pengelolaan manusia*, lebih tepat lagi, usaha pengelolaan manusia yang disesuaikan dengan karakter manusia yang akan dikelola. Dan bukan aturan-aturan. Jika selama ini orang sering bilang "kolektifisme" sering membunuh kreasi orang-orang, Jepang membuktikan sebaliknya bahwa justru kolektifisme itulah yang mendorong munculnya prestasi-prestasi individu. Langkah Jepang yang dilakukan sejak restorasi Meiji ini, telah mengalihkan peranan kelompok (dari keluarga) ke tempat kerja. Keluarga masih penting, namun "aktualisasi" penuh setiap individu adalah di kelompoknya, dan di perusahaan-perusahaan.

Egalitarian (demokratis, sama tinggi) juga menjadi ciri pekerja Jepang. Senior, dihormati dari kemampuannya mendorong dan memberi solusi serta mengefektifkan kelompok, sekali pun dia bergelar Doktor, pakaian seragam juga sama. Ketika dalam kerja, orientasi munculnya inovasi menjadi ukuran utama, bukan feodalisasi gelar akademik yang dibesar-besarkan. Performance karyawan, benar-benar diukur berdasarkan inovasinya dalam konteks kelompok. Sebaliknya efektivitas pemimpin diukur dari kemampuannya menggerakkan kelompok dan kemudian melahirkan inovasi.

Sikap dasar tulisan ini jelas. Pembangunan dunia bisnis yang merupakan mikro ekonomi, tidaklah berjuang di ruang hampa nilai. Kalau kondisi makro ekonomi politik tidak mendukung, bisnis pun akan memburu langkah-langkah daruratnya sendiri. Dan terhadap masalah ini, dunia bisnis adalah dunia paling *oportunis* yang tidak usah diajari, apabila keadaan menjadi darurat, pastilah akan mencari langkah-langkah penyelamatannya sendiri. Soal bagaimana watak solusinya, justru inilah yang menjadi masalah.

### **MKI dalam Konteks Globalisasi: Sebuah Tantangan**

Dalam awal tulisan, penulis berpendapat bahwa ke depan, dunia bisnis sebagai mikro ekonomi akan menghadapi tekanan ganda yang saling tindih, yaitu: (1) tekanan pasar global, (2) kondisi *epoleksosbud* lokal dimana perusahaan bisnis tadi beroperasi dan, (3) persoalan internal perusahaan, terutama menyangkut keterbatasan aspek *human resources*. Dalam bahasa ungkapan lain, aspek 1 dan 2 sering disebut sebagai tantangan *adaptasi eksternal*, sedangkan yang ketiga disebut tantangan *integrasi internal*. Jika ingin sur-

vive, dunia bisnis dituntut mampu menemukan titik keseimbangan eksistensial yang kreatif diantara kedua aspek tadi. Ini berarti, jika MKI ingin efektif, setelah masalah budaya sebagaimana sudah kita bahas di atas, masih ada dua hal aspek yang harus dipahami, yaitu masalah: (1) globalisasi itu sendiri dan, (2) kondisi epoleksosbud lokal dimana perusahaan beroperasi.

Masalah globalisasi cakupannya sangat luas sekali. Mulai dari: globalisasi produksi, finansial, teknologi bisnis sampai ke globalisasi R & D. Begitu kompleks dan rumitnya aspek globalisasi dapat diintip dari pesatnya perkembangan ilmu marketing, maklum karena dalam dunia bisnis apa pun,

apalagi yang bersifat global, kubu marketing inilah yang menjadi titik yang paling sibuk. Marketinglah, memang ujung tombaknya bisnis.

W.J Keagan, (1989) menunjukkan bagaimana ilmu marketing berevolusi, dari (1) marketing internasional ke, (2) marketing multinasional, dan kemudian integrasi keduanya menjadi, (3) marketing global. Jika yang pertama berorientasi pada produk dan jasa, dengan tujuan utama laba dan penjualan, dan yang kedua berorientasi pada pengintegrasian berbagai aktifitas marketing, dimana laba dicapai melalui mitos *pemuasan konsumen*, maka marketing global berfokus pada lingkungan bisnis internasional. Keagan mengatakan, orientasi

**Perbedaan Pokok antara Marketing Internasional, Marketing Multinasional dan Global**

<i>Perbedaan Perspektifnya</i>	<b>Menejemen International</b>	<b>Manajemen Multinasional</b>	<b>Manajemen Global</b>
<i>Sifat Orientasi</i>	<i>Etnosentris</i> , Berpusat di kantor pusat, gaya operasi sentralistis	<i>Polysentris</i> , berorientasi di negara tujuan, gaya oprasi desentralisasi. MM juga bergaya regiosentris, karena membagi wilayah bisnis dalam regional2 yang memiliki otonomi	<i>Geocentris</i> , merupakan sintesa atau integrasi dari ketiga orientasi sebelumnya sehingga operasinya bersifat global
<i>Manajemen SDMnya</i>	Orang dari negara asal perusahaan diutamakan di posisi strategis	SDM pribumi ditempatkan pada posisi kunci	Siapa pun bisa naik (dimanapun) di posisi kunci asal cakap
<i>Pilihan kemitraan</i>	Berusaha mencari lisensi untuk dapat mengeksploitasi teknologi dan keahlian	Tidak hanya kemitraan lisensi, tapi juga kemitraan patungan dengan focus untuk melayani negara asal	Kerjasama global dengan strategi jangka panjang. Contoh, dalam bahan baku AS menggandeng Indonesia, tapi teknologinya mengandeng Jepang. Merakitnya bisa di Indonesia, tapi menjualnya ke Eropa
<i>Kebijakan Investasi</i>	Sumberdaya dari negara asal perusahaan di arahkan untuk memenuhi di berbagai negara	Pembiayaan untuk setiap negara diusahakan dari negara yang ditempati	Pembiayaan melalui subsidi silang, transfer antar negara dilakukan untuk mendukung sasaran global

pasar global lebih bersifat *strategic*, dengan tujuan menciptakan nilai atau manfaat bagi *stakeholder* (bukan hanya *stockholder*) hingga ke tingkat dunia. Dimaksudkan sebagai *stakeholder* di sini adalah semua individu dan kelompok yang berkepentingan langsung dengan perusahaan, yaitu: pegawai, manajer, pemegang saham, konsumen, kreditor, masyarakat, pemerintah dsbnya. Berikut perbedaan ketiga orientasi marketing ini, sebagaimana terlihat dalam tabel.

Dari tabel itu, dapat terlihat, operasi pasar global menguntungkan Indonesia, andaikan saja kita punya SDM kuat, sebaliknya Indonesia dapat sangat dirugikan oleh marketing global apabila SDM lemah. Negara maju, misalnya; hanya akan menggandeng Indonesia dalam pengadaan bahan baku mentah dan bukan teknologinya, tetap mendapat nilai tambah terbesar karena nilai tambah yang besar justru pada teknologi. Untuk makanan Chiki, misalnya, petani Indonesia hanya terbeli jagungnya saja, dan dengan harga yang sangat murah, sementara setelah menjadi snack anak-anak, dengan laba yang sangat tinggi, laba itu jatuh pada pemilik teknologi pengolah pangannya.

Selain itu, tembok global kedua yang harus ditembus adalah munculnya *trading blocks*, muncul sejak 1992, seperti blok pasar tunggal Eropa dan blok Amerika Utara dan Pasific Barat dan berbagai bentuk aliansi strategiknya, termasuk munculnya fenomena integrasi "antar perusahaan" dan "antarnegara" dalam bentuk akuisisi, merger, koalisi, dan aliansi strategis, yang menyebabkan semakin kaburnya asal-usul perusahaan.

Dalam kompetisi global, penonjolan konsep keunggulan kompetitif tidak lagi ditandai hanya dengan efisiensi dan

produktivitas perusahaan dalam satu lingkungan negara tertentu sehingga dapat memasarkan produknya di pasar internasional, namun lebih dari itu, kompetisi global ditandai dengan pembentukan *strategic intent* yang dinamis dari perusahaan dalam kemampuannya memenangkan pangsa pasar yang global, tapi juga dengan kemampuannya bersaing melalui kegiatan subsidi silang serta *transfer pricing* antar perusahaan dan antar negara. Keputusan Indonesia untuk membangun pabrik langsung di Amerika misalnya, menjadi keharusan, tetapi harus mempertimbangkan banyak faktor yang rumit.

Jepang, Korea Selatan dan Singapura misalnya, disamping memanfaatkan kerangka *marketing global* sebagai pucuk pelingkup dalam menerobos pasar global, juga mengaitkan pula dukungan struktural yang diberikan secara penuh oleh masing-masing pemerintah dimana perusahaan akan beroperasi, sehingga bisa mencatatkan dirinya di suatu negara. Ini berarti kemampuan nego internasional yang rumit harus dikuasai. (Martani Huseini, 1990).

Yang paling rumit adalah dalam cara menembus proteksionisme terselubung dari negara maju, dengan alasan-alasan "standar mutu" misalnya. Pasar Eropa Barat misalnya, disebut prospektif untuk kelompok Pasifik Barat, dimana Indonesia termasuk di dalamnya. Sayangnya, lahan itu akan menjadi semakin sulit dimasuki bagi pendatang di luar Eropa. Antara lain, dengan munculnya lebih dari 300 usulan *entry barriers* yang semakin ketat, dalam bentuk ketatnya standar teknis, *border controls*, pembedaan atas V.A.T antara kelompok Eropa Barat dan non Eropa Barat, *public Procurement* yang tidak menguntungkan kelompok di luar Eropa Barat, diperketatnya pengawasan pergerakan orang dan barang

yang bukan berasal dari Eropa Barat, diskriminasi aturan dalam soal merger, akuisisi dan banyak lagi.

Mengatasi semua hambatan pintu masuk itu, tidak mudah. Sementara di dalam negeri, saat ini, energi kita habis hanya untuk mengatur keseimbangan dalam stabilitas politik.

Dunia bisnis, ambil contoh kasus L/C fiktif bank BNI dan BRI, merupakan contoh bagaimana demi politik *survival* pribadi para pengelola kedua bank tersebut, korupsi konyol pun dilakukan. Terbongkarnya aliran penilepan uang tersebut menunjukkan adanya tanda-tanda bermainnya "aktor politik" kuat yang memungkinkan "perampokan vulgar" di kedua Bank itu terjadi. Di luar negeri, belum lama ini ada pula aktor bisnis kita yang (terbongkar) keterlibatannya dalam skandal sponsorship pemilihan presiden Bill Clinton.

Indonesia sangat terkenal, selain sebagai negara dengan *country risk* tinggi, juga terkenal sebagai negara dengan "struktur biaya tinggi" yang tingkat *-high-costly-*nya meningkat terus. Ini dapat dilihat dari tingginya prosentase "biaya lain-lain" dalam struktur biaya produksi Indonesia yang mencapai 13,9% untuk *manufacture*, bahkan untuk sub sektor *manufacture* tertentu, "biaya lain-lain" itu sering lebih tinggi dari biaya untuk membayar upah tenaga kerja. (Rizal Ramli, 1996).

Bagaimana Indonesia dengan 200-an juta penduduk yang mayoritas penduduknya hanya berpendidikan SD ke bawah, ini dapat menjawab kerumitan pasar global sebagaimana sekilas dilukiskan di atas, dan dalam situasi ketika kondisi dalam negeri sedang menghadapi kekacauan politik yang tak jelas arah juntrungnya ini?

## Kompleksitas Pengembangan MKI

Hingga di titik ini, sekurangnya ada beberapa agenda advokasi yang perlu dilakukan untuk mendukung tumbuhnya dunia bisnis Indonesia, yaitu:

*Pertama*, pemberdayaan bagi sektor bisnis modern yang sudah siap *go international*. Advokasi ini adalah dalam konteks untuk mencapai efektivitas mereka dalam menembus "rimba globalisasi" yang notabene merupakan bentuk imperialisme baru.

*Kedua*, pemberdayaan sektor bisnis skala menengah dengan segala persoalannya sendiri yang tidak dibahas dalam forum ini.

*Ketiga*, pemberdayaan bagi sektor bisnis skala rakyat yang mempunyai "daya jual" tinggi, seperti misalnya di sektor "eksotisme" pariwisata alam dan manusianya (seperti Bali) yang tidak dimiliki oleh negara-negara industri maju. Investasi untuk pengembangan pariwisata memang harus bermodal besar (misalnya untuk *infrastruktur*, seperti: jalan, telpon, listrik dan *promosi global*) dan ini menjadi kewajiban pemerintah, tapi sub per sub, seperti untuk pemeliharaan lingkungan hutan, laut, dsbnya bisa *diintegrasikan* dengan kegiatan "bisnis rakyat" setempat. Kira-kira ini sama dengan langkah Jepang, ketika "mendekatkan dan mengawinkan" ilmu Total Quality Control Amerika, dengan "potensi lokalitas" Jepang yang kemudian melahirkan *Kelompok Kendali Mutu* dalam dunia pabrik Jepang.

Di Indonesia pun langkah sejenis bisa dilakukan. Sebagai contoh kehidupan nelayan. Selama ini, kehidupan nelayan sepertinya tidak bisa dijadikan obyek wisata bahari. Tapi ketika pemerintah membangun berbagai fasilitas pendaratan nelayan dan sekaligus pasar Tempat Pelelangan Ikkannya

(TPI) yang dikombinasi dengan unsur entertainment dalam bentuk bisnis "ikan laut bakar" yang bisa dikonsumsi langsung di tempat pelalangan, ketiga bentuk bisnis rakyat ini ternyata bisa saling bersinergi. Bagi bule-bule negara maju, persentuhan dengan alam semacam ini adalah bentuk "eksotisme" yang selama ini dicari. Tapi jelas, investasi pelabuhan pendaratannya harus diinvestasikan oleh pemerintah, termasuk dalam advokasi untuk pengembangan disain perahu nelayan yang multi fungsi. Ke depan, menjual "lokalitas yang eksotis" ini rasanya bisa menjadi keunggulan bisnis rakyat, asalkan saja didukung oleh investasi promosi yang kuat.

*Keempat*, pemberdayaan dalam konteks "stabilitas politik" yang dinamis. Sebagaimana dibahas di atas, bahwa tahapan pendirian *state* yang sudah dilakukan, sampai kini tidak memperoleh dasar yang "sehat" yang diperlukan bagi tumbuhnya *state* yang berorientasi pada *kesejahteraan rakyat*, antara lain oleh sebab masih tingginya "semangat korup" sebagian besar rakyat dan elit pemimpin, sebagaimana tercermin dalam struktur Orde Baru dan berlanjut hingga reformasi kini, sehingga sebenarnya apa yang disebut sebagai pembangunan tahap kedua setelah *state* (yaitu: *Nation and Character Building*) hakekatnya belum pernah terjadi, ganti "baju" sudah, tapi mentalitas tetap mentalitas lama, itulah sebabnya dunia ekonomi Indonesia tetap diwarnai oleh pertumpahan nafsu *homo homini lupus*, ketika manusia yang satu menjadi srigala bagi manusia yang lain.

Dalam konteks ini, kondisi Indonesia yang kembali ke struktur multi partai, sebenarnya mengandung harapan dan sekaligus bahaya. Kandungan harapan berkaitan dengan fakta bahwa Indonesia adalah multi etnis, beraneka ragam, dengan

keadaan multi partai itu bangsa ini kembali memiliki "medan tinju sejati" yang cocok untuk mendewasakan bawaan multi etnisnya, dan dalam forum itu berkesempatan memantapkan kemampuannya hidup dalam suasana multi kultur berbasis masyarakat abad 21 yang sudah berubah dibanding kondisi asli yang selama ini menjadi tempat mendewasakan diri. Segi bahayanya, kondisi multi etnis ini memiliki kesiapan untuk menerima *keberbedaan* tanpa harus terjerembab dalam konflik fisik yang meluas. Baik itu disebabkan oleh ulah provokator seperti terjadi di Poso, maupun karena sebab "kerentanan lokal" itu sendiri yang bersifat laten. Jika prinsip membangun MKI Kompleks diprioritas, maka usaha untuk mengeksplorasi watak-watak dasar MKI yang positif dari berbagai suku, dengan tujuan untuk menyatukan suku-suku yang kini "tersalur" dalam kabilah-kabilah partai, itu perlu mendapat prioritas utama. Selamatkan dulu NKRI tanpa harus jatuh kembali pada model "stabilitas semu" Orde Baru yang menipu. Ini berarti, diperlukan sebuah usaha "mengawinkan" berbagai watak etnis yang ada, sehingga menjadi satu kekuatan sinergitas tanpa kehilangan identitas lokalnya yang positif.

*Kelima*, masalah daya terobos ke pasar global dengan berbagai strateginya yang kompleks harus menjadi urusan nasional, seperti halnya dulu P-4 mendapatkan pembiayaan dan komitmen yang penuh dari pemerintah, melalui lembaga-lembaga kepentingan seperti: KADIN, Gapensi dsbnya dan bekerjasama dengan Ikatan Profesi seperti ISEI (ekonom), AMA (marketing) dsbnya dibentuk konsorsium pemberdayaan dunia bisnis lokal.

*Keenam*, merekayasa terbentuknya kelompok penekan (kekuatan pengontrol) yang bisa efektif mengontrol kinerja Parpol,

Birokrasi pemerintah, serta DPR/DPRD, tetapi dengan jenis kelompok penekan yang memiliki jaminan integritas tinggi. Fakta menunjukkan bahwa partai politik dan DPR/DPRD telah mencapai titik "over power" yang sangat bias pada kepentingan individu, sehingga sulit bagi rakyat untuk mempercayai lagi. Kenyataan semakin banyaknya politisi (Elit DPR/DPRD) yang menjadi "pesakitan hukum" mengharuskan kita berpikir bahwa keadaan yang akan jauh lebih buruk dari Orde Baru sedang berlangsung dan ini sangat bahaya bagi keutuhan NKRI ke depan.

*Ketujuh*, harus dibuat berbagai terobosan pendidikan yang bisa menjembatani secara cepat tingginya kebutuhan tenaga kerja trampil, dengan watak kurikulum yang tematis (dirancang untuk menjawab kebutuhan nyata lapangan kerja), kesewaktuan (bersifat *ad hoc*, segera ditutup jika sudah mencapai titik keterpenuhan), dengan gaya pendidikan partisipatif yang menjadikan anak didik sebagai sentral aktivitas). Di Jepang sendiri, meskipun sistem pendidikan Jepang sangat bermutu, sistem magang (bahkan 2 tahun) tetap diberlakukan secara sistematis. Ini berarti, negara sukses Jepang pun masih mengakui bahwa sebenarnya tidak akan pernah ada pendidikan yang bisa melahirkan tenaga siap pakai. Oleh karena itu, demi efisiensi, keharusan *link and match* antara kurikulum pendidikan dengan pertumbuhan dunia kerja harus ada. Prinsip optimalisasi kepuasan *stakeholder* memang berujung ke sana, bahwa pemakai terakhir output pendidikan adalah dunia usaha, entah itu bisnis swasta atau birokrasi pemerintahan. Sehingga sombong sekali jika dunia pendidikan merasa lebih hebat daripada dunia usaha, kemudian (tanpa bertanya kepada dunia kerja) mendisain sendiri "jasa

kurikulum" yang kelak tidak akan pernah ada yang memakainya.

*Kedelapan*, dalam konteks Otonomi Daerah, fakta ini telah menunjukkan bahwa Otda, yang notabene merupakan keharusan logis bagi organisasi modern yang menghargai "kerampingan" struktur, kini telah terdistorsi menjadi ajang pesta para elit daerah (Bupati, DPRD dan parpol) yang berperilaku seperti "raja-raja kecil" yang mabok kekuasaan. Ini berarti harus ada langkah darurat kongkrit, berupa penyebaran virus MKI sektor Otda, sekaligus penyediaan sistem kontrol yang bisa menjamin agar perhatian para elit daerah untuk tetap menjalankan Otdanya dalam kerangka keutuhan NKRI, itu bisa tetap terjaga.

## Kesimpulan

Setelah memperhatikan berbagai uraian posisi MKI dalam konteks Global, kondisi *Epoleksosbud* lokal dan mikro organisasi di atas, maka semakin terang bahwa, MKI yang dibangun seharusnya seefektif Orba (sebagai sistem), tapi dengan meletakkan stabilitas dan kreativitas sebagai satu kesatuan "goal" akhir yang utuh.

Doktrin tunggal yang terbentuk di sini haruslah sudah berbunyi, bukan lagi stabilitas untuk stabilitas, tapi: stabilitas untuk demokrasi, *kreativitas* dan *individualitas dalam konteks sistem* serta tumbuhnya kelompok-kelompok kepentingan yang beroperasi secara efektif tapi tetap bermoral.

Tanpa demokrasi, tidak akan ada kebebasan kreatif. Tetapi kreativitas saja tanpa demokrasi (kesadaran menghargai orang lain) akan menjadi anarkis. Begitu juga makna individualitas, selaku "kapasitas" dan kemampuan individu untuk kreatif dan

inovatif tidak akan banyak berarti jika hanya merupakan "sempalan" yang tidak terbentuk dalam sistem. Sistemlah yang harus bisa menjadi target bersama agar mampu melahirkan individualitas, sehingga tumbuhnya individualitas rakyat memiliki tema yang jelas yang serah dan mendukung kepentingan keutuhan NKRI di depan globalisasi. ●

### Daftar Pustaka

- Drucker, Peter F, (Terj.). 1983, *Manajemen : Tugas, Tanggungjawab, Praktek*, Jakarta: PT Gramedia.
- Forum Komunikasi Manajer Indonesia, 1992, *Manajemen Indonesia Memasuki Era Globalisasi*, Jakarta:PT Pustaka Binaman Pressindo.
- Hesselbein, Frances, Goldsmith, Marshal dan Bechard, Ricard, (Ed.) (Terj.). 1997, *Organisasi Masa Depan*, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Marbun, BN, (Ed), 1980, *Konsep Manajemen Indonesia*, Jakarta:Bagian Publikasi Lembaga Pendidikan dan Pembinaan Manajemen.
- Naim, Mochtar, dkk. 1987. *Jurus Manajemen Indonesia*, Jakarta:Yayasan Obor Indonesia.
- Osada, Takashi, (Terj.). 2000, *Sikap Kerja 5 S*, Cetakan ke – 3, Jakarta:Penerbit PPM.
- Parkonson, C.Nortcote dan Rustomji, MK, 1987. *Intisari Manajemen*, Jakarta:PT Galaxy Puspa Mega.
- Ramli, Rizal, "Kecenderungan dan Tantangan Industrialisasi Indonesia Menjelang Tahun 2000", *Jurnal UNISIA*, No. 31, Yogyakarta, 1996.
- Simangunsong, Bonar dan Husaeni, Achmad, (Ed) 1989. *Manajemen Indonesia Menyongsong Tinggal Landas dan Pada Era Industri*, Jakarta:Penerbit Panelindo.
- Susanto, Astrid S, "Komunikasi dan Budaya Korporasi", *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, Jakarta, 1997.
- Tampubolon, Daulat P. 2001, *Perguruan Tinggi Bermutu: Paradigma Baru Manajemen Pendidikan Tinggi Menghadapai Tantangan Abad ke 21*, Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.

