

**PENGARUH MOTIVASI DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA
GURU SEKOLAH MENENGAH PERTAMA
(STUDI KASUS PADA SMPN 252 JAKARTA TIMUR)**

Dahlia Sarkawi

ASM BSI

Jl. Kramat Raya No.168 Jakarta Pusat, Indonesia

Email: dahlia_sarkawi@yahoo.com

Abstract

The achievement of the point of view, the mission and the aim of the school that was maintained together by the pupil, was needed by the condition for the conducive school and the harmony between the available educational power in the school including the principal, the teacher, the administrative power, and parents of the pupil, as well as their respective community had the role that was big enough in achieving the aim of the organisation. The teacher's power was one of the educational powers that had the role as the determining factor of the success of the aim of the organisation apart from the other educational power, because of the direct teacher bersinggungan with participants educated, to give the guidance that his estuary will produce the graduate who was hoped for. So the achievement of the teacher must be always increased. Efforts to increase the achievement usually were carried out by means of giving the motivation, held the supervision, gave the incentive, gave the opportunity that was good for developed in the career, increased the capacity, the style of good leadership. While the achievement of the teacher could be increased if that was relevant knew what was hoped for and when could determine hopes that were acknowledged by results of his work.

Keywords: motivation, organization culture and achievement

Pencapaian visi, misi dan tujuan sekolah yang telah ditetapkan bersama oleh warga sekolah, diperlukan kondisi sekolah yang kondusif dan keharmonisan antara tenaga pendidikan yang ada di sekolah antara lain kepala sekolah, guru, tenaga administrasi, dan orang tua murid, serta masyarakat yang masing-masing mempunyai peran yang cukup besar dalam mencapai tujuan organisasi. Tenaga guru adalah salah satu tenaga kependidikan yang mempunyai peran sebagai faktor penentu keberhasilan tujuan organisasi selain tenaga kependidikan lainnya, karena guru yang langsung bersinggungan dengan peserta didik, untuk memberikan bimbingan yang muaranya akan menghasilkan tamatan yang diharapkan. Untuk itu kinerja guru harus selalu ditingkatkan. Upaya-upaya untuk meningkatkan kinerja itu biasanya dilakukan dengan cara memberikan motivasi, mengadakan supervisi, memberikan insentif, memberikan kesempatan yang baik untuk berkembang dalam karir, meningkatkan kemampuan, gaya kepemimpinan yang baik. Sementara kinerja guru dapat ditingkatkan apabila yang bersangkutan mengetahui apa yang diharapkan dan kapan dapat menetapkan harapan-harapan yang diakui hasil kerjanya.

Kata kunci: motivasi, budaya organisasi dan kinerja

I. PENDAHULUAN

Kinerja guru merupakan hasil yang dicapai oleh guru dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta penggunaan waktu. Kinerja guru akan baik jika guru telah melaksanakan unsur-unsur yang terdiri dari kesetiaan dan komitmen yang tinggi pada tugas mengajar, menguasai dan mengembangkan bahan

pelajaran, kedisiplinan dalam mengajar dan tugas lainnya, kreativitas dalam pelaksanaan pengajaran, kerjasama dengan semua warga sekolah, kepemimpinan yang menjadi panutan siswa, kepribadian yang baik, jujur dan objektif dalam membimbing siswa, serta tanggung jawab terhadap tugasnya. Oleh karena itu tugas kepala sekolah selaku manajer adalah melakukan penilaian terhadap kinerja guru. Penilaian ini penting untuk dilakukan mengingat fungsinya sebagai alat motivasi

bagi pimpinan kepada guru maupun bagi guru itu sendiri.

Ada beberapa hal yang menyebabkan meningkatnya kinerja guru, namun peneliti mencoba mengkaji masalah motivasi dan budaya organisasi kerja guru. Motivasi mempersoalkan bagaimana caranya gairah kerja guru, agar guru mau bekerja keras dengan menyumbangkan segenap kemampuan, pikiran, keterampilan untuk mewujudkan tujuan pendidikan. Guru menjadi seorang pendidik karena adanya motivasi untuk mendidik. Bila tidak mempunyai motivasi maka ia tidak akan berhasil untuk mendidik atau jika dia mengajar karena terpaksa saja karena tidak kemauan yang berasal dari dalam diri guru. Keberhasilan guru dalam mengajar karena motivasi ini sebagai pertanda apa yang telah dilakukan oleh guru itu telah menyentuh kebutuhannya baik kebutuhan rohani maupun jasmani. Kebutuhan tersebut misalnya memperoleh gaji dari hasil kerjanya, memperoleh penghargaan dari kepala sekolah, memperoleh pengakuan dari teman-teman sesama guru, mendapat rasa nyaman dan aman dalam bertugas, memperoleh kesempatan untuk mengeluarkan pendapat dan sebagainya. Jika kebutuhan guru tersebut terpenuhi berarti guru memperoleh dorongan dan daya gerak untuk menyelesaikan pekerjaan dengan baik. Ini berarti kinerja guru dapat tercapai dengan baik. Kinerja yang tercapai dengan baik itu terlihat dari guru yang rajin hadir di sekolah dan rajin dalam mengajar, guru mengajar dengan sungguh-sungguh, guru mengajar dengan semangat dan senang hati, Apa yang dilakukan oleh guru ini akan berdampak kepada keberhasilan siswa dalam proses belajar mengajar.

Kegiatan mengajar yang dilakukan oleh guru yang diminatinya karena sesuai dengan kebutuhannya, jika orang lain tidak minat menjadi guru, hal itu disebabkan karena kebutuhan tidak sesuai dengan kepentingannya sendiri. Guru yang termotivasi dalam bekerja maka akan menimbulkan kinerja yang baik.

Kondisi tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai kinerja guru di SMP Negeri 252 Jakarta. Penelitian dilakukan di SMP Negeri 252 Jakarta dengan pertimbangan bahwa sekolah ini sebagai salah satu sekolah berstatus Sekolah Standar Nasional (SSN) yang menjadi unggulan bagi masyarakat di Jakarta. Prestasi yang diperoleh

selama ini, salah satunya dipengaruhi oleh kinerja guru.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Motivasi

Setiap organisasi modern selalu berhadapan dengan tuntutan perubahan agar organisasi yang bersangkutan memiliki analisis yang memadai untuk memenuhi kebutuhan dan pencapaian kinerjanya. Menurut J. Salusu (1982:343) yang mengutip pemikiran Wilson (1983) menekankan pentingnya organisasi dalam dimensi yang *intergrative, relevan, holistic* dan berkelanjutan. Untuk mewujudkan kondisi yang demikian, maka peran lingkungan sangat penting.

Jones (1955:14) berpendapat bahwa motivasi berhubungan erat dengan bagaimana perilaku itu dimulai, dikuatkan, disokong, diarahkan, dihentikan, dan reaksi subjektif macam apakah yang timbul dalam organisme ketika semua ini berlangsung. Sedangkan menurut Kartini Kartono (1990:71) motivasi diartikan sebagai dorongan adanya rangsangan untuk melakukan tindakan.

Pendapat lain dikemukakan oleh Terry yang menjelaskan bahwa "Motivasi adalah keinginan yang tercapai pada diri seseorang/individu yang merangsangnya untuk melakukan tindakan-tindakan" Hasibuan (1989:198). Sedangkan Sondang P. Siagian (1979:7) memberikan pengertian motivasi sebagai "Keseluruhan pemberian motif bekerja pada bawahan sedemikian rupa, sehingga mereka mau bekerja dengan ikhlas demi tercapainya tujuan". Pengertian yang diberikan Siagian lebih bersifat eksternal karena dorongan yang muncul pada diri seseorang dirangsang oleh faktor luar, bukan murni dalam diri. Pendapat yang dikemukakan oleh Malayu, yaitu "Motivasi adalah pemberian daya perangsang atau kegairahan kerja pada pegawai, agar bekerja dengan segala daya upayanya". (Hasibuan, 1989:84).

Motivasi yang berasal dari dalam diri seseorang atau motivasi yang ada di luar diri seseorang mempunyai persamaan, yaitu adanya tujuan atau *reward* yang ingin dicapai oleh seseorang dengan melakukan suatu kegiatan. Tujuan yang ingin dicapai tersebut pada dasarnya adalah untuk memenuhi

kebutuhan pokok manusia yang bersifat fisik dan non-fisik. Apabila kebutuhan tersebut dapat terpenuhi, maka motivasi kerja dalam diri seseorang akan meningkat. Sedangkan perbedaan antara motivasi yang berasal dari dalam diri seseorang dengan motivasi yang ada di luar dirinya adalah adanya perasaan puas yang dimiliki oleh seorang pegawai. Perasaan puas dari seseorang yang merupakan motivasi internal tersebut dapat berasal dari pekerjaan yang menantang, adanya tanggung jawab yang harus diemban, prestasi pribadi, adanya pengakuan dari atasan serta adanya harapan bagi kemajuan karir seseorang. Sedangkan motivasi yang ada di luar diri seseorang yang menyebabkan orang tersebut melakukan pekerjaan sesuai dengan tujuan organisasi adalah adanya rangsangan dari luar yang dapat terwujud dengan benda atau bukan benda.

Pengertian-pengertian yang dikemukakan di atas menunjukkan adanya perbedaan, namun masih dalam konteks motivasi. Semua perbedaan itu adanya kaitannya dengan istilah "motif" dan "motivator" dalam konteks motivasi itu sendiri. Menurut Onong, motif merupakan dorongan yang muncul dari dalam diri. Hal ini seperti yang diungkapkan sebagai berikut:

Istilah motif atau dalam bahasa Inggrisnya *motive* berasal dari perkataan *motion* yang bersumber pada perkataan bahasa Latin *movere* yang berarti gerak. Jadi motif adalah daya gerak yang mencakup dorongan, alasan dan kemajuan yang timbul dari dalam diri seseorang yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. (Effendy, 1989:105).

Dari pengertian di atas, maka motif itu bersifat internal dalam motivasi, karena dorongan atau daya gerak itu muncul dari dalam diri seseorang tanpa adanya perangsang atau insentif. Motif yang bersifat internal merupakan kemampuan seseorang untuk melakukan kegiatan, yang dipengaruhi oleh beberapa hal, diantaranya pendidikan, pengalaman serta sifat-sifat pribadi yang dimiliki seseorang. Di dalam organisasi formal, adanya motif yang berasal dari dalam diri pegawai membawa konsekuensi bagi pimpinan untuk dapat mendorong pegawai tersebut untuk meningkatkan kinerjanya, diantaranya melalui pemberian *reward* dan penyediaan berbagai sarana dan prasarana kerja yang sesuai dengan pegawai tersebut. Adanya

rangsangan dari luar atau motivator tersebut diharapkan akan dapat meningkatkan prestasi kerja seorang pegawai.

Mengenai motivator, Koontz dan Donnel menjelaskan: Motivator adalah hal-hal yang merangsang seseorang untuk berprestasi. Apabila motivasi itu mencerminkan keinginan, maka motivator itu merupakan imbalan atau insentif yang telah diidentifikasi, yang meningkatkan dorongan untuk memuaskan keinginan tersebut. (Koontz, 1989:568).

Dengan demikian motivator merupakan aspek yang bersifat eksternal dalam motivasi seseorang, karena faktor itu ada di luar diri seseorang. Sebagai kondisi yang berada di luar diri seseorang, maka hal itu berkaitan dengan insentif dan kondisi kerja yang bersifat eksternal, seperti jaminan kerja, status, peraturan organisasi, pengawasan, hubungan pribadi antar pegawai dan hubungan antara pimpinan dan bawahan. Untuk dapat menumbuhkan motivasi kerja yang positif di dalam diri pegawai, berdasarkan gagasan Herzberg, maka seseorang pimpinan harus sungguh-sungguh memberikan perhatian pada faktor-faktor motivator sebagai berikut (Manullang, 1987:152-153):

1. Keberhasilan (*achievement*)
Agar seorang bawahan dapat berhasil melaksanakan pekerjaannya, maka pimpinan harus memberikan kesempatan kepada bawahan untuk mencapai hasil. Pimpinan juga harus memberi semangat kepada bawahan agar bawahan dapat mengerjakan sesuatu yang dianggapnya tidak dikuasainya. Apabila ia berhasil melakukan hal tersebut maka, pimpinan harus menyatakan keberhasilannya itu.
2. Pengakuan (*recognition*)
Adanya pengakuan dari pimpinan atas keberhasilan bawahan melakukan suatu pekerjaan. Pengakuan tersebut dapat dilakukan berbagai cara, misalnya dengan menyatakan keberhasilannya langsung di tempat kerjanya, memberikan suatu penghargaan, hadiah berupa uang tunai, medali, kenaikan pangkat atau promosi.
3. Pekerjaan itu sendiri (*the work it self*)
Pimpinan membuat usaha-usaha yang nyata dan meyakinkan, sehingga bawahan mengerti akan pentingnya pekerjaan yang dilakukannya. Untuk itu harus dihindarkan kebosanan yang mungkin

- muncul dalam pekerjaan serta penempatan pegawai yang sesuai dengan bidangnya.
4. Tanggung jawab (*responsibilities*)
Untuk dapat menumbuhkan sikap tanggung jawab terhadap bawahan, maka pimpinan harus menghindari pengawasan yang ketat dengan memberikan kesempatan kepada bawahan untuk bekerja sendiri sepanjang pekerjaan itu memungkinkan dan menumbuhkan partisipasi. Penyerapan partisipasi akan membuat bawahan terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan pekerjaan.
 5. Pengembangan (*advancement*)
Pengembangan dapat menjadi motivator yang kuat bagi bawahan. Pimpinan dapat memulainya dengan memberi bawahan suatu pekerjaan yang lebih bertanggung jawab. Apabila hal ini sudah dilakukan, pimpinan dapat memberikan rekomendasi tentang bawahan yang siap untuk pengembangan, untuk menaikkan pangkatnya atau untuk mengikuti pendidikan dan pelatihan lebih lanjut. Kelima faktor eksternal dalam motivasi pegawai tersebut hendaknya mendapat perhatian dalam birokrasi yang *good governance*.

Kelima faktor inilah yang melandasi kerangka pikir program motivasi dalam organisasi. Oleh karena itu pendapat Manullang perlu diadaptasi oleh birokrasi pemerintah agar mampu menerapkan program-program motivasi secara konsisten seperti pemberian peluang merupakan muara bagi munculnya semangat berpartisipasi. Pengakuan status dapat meningkatkan percaya diri pekerjaan yang variatif pada suatu kondisi tertentu akan menjadi perangsang kerja. Latihan disiplin dan pengendalian diri merupakan manifestasi, dan kepercayaan pemimpin kepada anak buah yang strategis adalah untuk memompa semangat. Terakhir adalah pengembangan diri merupakan puncak yang dapat meningkatkan kehendak pegawai untuk berprestasi.

Dari hal tersebut di atas dapat dilihat bahwa setiap orang mempunyai keinginan (*want*) dan kebutuhan (*needs*) tertentu serta mengharapkan kepuasan daya hasil kerjanya.

Kebutuhan-kebutuhan yang dipuaskan dengan bekerja adalah (Hasibuan, 1990:157):

1. Kebutuhan fisik dan keamanan
Kebutuhan ini menyangkut kepuasan fisik atau biologis seperti makan, minum, perumahan dan sebagainya, di samping kebutuhan akan rasa aman dalam menikmatinya. Di dalam organisasi birokrasi, seorang pegawai dapat memenuhi kebutuhan fisik dengan dan pendapatan lain yang diperoleh berupa tunjangan, fasilitas dan sebagainya. Gaji yang merupakan *reward* dari hasil kerjanya dapat menimbulkan perasaan aman dan juga dapat menjadi jaminan hari tua bagi pegawai dalam bentuk pensiun.
2. Kebutuhan sosial
Kebutuhan ini adalah kebutuhan yang terpuaskan karena memperoleh pengakuan status, dan dihormati dalam pergaulan masyarakat, diterima serta disegani. Hal ini penting karena manusia tergantung satu sama lainnya. Jabatan pegawai dalam organisasi birokrasi di Indonesia sampai sekarang masih banyak diminati. Hal ini disebabkan karena masyarakat masih memandang pegawai negeri memiliki kedudukan yang lebih tinggi dan lebih disegani dari pada pegawai yang ada di organisasi swasta. Oleh karena itu, seseorang yang dapat masuk ke dalam lingkungan kerja birokrasi merasa mendapatkan status sosial yang lebih tinggi dan puas dengan hasil kerjanya.
3. Kebutuhan egoistik
Kebutuhan egoistik adalah kebutuhan kepuasan yang berhubungan dengan kebebasan orang untuk mengerjakan sesuatu sendiri dan puas karena berhasil menyelesaikannya. Salah satu motif dari pegawai dalam bekerja adalah diperolehnya kepuasan kerja dalam organisasi. Seorang pegawai akan merasa lebih dihargai apabila ia mendapatkan tanggung jawab yang lebih besar serta kesempatan untuk menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan keahliannya. Adanya pengakuan atas keberhasilan kerja seseorang terkadang mengalahkan *reward* dalam bentuk uang atau benda.

Menurut Senge (1990:87) dalam karyanya yang berjudul *the fifth discipline* mengemukakan tiga peran utama yang harus dilakukan pemimpin tim yaitu: peranan sebagai perancang, pelayan dan guru. Peranan perancang dimaksudkan sebagai tugas dari

pimpinan untuk menjelaskan secara detail, sehingga memungkinkan tim untuk melaksanakan tugasnya serta memberikan kesempatan kepada anggota untuk bertanggung jawab atas kinerja mereka sendiri. Senge menyatakan bahwa sangat sulit bagi pemimpin untuk berpikir bahwa dirinya adalah seorang perancang karena perancang menerima perhatian yang relatif kecil, yang berlawanan dengan ide mengenai seorang pemimpin. Sehingga pelayanan diartikan sebagai pelayanan pemimpin terhadap tim, dan guru mewakili pandangan Senge mengenai arti penting dari pembelajaran yang berkelanjutan. Kenyataannya pemikiran dari sistem yang membentuk pembelajaran tim adalah disiplin kelima yang dimaksudkan Senge.

Seorang pemimpin harus benar-benar mengetahui mentalitas, loyalitas, dan kredibilitas orang yang akan diberi pendelegasian wewenang, di samping kemampuannya. Persiapan pendelegasian ini diperlukan supaya pada saat pemimpin sedang tidak berada ditempat, suasana dan kelanjutan pekerjaan dapat berjalan sebagaimana mestinya. Biasanya pendelegasian tugas dan wewenang itu diberikan kepada personel tertentu, yaitu personel yang sedang dipersiapkan untuk pengganti pemimpin yang telah mendekati masa pensiun.

Yang spesifik lagi menurut Hasibuan, (2006:163) dalam buku Anwar (2003:34) mengatakan bahwa: teori motivasi mempunyai sub variabel yaitu motif, harapan dan insentif, adapun pengertiannya adalah:

1. Motif adalah suatu perangsang keinginan (*want*) dan daya penggerak kemauan bekerja seseorang. Setiap motif mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai.
2. Harapan (*expectancy*) adalah suatu kesempatan yang diberikan terjadi karena perilaku untuk mencapai tujuannya.
3. Insentif (*insentive*) yaitu memotivasi (merangsang) bawahan dengan memberikan hadiah (imbalan) kepada mereka yang berprestasi di atas prestasi yang standar. Dengan demikian semangat kerja bawahan akan meningkat karena pada umumnya manusia senang menerima yang baik-baik saja.

Mempelajari berbagai teori dari uraian di atas ditemukan bahwa motivasi adalah kekuatan yang mendorong semangat

yang ada di dalam maupun di luar dirinya baik itu yang berupa *reward* maupun *punishment*, sehingga peneliti menggunakan variabel motivasi yang diukur dari:

1. Motivasi kekuasaan yaitu merupakan dorongan untuk mempengaruhi orang-orang dan situasi lingkungan (klien).
2. Motivasi afiliasi yaitu merupakan dorongan untuk berhubungan dengan orang-orang atas dasar sosial.
3. Motivasi kompetensi yaitu merupakan dorongan untuk mencapai hasil kerja dengan kualitas kerja.
4. Motivasi *reward* yaitu dorongan kerja untuk mendapatkan imbalan.
5. Motivasi *punishment* yaitu dorongan bekerja karena adanya suatu peraturan-peraturan yang mengandung sanksi.

Budaya Organisasi

Budaya organisasi: budaya terkenal sebagai konsep yang sulit untuk dirumuskan. Krober dan Kluckhohn dalam Nicholson (1997:49) mengidentifikasi 164 definisi yang berbeda mengenai budaya. Sedang Hofstede (1983:324) mendefinisikan budaya sebagai "pemrograman mental kolektif" orang-orang dalam suatu lingkungan.

William M. Mercer (dalam Dessler 1996:421) merumuskan budaya organisasi sebagai: suatu ekspresi kombinasi pengaruh dari keyakinan dasar organisasi, nilai-nilai, harapan dan pola tindakan tertentu. Menurut Goldstein (1997) budaya organisasi adalah "totalitas pola perilaku dan karakteristik pola pemikiran dari karyawan suatu organisasi, keyakinan, pelayanan, perilaku dan tindakan dari karyawan". Dan menurut Egan (1994), perilaku kepemimpinan termasuk dalam budaya organisasi, salah satu elemen budaya organisasi adalah kinerja karyawan yang menonjol dianggap penting dalam organisasi tersebut. (Simmons, 1996:37).

Untuk menjelaskan suatu mekanisme yang mengintegrasikan individu dalam suatu organisasi, Ouchi dan Price menggunakan istilah filsafat organisasi yang sama dengan budaya organisasi. Griffin dan Ebert (1989:245) dalam Nimran (1997:81) menyebutkannya budaya organisasi sebagai "pengalaman, sejarah, keyakinan, dan norma-norma bersama yang menjadi ciri organisasi".

Dari semula definisi di atas, satu yang dikenal secara umum dapat ditetapkan bahwa budaya berkaitan dengan "makna bersama, nilai, sikap dan keyakinan". (Nicholson:1997). Dapat dikatakan bahwa jantung dari suatu organisasi adalah sikap, keyakinan, kebiasaan dan harapan dari seluruh individu anggota organisasi mulai dari pucuk pimpinan sampai ke *front lines* (Juecter:1998), sehingga tidak ada aktifitas yang dapat melepaskan diri dari budaya (Hofsede:1984).

Bila kita mengatakan bahwa suatu kelompok, organisasi atau negara mempunyai karakteristik budaya tertentu, bukan berarti bahwa semua orang dari kelompok, organisasi atau negara tersebut mempunyai budaya seragam. Orang dalam suatu budaya tidak semuanya mempunyai susunan yang identik mengenai artifak, norma, nilai dan asumsi. Menurut Trompenarars (1995), dalam setiap budaya ada satu sisi yang menyebar. Penyebaran ini mempunyai pola disekitar suatu rata-rata, sehingga variasi norma tampak sebagai suatu distribusi normal.

Tingkatan Budaya

Dalam mempelajari budaya organisasi dapat dikelompokkan dalam empat pendekatan Robert dan Hunt, (1994:439) yaitu: beberapa sarjana memandangnya sebagai asumsi bersama, keyakinan dan nilai-nilai dalam organisasi dan kelompok kerja. Kelompok kedua tertarik mengenai mitos, cerita dan bahasa sebagai manifestasi budaya. Perspektif ketiga memandang tata cara dan seremonial sebagai manifestasi budaya. Dan kelompok keempat mempelajari interaksi antar anggota dan simbol-simbol, sedangkan Schein dan Hatch (1997:211) menyatakan bahwa budaya organisasi ditemukan dalam tingkatan yaitu:

1. Artifak, dimana budaya bersifat kasat mata tetapi seringkali tidak dapat diartikan, misalnya lingkungan fisik organisasi, teknologi, cara berpakaian dll. Analisa pada tingkat ini cukup rumit karena mudah diperoleh tetapi sulit ditafsirkan.
2. Nilai, yang memiliki tingkat kesadaran yang lebih tinggi dari pada artifak. Nilai ini sulit diamati secara langsung, oleh karena seringkali perlu untuk menyimpulkan melalui wawancara

dengan anggota kunci organisasi atau menganalisa kandungan artifak seperti dokumen.

3. Asumsi dasar, merupakan bagian penting dari budaya organisasi. Asumsi ini merupakan reaksi yang dipelajari yang bermula sebagai nilai-nilai yang didukung. Bila asumsi ini dengan nilai terletak pada apakah nilai-nilai tersebut masih diperdebatkan dan diterima apa adanya atau tidak.
4. Mengacu pada tingkatan asumsi dasar di atas maka Schein memberikan beberapa asumsi dasar yang membentuk budaya organisasi. Asumsi dasar ini dapat dipergunakan sebagai alat untuk menilai budaya suatu organisasi, karena asumsi menunjukkan apa yang dipercaya oleh anggota sebagai kenyataan dan karenanya mempengaruhi apa yang mereka pahami, pikirkan dan rasakan (Hatch, 1997:212).

Dimensi asumsi dasar organisasi adalah:

1. Terkait dengan lingkungan

Aspek ini mengamati asumsi yang lebih mendasar tentang hubungan manusia dengan alam dan lingkungan. Dapat dinilai dengan bagaimana anggota-anggota kunci organisasi memandang hubungan tersebut. Terdapat 3 dimensi dari aspek ini yaitu:

 - a. Bagaimana mereka memandang peranan organisasi dalam masyarakat yang mana. Hal ini dapat dilihat jenis produk yang dihasilkan atau cara pelayanan yang diberikan, atau dimana pasar utamanya atau segmentasi pelanggan yang dibidik.
 - b. Apa pandangan mereka terhadap lingkungan yang relevan dengan organisasi.
 - c. Apakah lingkungan ekonomi, politik, teknologi, sosial budaya atau lainnya. Bagaimana pandangan mereka tentang posisi organisasi terhadap lingkungannya, apakah organisasi mendominasi atau didominasi, atau seimbang dengan lingkungan tersebut.
2. Hakekat kegiatan manusia

Aspek ini menyangkut pandangan semua anggota organisasi tentang hal-hal apa benar yang perlu dikerjakan oleh manusia

- atas asumsi mengenai realitas, lingkungan, dan sifat manusia di atas, apakah ia harus aktif, pasif, pengembangan pribadi, atau lainnya. Apa yang dimaksud dengan kerja dan apakah yang dimaksud dengan bermain. Dimensi utama dari aspek ini adalah sikap mental manusia terhadap lingkungan, yaitu apakah proaktif, reaktif, ataukah harmoni.
3. Hakekat realitas dan kebenaran
Aspek ini menyangkut pandangan anggota-anggota organisasi tentang kaidah linguistik dan perilaku yang menetapkan mana yang nyata dan mana yang tidak, mana yang fakta, bagaimana kebenaran akhirnya ditentukan, dan apakah kebenaran diungkapkan atau ditemukan. Terdapat 4 kriteria dimensi:
 - a. Realita fisik yang menyangkut persoalan kriteria objektif atau fakta.
 - b. Realita sosial yang mempersoalkan konsensus atas opini, kebiasaan, dogma dan prinsip.
 - c. Realita subjektif yang mempersoalkan pengalaman subjektif atas pendapat, kecenderungan dan cita ras pribadi.
 - d. Kriteria kebenaran yang berarti bagaimana kebenaran itu seharusnya ditentukan, apakah oleh tradisi, dogma, moral atau agama, pendapat orang bijak atau yang berwenang, proses hukum, revolusi konflik, uji coba atau pengujian ilmiah.
 4. Hakekat waktu
Aspek ini dapat berkaitan dengan pandangan anggota organisasi tentang orientasi dasar waktu, terdapat 2 aspek yaitu:
 - a. Arah fokus yang menyangkut masa lalu, kini dan masa yang akan datang.
 - b. Apakah ukuran waktu yang relevan yang berlaku dalam organisasi tersebut mempergunakan satuan detik, menit jam dan seterusnya.
 5. Hakekat sifat manusia
Aspek ini menyangkut pandangan segenap anggota organisasi tentang apa yang dimaksud dengan manusia dan apa atribut yang dianggap intrinsik atau puncak. Terdapat 2 dimensi dari aspek ini yaitu:
 - a. Tentang sifat dasar manusia apakah manusia pada dasarnya bersifat baik, buruk atau netral.
 - b. Mengenai perubahan sifat tersebut, yaitu apakah sifat manusia itu tetap (tidak dapat berubah) ataukah dapat berubah dan disempurnakan.
 6. Hakekat hubungan antar manusia
Aspek ini menyangkut pandangan manusia tentang apa yang dipandang sebagai cara yang benar bagi manusia untuk saling berhubungan, untuk mendistribusikan kekuasaan atau cinta. Apakah hidup ini kooperatif atau kompetitif, individualistik, kolaboratif kelompok atau komunal. Terdapat 2 dimensi pada aspek ini:
 - a. Struktur hubungan manusia yang memiliki alternatif linearitas, kolateralitas atau individualitas.
 - b. Struktur hubungan manusia yang mempunyai variasi otokrasi, paternalisme, konsultasi, partisipasi, delegasi, dan kolegalitas.
 7. *Homogeneity vs diversity*
Apakah kelompok yang baik itu berada dalam kondisi homogen atau berbeda, dan apakah individu dalam kelompok di dukung untuk berinovasi ataukah harus menyesuaikan visi.

Fungsi Budaya Organisasi

Dalam beradaptasi dengan lingkungan eksternal dan mempertahankan kelangsungan hidupnya, serta dalam melakukan integrasi internal, budaya melakukan sejumlah fungsi yaitu fungsi adaptasi eksternal dan fungsi integrasi internal. Fungsi adaptasi eksternal dari budaya organisasi adalah sebagai berikut:

1. Misi dan strategi, menghasilkan suatu pengertian bersama tentang misi utama, tugas pokok, fungsi, yang tampak dan tersembunyi.
2. Tujuan, mengembangkan konsensus tentang tujuan yang dari misi utama.
3. Cara mengembangkan konsensus tentang cara yang digunakan untuk mencapai tujuan seperti struktur organisasi, pembagian tugas, sistem imbalan dan sistem kewenangan.
4. Ukuran, mengembangkan konsensus tentang kriteria dalam mengukur seberapa baik yang dilakukan kelompok dalam pencapaian tujuan, seperti informasi sistem kepegawaian.

5. Koreksi, mengembangkan konsensus tentang perbaikan yang tepat dari strategi yang akan digunakan bila tujuan tidak tercapai.

Fungsi integrasi internal dari budaya organisasi adalah sebagai berikut:

1. Bahasa bersama dan kategori konsep. Bila karyawan tidak dapat berkomunikasi dan saling memahami satu sama lain, suatu kelompok sulit untuk didefinisikan.
 2. Batas kriteria kelompok. Adalah satu bidang yang sangat penting dari budaya adalah konsensus bersama tentang siapa yang tidak termasuk dan tidak tentang kriteria untuk menentukan keanggotaan.
 3. Kekuasaan dan status. Setiap organisasi harus bekerja dengan susunan kekuasaan, kriteria dan aturan tentang bagaimana karyawan mendapatkan, memelihara dan kehilangan kekuasaan, konsensus dalam bidang ini penting untuk membantu karyawan mengendalikan perasaan agresi.
 4. Keakraban, persahabatan, dan kasih sayang. Setiap organisasi harus bekerja dengan aturan main tentang hubungan antar rekan kerja, hubungan antar karyawan yang berbeda jenis kelamin, dan cara keterbukaan dan keakraban ditangani dalam konteks pengaturan tugas-tugas organisasi.
 5. Imbalan dan sanksi. Setiap karyawan harus mengetahui tentang perilaku yang benar dan yang salah, mendapatkan tentang imbalan tentang milik, status, dan kekuasaan, serta mendapatkan sanksi dalam bentuk tidak memperoleh imbalan dan akhirnya pengucilan.
 6. Ideologi, setiap orang seperti halnya setiap masyarakat, menghadapi peristiwa yang tidak dapat dijelaskan dan tidak dapat dipahami, yang harus diberi makna sehingga karyawan dapat menghadapinya dan menghindari kebingungan dalam menghadapi peristiwa yang tidak dapat dijelaskan dan tidak dapat dikontrol.
- Sumber: diadaptasi dari Edgar H Schein (1991) *Organizational Culture and Leadership*. Jossey-bass Publisher, San Fransisca, pp52 and 66.

Karakteristik Budaya Organisasi

Budaya organisasi tidak ada begitu saja, tetapi harus diciptakan, dipelihara,

diperkuat, bahkan diubah agar sesuai dengan tuntutan internal maupun eksternal organisasi. Isi dari suatu budaya organisasi terutama berasal dari tiga sumber (Baron dan Green Berg, 1990):

1. Pendiri organisasi. Pendiri tersebut sering disebut memiliki kepribadian dinamis, nilai yang kuat, dan visi yang jelas tentang bagaimana organisasi seharusnya. Pendiri mempunyai peranan dalam menarik karyawan. Sikap dan nilai mereka siap diteruskan kepada karyawan baru. Akibatnya, pandangan mereka diterima oleh karyawan dalam organisasi dan tetap dipertahankan sepanjang pendiri berada dalam organisasi tersebut, atau bahkan setelah pendirinya meninggalkan organisasi.
2. Pengalaman organisasi menghadapi lingkungan eksternal. Penghargaan organisasi terhadap tindakan tertentu, kebijakan, produknya, mengarah pada pengembangan berbagai sikap dan nilai.
3. Karyawan, hubungan kerja. Karyawan membawa harapan, nilai, sikap mereka ke dalam organisasi. Hubungan kerja mencerminkan aktivitas utama organisasi yang membentuk sikap dan nilai. Jadi budaya organisasi sering dibentuk oleh pengaruh orang-orang yang mendirikan organisasi tersebut, oleh lingkungan eksternal dimana organisasi beroperasi, dan oleh karyawan serta hakekat dari organisasi tersebut.

Budaya mengimplikasikan adanya dimensi atau karakteristik tertentu Robbin: (1994) mengajukan sepuluh karakteristik yang jika dicampur dan dicocokkan akan mengambil esensi dari sebuah budaya organisasi sebagai karakteristik utama yang menjadi pembeda budaya organisasi, yaitu:

1. Inisiatif individual, tingkat tanggung jawab, kebebasan dan keindependenan yang dimiliki individu;
2. Toleransi terhadap tindakan beresiko, sejauh mana karyawan dianjurkan untuk bertindak agresif, inovatif dan mengambil resiko;
3. Arah, sejauh mana organisasi tersebut menciptakan dengan jelas sasaran dan harapan mengenai kerja;
4. Integrasi, tingkat sejauh mana unit-unit dalam organisasi didorong untuk bekerja dengan cara terkoordinasi;

5. Dukungan dari manajemen, tingkat sejauh mana para pemimpin memberi komunikasi yang jelas, bantuan serta dukungan terhadap bawahan mereka;
6. Kontrol, jumlah peraturan dan pengawasan langsung digunakan untuk mengawasi dan mengendalikan perilaku karyawan;
7. Identitas, tingkat sejauh mana karyawan mengidentifikasi dirinya secara keseluruhan dengan organisasinya dari pada dengan kelompok kerja tertentu atau dengan bidang keahlian profesional lainnya;
8. Sistem imbalan, tingkat sejauh mana lokasi imbalan (misalnya kenaikan gaji, promosi) didasarkan atas kriteria kinerja karyawan sebagai kebalikan dari senioritas, sikap pilih kasih dan sebagainya.
9. Toleransi terhadap konflik, tingkat sejauh mana para karyawan didorong untuk mengemukakan konflik dan kritik secara terbuka.
10. Langkah pola komunikasi, tingkat sejauh mana komunikasi organisasi dibatasi oleh hierarki kewenangan yang formal.

Dari berbagai teori dan uraian di atas bahwa peneliti akan menggunakan variabel dan dimensi dasar sebagai alat ukur, seperti yang dikemukakan Schein (1994:114). Dimensi asumsi dasar menunjukkan apa yang dipercayai oleh para anggota sebagai kenyataan dan karenanya mempengaruhi apa yang mereka pahami, pikirkan dan mereka rasakan.

Kebanyakan studi yang mengenai perilaku pemimpin berorientasi pada tugas dan hubungan dengan bawahan, dengan tujuan untuk melihat bagaimana perilaku tersebut dihubungkan dengan kriteria efektifitas pemimpin, seperti kepuasan dan kinerja bawahan. Berbagai taksonomi perilaku telah digunakan sebagai alat bantu deskriptif bagi efektifitas manajerial.

Sebagai balikan dari masalah-masalah yang berorientasi pada tugas, organisasi perlu untuk memecahkan masalah integrasi internal, termasuk kriteria untuk menentukan keanggotaan dari organisasi, dasar untuk menentukan status sebuah ideologi dalam menjelaskan peristiwa-peristiwa dan simbol-simbol sebagai fungsi penting dari budaya.

Keberhasilan suatu pemimpin pada abad ke 21 ditentukan oleh kemampuan dalam mentransformasikan diri sesuai perubahan dan memperkuat budaya yang mendukung tujuan organisasi (Hatch:1997), bila ini dapat tercipta, maka dapat dipastikan prestasi kerja pegawai akan meningkat dan dapat mempengaruhi pengembangan karier pegawai yang pada akhirnya akan sangat menentukan kinerja organisasi.

Hubungan Motivasi Dengan Kinerja

Memahami nilai dari motivasi guru yang bernilai dengan menggunakan *reward* dan *punishment* banyak pimpinan organisasi publik yang gagal karena terbentur dengan peraturan-peraturan yang ada. Motivasi merupakan akibat dari interaksi individu dan situasi.

Tentunya individu-individu berbeda dalam dorongan motivasi dasarnya. Motivasi didefinisikan sebagai satu proses yang menghasilkan suatu intensitas, arah dan ketekunan individual dalam usaha untuk mencapai tujuan.

Unsur intensitas menyangkut seberapa kerasnya seseorang berusaha. Unsur ini merupakan unsur yang paling difokuskan, bila membicarakan tentang motivasi. Akan tetapi, intensitas yang tinggi tidak akan membawa hasil yang diinginkan kecuali kalau upaya itu diarahkan ke suatu tujuan yang menguntungkan organisasi. Oleh karena itu, harus dipertimbangkan kualitas dari upaya itu maupun intensitasnya. Upaya yang diarahkan menuju konsisten dengan tujuan-tujuan organisasi adalah upaya yang seharusnya diusahakan. Akhirnya, motivasi memiliki dimensi ketekunan. Ini merupakan ukuran tentang berapa lama seseorang dapat mempertahankan usahanya. Individu-individu yang termotivasi tetap bertahan pada pekerjaan cukup lama untuk mencapai tujuan mereka.

Menurut teori motivasi yang paling di kenal baik adalah Teori Hierarki Kebutuhan dari Abraham Maslow, dengan hipotesanya bahwa di dalam diri semua manusia ada lima jenjang kebutuhan, yaitu:

1. Kebutuhan fisiologis, antara lain rasa lapar, haus, perlindungan (pakaian dan perumahan), seks, dan kebutuhan jasmani lain;

2. Kebutuhan keamanan, antara lain: keselamatan dan perlindungan terhadap kerugian fisik dan emosional;
3. Kebutuhan sosial, antara lain: mencakup kasih sayang, rasa dimiliki, diterima baik, dan persahabatan;
4. Kebutuhan penghargaan, antara lain: mencakup faktor rasa hormat internal seperti harga diri, dan prestasi, serta faktor hormat eksternal seperti status, pengakuan dan perhatian;
5. Kebutuhan aktualitas diri merupakan dorongan untuk menjadi apa yang ia mampu menjadi, mencakup pertumbuhan, mencapai potensinya dan pemenuhan diri.

Begitu tiap kebutuhan ini cukup banyak dipuaskan, kebutuhan berikutnya menjadi dominan. Dimana individu bergerak naik mengikuti anak-anak tangga hierarki. Dari titik pandang motivasi, teori ini mengatakan bahwa meskipun tidak ada kebutuhan yang pernah dipenuhi secara lengkap, namun suatu kebutuhan yang puas secara cukup banyak (substansial) tidak lagi termotivasi. Maksudnya, sebelum memotivasi perlu memahami sedang berada pada anak tangga manakah orang itu, dan memfokuskan pada pemenuhan kebutuhan-kebutuhan yang tetap atau kebutuhan di atas tingkatnya.

Maslow memisahkan kelima kebutuhan itu sebagai tingkat tinggi dan tingkat rendah. Kebutuhan psikologis dan kebutuhan akan keamanan digambarkan sebagai kebutuhan tingkat rendah, sedangkan kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan, dan aktualisasi diri sebagai kebutuhan tingkat tinggi. Perbedaan antara kedua tingkat itu berdasarkan alasan bahwa kebutuhan tingkat tinggi dipenuhi secara internal (dalam diri orang), sedangkan kebutuhan tingkat rendah terutama dipenuhi secara eksternal (dengan upah, kontrak serikat buruh, dan masa kerja). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa dari klasifikasi Maslow adalah masa-masa kecukupan ekonomi, hampir semua pekerja yang dipekerjakan secara permanen telah dipenuhi sebagian besar kebutuhan tingkat rendahnya.

Hubungan Budaya Organisasi Dengan Kinerja

Budaya organisasi dapat dipahami sebagai persepsi anggota organisasi tentang norma organisasi yang berkaitan dengan aktivitas kerja organisasi yang bersangkutan, dimana budaya organisasi mempersepsikan perilaku individu masing-masing anggota organisasi akan dipengaruhi oleh persepsi dan perilaku anggota lain dalam sistem organisasi tersebut. Ketika pihak manajemen organisasi memandang bahwa kualitas merupakan suatu hal yang mesti dilakukan dalam aktivitas kerja organisasi, maka persepsi dan perilaku anggota organisasi akan didorong oleh *values* kualitas dalam aktivitas kerja mereka.

Lebih dari setengah abad yang lalu, Kurt Lewin (dalam Reza, 1998) mengajukan tesis bahwa berbagai pola kepemimpinan manajerial akan menciptakan iklim sosial yang berbeda pula dalam organisasi. Adakalanya karyawan merasa nyaman bekerja dalam pola kepemimpinan yang bersifat demokratis, namun ada juga yang merasa produktif bila dipimpin oleh manajer otoriter.

Kinerja Guru

Kinerja merupakan terjemahan dari bahasa Inggris, *work performance* atau *job performance* tetapi dalam bahasa Inggrisnya sering disingkat menjadi *performance* saja. Kinerja dalam bahasa Indonesia disebut juga prestasi kerja. Kinerja atau prestasi kerja (*performance*) diartikan sebagai ungkapan kemampuan yang didasari oleh pengetahuan, sikap, keterampilan dan motivasi dalam menghasilkan sesuatu. Masalah kinerja selalu mendapat perhatian dalam manajemen karena sangat berkaitan dengan produktivitas lembaga atau organisasi. "*Performance = Ability x Motivation*". Faktor-faktor utama yang mempengaruhi kinerja adalah kemampuan dan kemauan. Memang diakui bahwa banyak orang mampu tetapi tidak mau sehingga tetap tidak menghasilkan kinerja. Demikian pula halnya banyak orang mau tetapi tidak mampu juga tetap tidak menghasilkan kinerja apa-apa. Kinerja adalah sesuatu yang dicapai atau prestasi yang diperlihatkan atau kemampuan bekerja, dengan kata lain bahwa kinerja dapat diartikan sebagai prestasi kerja. Henri Simamora (1997:423) menyatakan bahwa

prestasi kerja (*performance*) diartikan sebagai suatu pencapaian persyaratan pekerja tertentu yang akhirnya secara langsung dapat tercermin dari *output* yang dihasilkan baik kuantitas maupun kualitasnya. Sedang Hasibuan (2001:94) mendefinisikan prestasi kerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta waktu. Prestasi kerja merupakan gabungan dari tiga faktor penting yaitu, kemampuan dan minat seorang pekerja, kemampuan dan penerimaan atas penjelasan delegasi tugas, serta peran dan tingkat motivasi seorang pekerja. Semakin tinggi ketiga faktor di atas, semakin besarlah prestasi kerja karyawan bersangkutan.

Dari pendapat tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa apabila seorang pegawai telah memiliki kemampuan dalam penguasaan bidang pekerjaannya, mempunyai minat untuk melakukan pekerjaan tersebut, adanya kejelasan peran dan motivasi pekerjaan yang baik, maka orang tersebut memiliki landasan yang kuat untuk berprestasi lebih baik.

Ukuran kinerja secara umum yang kemudian diterjemahkan ke dalam penilaian perilaku secara mendasar meliputi: (1) kualitas kerja; (2) kuantitas kerja; (3) pengetahuan tentang pekerjaan; (4) pendapat atau pernyataan yang disampaikan; (5) keputusan yang diambil; (6) perencanaan kerja; (7) daerah organisasi kerja.

Jika kinerja adalah kuantitas dan kualitas pekerjaan yang diselesaikan oleh individu, maka kinerja merupakan *output* pelaksanaan tugas. Kinerja mempunyai hubungan yang erat dengan masalah produktivitas, karena merupakan indikator dalam menentukan bagaimana usaha untuk mencapai tingkat produktivitas yang tinggi dalam suatu organisasi. Hasibuan (1999:126) menyatakan bahwa produktivitas adalah perbandingan antara keluaran (*output*) dengan masukan (*input*). Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja menurut Sedarmayanti (2001) antara lain: (1) sikap mental (motivasi kerja, disiplin kerja, etika kerja); (2) pendidikan; (3) keterampilan; (4) manajemen kepemimpinan; (5) tingkat penghasilan; (6) gaji dan kesehatan; (7) jaminan sosial; (8) iklim kerja; (9) sarana pra sarana; (10) teknologi; (11) kesempatan berprestasi.

Bertolak dari pendapat para ahli tersebut maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan kinerja guru atau prestasi kerja (*performance*) adalah hasil yang dicapai oleh guru dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta waktu dengan *output* yang dihasilkan tercermin baik kuantitas maupun kualitasnya.

Penilaian Kinerja Guru

Tugas manajer (kepala sekolah) terhadap guru salah satunya adalah melakukan penilaian atas kinerjanya. Penilaian ini mutlak dilaksanakan untuk mengetahui kinerja yang telah dicapai oleh guru. Apakah kinerja yang dicapai setiap guru baik, sedang atau kurang. Penilaian ini penting bagi setiap guru dan berguna bagi sekolah dalam menetapkan kegiatannya.

Dengan penilaian berarti guru mendapat perhatian dari atasannya sehingga dapat mendorong mereka untuk bersemangat bekerja, tentu saja asal penilaian ini dilakukan secara objektif dan jujur serta ada tindak lanjutnya. Tindak lanjut penilaian guru ini memungkinkan untuk memperoleh imbalan balas jasa dari sekolah seperti memperoleh kenaikan jabatan seperti menjadi wakil, ketua jurusan, modal untuk mendapatkan kenaikan pangkat dengan sistem kredit.

Penilaian kinerja menurut Hendri Simamora (1997: 415) adalah alat yang berfaedah tidak hanya untuk mengevaluasi kerja dari para karyawan, tetapi juga untuk mengembangkan dan memotivasi kalangan karyawan. Sejalan dengan pendapat tersebut Hasibuan (2000:87). Penilaian prestasi adalah kegiatan manajer untuk mengevaluasi perilaku prestasi kerja karyawan serta menetapkan kebijaksanaan selanjutnya.

Dalam penilaian kinerja tidak hanya semata-mata menilai hasil fisik, tetapi pelaksanaan pekerjaan secara keseluruhan yang menyangkut berbagai bidang seperti kemampuan, kerajinan, disiplin, hubungan kerja atau hal-hal khusus sesuai bidang tugasnya semuanya layak untuk dinilai.

Unsur prestasi karyawan yang dinilai oleh setiap organisasi atau perusahaan tidaklah selalu sama, tetapi pada dasarnya unsur-unsur yang dinilai itu mencakup seperti hal-hal di atas. Demikian juga untuk menilai kinerja

guru, unsur-unsur yang telah dipaparkan di atas dapat digunakan oleh kepala sekolah untuk melakukan penilaian namun tentu saja berkaitan dengan profesinya sebagai guru dengan utamanya sebagai pengajar.

Dalam melaksanakan tugasnya, guru tidak berada dalam lingkungan yang kosong. Ia bagian dari sebuah "mesin besar" pendidikan nasional, dan karena itu ia terkait pada rambu-rambu yang telah ditetapkan secara nasional mengenai apa yang mesti dilakukannya. Namun dalam konteks profesionalisme guru dimana mengajar dianggap sebagai pekerjaan profesional, maka guru dituntut untuk profesional dalam melaksanakan tugasnya.

Makin kuatnya tuntutan akan profesionalisme guru bukan hanya berlangsung di Indonesia, melainkan di negara-negara maju. Misalnya, di Amerika Serikat isu tentang profesionalisasi guru ramai dibicarakan mulai pertengahan tahun 1980-an. Hal itu masih berlangsung hingga sekarang.

Dalam jurnal pendidikan, *Educational Leadership* edisi 1993 menurunkan laporan utama tentang soal ini (Dedi Supriadi, 1998:98). Menurut jurnal itu untuk menjadi profesional, seorang guru dituntut untuk memiliki lima hal: pertama, guru mempunyai komitmen kepada siswa dan proses belajarnya. Ini berarti bahwa komitmen tertinggi guru adalah kepada kepentingan siswa; kedua, guru menguasai secara mendalam bahan/mata pelajaran yang diajarkannya serta cara mengajarkannya kepada siswa. Bagi guru, hal ini merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan; ketiga, guru bertanggung jawab memantau hasil belajar siswa melalui berbagai teknik evaluasi, mulai cara pengamatan dalam perilaku siswa sampai tes hasil belajar; keempat, guru mampu berpikir sistematis tentang apa yang akan dilakukannya, dan belajar dari pengalamannya, artinya, harus selalu ada waktu untuk guru guna mengadakan refleksi dan koreksi terhadap apa yang dilakukannya. Untuk dapat belajar dari pengalaman, ia harus tahu mana yang benar dan salah, serta baik dan buruk dampaknya pada proses belajar siswa; kelima, guru seyogyanya merupakan bagian dari masyarakat belajar dalam lingkungan profesinya, misalnya PGRI atau organisasi profesi lainnya.

Ciri di atas terasa amat sederhana dan pragmatis. Namun justru kesederhanaan akan membuat sesuatu lebih mudah dicapai. Hal ini berbeda apabila kita bicara tentang profesionalisme guru yang cenderung ideal dalam menetapkan kriteria dan ciri. Begitu idealnya, sehingga sulit dicapai dan dinilai dengan kriteria yang terukur.

Sehubungan dengan uraian di atas maka kinerja guru yang ukur dalam penelitian ini merupakan penilaian yang dilakukan oleh kepala sekolah selaku supervisor kepada guru yang menyangkut tugasnya sebagai pengajar. Dengan demikian kita dapat menentukan hal-hal apa saja yang akan dinilai oleh kepala sekolah mengenai kinerja guru, berdasarkan kajian teori di atas kita dapat tentukan hal-hal yang dinilai yaitu terdiri kesetiaan dan komitmen yang tinggi pada tugas mengajar, menguasai dan mengembangkan bahan pelajaran, kerjasama dengan semua warga sekolah, kepemimpinan yang menjadi panutan siswa, kepribadian yang baik jujur dan objektif dalam membimbing siswa, serta tanggung jawab terhadap tugasnya.

III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah:

1. Studi dokumen

Studi dokumen merupakan kegiatan pengumpulan data tentang fokus penelitian dari sejumlah sumber tertulis seperti buku, surat kabar, jurnal penelitian, literatur, laporan penelitian. Upaya ini dilakukan untuk menggali data sekunder sebagai pijakan untuk melakukan penelitian. Buku, laporan penelitian, jurnal, literatur dimaksudkan untuk memperoleh teori dan pengetahuan yang dapat menunjang penelitian.

Dokumen berupa berbagai peraturan perundangan tentang penilaian kinerja guru, pegawai negeri sipil (PNS), guru dan dosen, dan yang lain. Sedangkan dokumen mengenai gambaran umum lokasi penelitian diperoleh dari profil sekolah dan laporan tahunan sekolah.

2. Angket

Mengumpulkan informasi dengan cara menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk menjawab secara tertulis oleh responden. Teknik pengumpulan data melalui angket untuk memperoleh data

mengenai motivasi guru dan budaya organisasi.

3. Wawancara

Pengumpulan data dengan teknik wawancara dimaksudkan untuk menggali informasi mengenai motivasi guru, budaya organisasi dan kinerja guru. Bagaimana motivasi guru dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya. Bagaimana budaya organisasi yang dikembangkan dan yang terjadi. Juga bagaimana kinerja guru selama ini. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhinya. Wawancara ini dilakukan kepada informan yang telah ditentukan, seperti kepala sekolah, staf pimpinan, guru dan siswa.

Pedoman wawancara digunakan dalam melakukan wawancara. Pedoman ini dikembangkan dari kerangka konsep dan tujuan penelitian. Sehingga cara ini diharapkan mampu membatasi meluasnya data dan informasi yang tidak sesuai dengan tujuan penelitian. Data yang diperoleh digunakan sebagai data sekunder dalam penelitian.

4. Pengamatan

Metode pengamatan dilakukan untuk melihat kondisi umum lokasi penelitian. Selain itu juga untuk melihat proses pembelajaran di sekolah, perilaku dan sikap guru secara umum, kehadiran guru, dan yang lain. Juga berkaitan dengan budaya organisasi, seperti budaya simbol, hubungan antar warga sekolah, dan sebagainya.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Motivasi guru

1. Motivasi kekuasaan yaitu merupakan dorongan untuk mempengaruhi orang-orang dan situasi lingkungan (*klien*).
2. Motivasi afiliasi yaitu merupakan dorongan untuk berhubungan dengan orang-orang atas dasar sosial.
3. Motivasi kompetensi yaitu merupakan dorongan untuk mencapai hasil kerja dengan kualitas kerja.
4. Motivasi *reward* yaitu dorongan kerja untuk mendapatkan imbalan.
5. Motivasi *punishment* yaitu dorongan bekerja karena adanya suatu peraturan-peraturan yang mengandung sanksi.

Tinggi rendahnya motivasi guru dihitung dengan kuesioner, dimana semakin tinggi skornya maka semakin tinggi motivasi kerjanya.

Budaya organisasi diukur dari dimensi asumsi dasar organisasi antara lain:

1. Terkait dengan lingkungan
Aspek ini mengamati asumsi yang lebih mendasar tentang hubungan manusia dengan alam dan lingkungan.
2. Hakekat kegiatan manusia
Aspek ini menyangkut pandangan semua anggota organisasi tentang hal-hal apa benar yang perlu dikerjakan oleh manusia atas asumsi mengenai realitas, lingkungan, dan sifat manusia di atas, apakah ia harus aktif, pasif, pengembangan pribadi, atau lainnya.
3. Hakekat realitas dan kebenaran
Aspek ini menyangkut pandangan anggota-anggota organisasi tentang kaidah linguistik dan perilaku yang menetapkan mana yang nyata dan mana yang tidak, mana yang fakta, bagaimana kebenaran akhirnya ditentukan, dan apakah kebenaran diungkapkan atau ditemukan.
4. Hakekat waktu
Aspek ini dapat berkaitan dengan pandangan anggota organisasi tentang orientasi dasar waktu.
5. Hakekat sifat manusia
Aspek ini menyangkut pandangan segenap anggota organisasi tentang apa yang dimaksud dengan manusia dan apa atribut yang dianggap intrinsik atau puncak.
6. Hakekat hubungan antar manusia
Aspek ini menyangkut pandangan manusia tentang apa yang dipandang sebagai cara yang benar bagi manusia untuk saling berhubungan, untuk mendistribusikan kekuasaan atau cinta.
7. *Homogeneity vs diversity*
Apakah kelompok yang baik itu berada dalam kondisi homogen atau berbeda, dan apakah individu dalam kelompok di dukung untuk berinovasi atautakah harus menyesuaikan visi.

Tinggi rendahnya budaya organisasi diukur dengan hasil kuesioner yang telah diedarkan, dimana semakin tinggi skornya maka semakin

tinggi pengaruh budaya organisasi tersebut.

Kinerja guru

Motivasi difokuskan kepada motivasi pencapaian dengan indikator: keinginan bekerja dan melaksanakan tugas untuk memperoleh kebanggaan pribadi, memiliki sifat-sifat seperti tekun bekerja, tabah hati, suka bekerja dengan orang yang dapat memberi sumbangan yang sempurna, sering menetapkan tahap pencapaian untuk dicapai, memberi perhatian kepada masa yang akan datang, hanya terdapat sedikit resiko gagal, dan mereka amat bertanggungjawab. Motivasi kerja diukur dari total skor yang diperoleh dari jawaban responden yang merupakan skor penilaian kemauan mereka dalam bertugas.

V. KESIMPULAN

Motivasi dan budaya organisasi berpengaruh yang signifikan terhadap kinerja guru. Meskipun terjadi signifikan tentang pengaruh motivasi dan budaya organisasi terhadap kinerja guru, namun diduga terdapat variabel yang lain yang ikut menentukan pencapaian kinerja guru.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi V. Jakarta: Rineka Cipta.
- Buchari Zainun. 1979. *Manajemen dan Motivasi*. Jakarta: Balai Aksara.
- Davis, Keith dan John W. Newstrom. 1985. *Perilaku Dalam Organisasi*. Jilid I. Edisi 7. Jakarta: Erlangga.
- Dedi Supriadi. 1998. *Mengangkat Citra dan Martabat Guru*. Yogyakarta: Adicita Karya Nusa.
- Fremont E. Kast dan James E. Rosenzweig. 1995. *Organisasi dan Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Harun Alrasyd. 1999. *Penarikan Sampel*. Bandung: Unpad.
- Hasibuan, Malayu SP. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan IV. Jakarta: Bumi Aksara
- Hasibuan, Malayu SP 1999. *Organisasi dan Motivasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Koswara E. 2000. *Motivasi Teori dan Penelitiannya*. Cetakan I. Bandung: Angkasa
- Kreitner, Robert, dan Kinicki, Angelo. 2005. *Perilaku Organisasi (Organizational Behavior)*. Buku 1 edisi 5. Diterjemahkan oleh Erly Suandy. Jakarta: Salemba Empat.
- Luthan, Fred. 1995. *Organizational Behavior. Seventh Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2005. *Perilaku dan Budaya Organisasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Maslow, Abraham H. 1954. *Motivation and Pernsonality*. New York: Harper & Row Publiser.
- Margono, S. 2003. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ma'rifah, Dewi. 2005. *Pengaruh Motivasi Kerja dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pekerja Sosial Pada Unit Pelaksana Teknis Dinas Sosial Propinsi Jawa Timur*. Laporan Penelitian Dewi Ma'rifah. Studi Pengembangan Sumber Daya Alam. Program Pasca Sarjana Universitas Pasca Sarjana. <http://www.damandiri.or.id/detal.php?id=312>. 20 Agustus 2005.
- Ndraha, Thaliziduhu. 1997. *Budaya Organisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nur Tjahjono, Binawan dan Tri Gunarsih. 2008. *Pengaruh Motivasi Kerja dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai di Lingkungan Dinas Bina*

- Marga Propinsi Jawa Tengah*. Jurnal Daya Saing. [http://eprints.UMS.ac.id/915/UMS & journals](http://eprints.UMS.ac.id/915/UMS_journals).
- Ridwan. 2005. *Skala Pengukuran Variable-variabel Penelitian*. Cetakan ketiga. Bandung: Alfabeta.
- Sedarmayanti. 2000. *Sumber Daya manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Soewarno Handyaningrat. 1982. *Pengantar Studi Administrasi dan Manajemen*. Jakarta: Gunung Agung.
- Simamora, Henri. 1999. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Simon, Herbert A. 1982. *Perilaku Administrasi: Suatu Studi Tentang Proses Pengambilan Keputusan*. Diterjemahkan oleh St. Dianjung. Jakarta: Bina Aksara.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES. Cetakan II.
- Steers, Richard. M. 1980. *Efektivitas Organisasi*. Jakarta: Erlangga.
- Sudjana. 1989. *Metoda Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Siegel, Sidney. 1994. *Statistika Non Parametrik Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sobirin. 2007. *Budaya Organisasi, Pengertian, Makna dan Aplikasinya Dalam Kehidupan Organisasi*. Jakarta: STIM YKPN. Yogyakarta. Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 1994. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Timotius. 2008. *Hubungan Motivasi Kerja Dengan Kinerja Guru di SLTP Negeri 1 Muara Lawa Kutai Barat, Kalimantan Timur*. <http://www.geocities.com/gurvalah/pelitian.html>. 7 November 2008.
- Usman, Husaini. 2008. *Manajemen. Teori Praktik dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Edisi Kedua. Bumi Aksara.
- Winardi. 1977. *Organisasi Perkantoran Modern*. Bandung: Alumni.

HUMAS DALAM STRATEGI KAMPANYE PARTAI POLITIK

Dede Apriyanti

AKOM BSI

Jl. Kamal Raya No. 18 Ringroad Barat, Cengkareng Jakarta Barat

Email: de_apriyanti@yahoo.com

Abstract

The existence of an ideal political party to activate and mobilise people, representing certain interests, a compromise of concurrent views and provide facilities for the succession of political leadership is legitimate and peace, the party also served to rational and effective link between individuals and the political system, and change the individual becomes a citizen and political system becomes a good government. PR is an important part in partisan politics, this is because political parties require support from the community in general. To gain support in the elections, then the PR carried out various activities to support the achievement of the objectives and voice to win elections. Regarding efforts to mobilize support in the vote of the party in the necessary electoral campaign strategy which can be maximum by their public relations.

Keywords: Public Relations, Campaigns, Political Parties.

Keberadaan suatu partai politik secara ideal dimaksudkan untuk mengaktifkan dan memobilisasi rakyat, mewakili kepentingan tertentu, memberikan jalan kompromi bagi pendapat yang saling bersaing serta menyediakan sarana bagi suksesi kepemimpinan politik secara absah (*legitimate*) dan damai, selain itu, partai juga berfungsi membentuk ikatan-ikatan rasional dan efektif antara individu dan sistem politik, serta mengubah individu menjadi seorang warga negara dan juga sistem politik menjadi sebuah pemerintahan yang baik. Humas merupakan suatu bagian penting dalam partai politik, hal ini dikarenakan partai politik membutuhkan dukungan dari masyarakat luas. Untuk memperoleh dukungan pada masa pemilu, maka humas akan melakukan berbagai kegiatan yang mendukung tercapainya tujuan yaitu memperoleh dukungan suara dan memenangkan pemilu. Adapun terkait dengan usaha - usaha partai untuk menggalang dukungan suara dalam pemilu diperlukan suatu strategi kampanye yang dapat dilaksanakan secara maksimal oleh humasnya.

Kata Kunci: Humas, Kampanye, Partai Politik

I. PENDAHULUAN

Politik adalah proses pembentukan dan pembagian kekuasaan dalam masyarakat yang antara lain berwujud proses pembuatan keputusan, khususnya dalam negara. Pengertian ini merupakan upaya penggabungan antara berbagai definisi yang berbeda mengenai hakikat politik yang dikenal dalam ilmu politik.

Partai Politik adalah suatu kelompok yang terorganisir yang anggota- anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai dan cita-cita yang sama, yang bertujuan untuk memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik-dengan cara konstitusional- untuk melaksanakan kebijaksanaan-kebijaksanaan mereka. (Budiardjo, 2002:160).

Dalam UU No.31 Tahun 2002 tercantum tujuan umum partai politik sebagai berikut:

- a. Mewujudkan cita-cita nasional bangsa Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- b. Mengembangkan kehidupan demokrasi berdasarkan Pancasila dengan menjunjung tinggi kedaulatan rakyat dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia.
- c. Mewujudkan kesejahteraan bagi seluruh rakyat Indonesia.

Sedangkan tujuan khusus partai politik adalah memperjuangkan cita-citanya dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.

Partai politik setidaknya memiliki lima fungsi politik yang sangat penting, yaitu:

1. Sarana sosialisasi politik di mana partai melakukan kegiatan dalam proses pembentukan sikap dan orientasi politik masyarakat.
2. Sarana komunikasi politik, yakni peran parpol sebagai agen penyampaian informasi mengenai politik dari pemerintah kepada masyarakat dan dari masyarakat kepada pemerintah.
3. Perekrutan politik di mana parpol melakukan seleksi dan pengangkatan individu atau sekelompok orang untuk melaksanakan sejumlah peran dalam sistem politik.
4. Pengelola konflik. Yaitu parpol berfungsi untuk mengendalikan konflik melalui cara-cara dialog, menampung, dan memadukan aspirasi maupun kepentingan dari pihak-pihak yang berkonflik.
5. Artikulasi dan agregasi kepentingan politik di mana parpol memiliki peran penting dalam menyalurkan aspirasi dan kepentingan pemilihnya.

Pemilu merupakan agenda penting dalam upaya mewujudkan tujuan umum dan tujuan khusus partai politik. Pemilu merupakan bentuk legitimasi yang diberikan rakyat kepada individu-individu maupun partai-partai untuk mewakilinya. Dukungan dan partisipasi rakyat dalam pesta demokrasi ini menjadi pondasi bagi legitimasi pemerintahan yang terbentuk sesudahnya. Pemilu sebagai sebuah agenda politik dalam prosedural demokrasi jelas akan membawa perubahan pada berbagai sektor. Partai pemenang pemilu yang memegang kebijakan nantinya akan menentukan kemana arah kapal kebijakan akan berlayar.

Dilihat dari beberapa penyelenggaraan pemilu, baik tahun 1999, 2004 dan tahun 2009, terjadi penggeseran sistem kampanye yaitu dari sistem kampanye konvensional seperti penggalangan masyarakat melalui acara temu kader menjadi sistem kampanye kontemporer yaitu menggunakan pendekatan melalui media massa. Kini partai politik tidak malu-malu lagi melakukan kampanye melalui iklan di media massa baik cetak maupun media elektronik selain tetap melakukan kampanye konvensional.

Dalam menggunakan media elektronik, stasiun televisi dan stasiun radio, menyiarkan kampanye partai politik, baik yang

disampaikan monologis maupun model kampanye dialogis. Dengan segala kelebihan dan kekurangannya, setiap partai politik memanfaatkan betul media elektronik sebagai ajang kampanye. Kampanye melalui media elektronik ini dirasakan lebih efektif dan lebih memenuhi sasaran untuk melakukan pendidikan politik rakyat.

Seiring dengan kecenderungan baru dimanfaatkannya media elektronik sebagai media sosialisasi dan kampanye partai, sejumlah partai politik juga secara serius menggarap pembentukan *self image* atau citra diri partai, dengan memanfaatkan jasa lembaga hubungan masyarakat (humas) yang profesional atau biro periklanan. Dengan bantuan biro periklanan itulah sejumlah partai mengemas visi, misi dan pesan atau slogan partai yang disebarluaskan ke tengah masyarakat.

Namun tidak semua partai memanfaatkan jasa biro periklanan. Ada beberapa partai lebih mempercayakan strategi kampanye partainya kepada divisi komunikasi atau hubungan masyarakat yang ada dalam kelembagaan inti partai.

Pada dasarnya, humas (hubungan masyarakat) merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi pemerintahan maupun swasta. Mulai dari yayasan, perguruan tinggi, dinas militer, partai politik sampai lembaga-lembaga pemerintah pun memerlukan humas. Kebutuhan akan kehadirannya tidak bisa dicegah, terlepas dari kita menyukainya atau tidak, karena humas merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif. Arti penting humas sebagai sumber informasi terpercaya kian terasa pada era globalisasi seperti sekarang ini.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Hubungan Masyarakat (Humas) atau *Public Relations* menyelenggarakan komunikasi timbal balik antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya untuk menciptakan saling pengertian (*Public understanding*) dan dukungan (*public support*) bagi terciptanya tujuan, kebijakan dan langkah serta tindakan organisasi atau perusahaan tersebut. Semua itu ditujukan untuk mengembangkan pengertian kemauan baik (*goodwill*) publiknya serta memperoleh opini

publik yang menguntungkan atau tindakan menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan publik.

Setiap organisasi atau perusahaan akan menganggap kehadiran fungsi Humas dalam manajemen sebagai hal yang mutlak. Humas secara mendasar menjadi tanggung jawab dari *Top Management* (pimpinan puncak). Fungsi Humas dapat diharapkan sebagai “mata”, “telinga”, dan “tangan kanan” pimpinan puncak perusahaan.

Partai politik sebagai organisasi yang membutuhkan dukungan dari masyarakat luas sangat membutuhkan humas dalam mencapai tujuan, mempertahankan citra, pembentukan opini publik, perubahan sikap dan sekaligus memenangkan persaingan yang kiat ketat diantara partai lain. Oleh karena itu banyak partai yang membentuk departemen humas dalam struktur keorganisasiannya sejak partai tersebut dideklarasikan.

Dengan dipraktekannya humas dalam organisasi sosial politik menunjukkan bahwa humas sudah dianggap sebagai bagian yang cukup membantu terhadap kelangsungan hidup partai politik, khususnya di Indonesia setelah munculnya banyak partai politik bisa dilihat dan diketahui hanya beberapa partai politik saja yang serius menanggapi departemen humas.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan. Penelitian dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang terdapat dalam buku-buku literatur, peraturan perundang-undangan, hasil seminar dan sumber lain yang terkait dengan masalah yang diteliti. Dalam penulisan ini data sekunder dikumpulkan dengan cara melakukan studi kepustakaan, yaitu pengumpulan data yang berdasarkan pada buku-buku literatur, sedangkan data primer didapat dari jurnal maupun penelitian-penelitian yang ditulis oleh peneliti sebelumnya yang terkait dengan obyek penelitian guna menghindari duplikasi penelitian.

Penulis menggunakan metode penelitian tersebut karena bermanfaat untuk hal-hal berikut: Pertama, menggali teori-teori dan konsep yang telah ditemukan oleh para ahli terdahulu. Kedua, mengikuti perkembangan penelitian dalam bidang yang akan diteliti. Ketiga, memperoleh

orientasi yang lebih luas mengenai topik yang dipilih. Keempat, memanfaatkan data sekunder. Kelima, menghindari duplikasi penelitian. Keenam, menambah ketrampilan bagaimana cara mengungkapkan buah pikiran secara sistematis kritis dan ekonomis.

Data yang diperoleh akan dianalisis secara kualitatif yaitu analisis yang dilakukan dengan memahami dan merangkai data yang telah dikumpulkan dan disusun secara sistematis, kemudian ditarik kesimpulan. Kesimpulan diambil dengan menggunakan cara berpikir deduktif yaitu cara berpikir yang mendasar kepada hal-hal yang bersifat umum dan kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat khusus.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Humas

Peranan Humas dalam suatu organisasi dapat dibagi menjadi 4 (empat) kategori (Dozier & Broom dalam Ruslan 2007:20):

a. Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*)

Seorang praktisi public relations yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*public relationship*). Hubungan praktisi pakar *public relations* dengan manajemen bertindak pasif untuk menerima atau mempercayai apa yang telah disarankan atau usulan dari pakar *public relations (expert prescriber)* tersebut dalam memecahkan dan mengatasi persoalan *public relations* yang tengah dihadapi oleh organisasi bersangkutan.

b. Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*)

Dalam hal ini, praktisi *public relations* sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Dipihak lain, dia juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik

tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

c. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving process Fasilitator*)

Peranan praktisi *public relations* dalam proses pemecahan persoalan *public relations* ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat (*adviser*) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah secara rasional dan profesional. Biasanya dalam menghadapi suatu krisis yang terjadi, maka dibentuk suatu tim posko yang dikoordinir praktisi ahli *public relations* dengan melibatkan berbagai departemen dan keahlian dalam suatu tim khusus untuk membantu organisasi, perusahaan dan produk yang tengah menghadapi atau mengatasi persoalan krisis tertentu.

d. Teknisi Komunikasi (*Technician Communication*)

Berbeda dengan tiga peranan praktisi *public relations* professional sebelumnya yang terkait erat dengan fungsi dan peranan manajemen organisasi. Peranan *communication technician* ini menjadikan praktisi *public relations* sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *method of communication organization*. Sistem komunikasi dalam organisasi tergantung dari masing-masing bagian atau tingkatan (*level*), yaitu secara teknis komunikasi, baik arus maupun media komunikasi yang dipergunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan akan berbeda dari bawahan ke tingkat atasan. Hal ini sama juga berlaku pada arus dan media komunikasi antara satu *level*, misalnya komunikasi antar karyawan satu departemen dengan lainnya (*employee relations and communications media model*).

Adapun peran humas dalam politik secara spesifik lebih ditekankan pada salah satu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi yaitu kampanye partai politik. Hal

ini terlihat dari definisi peran humas menurut Public Relations Society of America dalam Frezier (1998:328) yang didefinisikan sebagai bidang-bidang yang berhubungan :

1. Penyuluhan kepada organisasi, komite dan kandidat politik atau calon kuat untuk jabatan pemerintahan, dan kelompok politik yang diangkat untuk bertujuan mempengaruhi pemungutan suara pada setiap kartu suara
2. Pengelolaan atau pengarahannya suatu kampanye politik untuk mendukung atau menentang seorang calon untuk jabatan politik, dan atau untuk mendukung atau menentang kartu suara yang ditetapkan oleh persetujuan atau penolakan pemilih.

Seorang *public relations* di dalam suatu organisasi atau perusahaan memegang peranan yang sangat penting untuk ditumbuh kembang dan kelangsungan hidup organisasi atau perusahaan. Mengingat *public relations* sebagai kegiatan komunikasi dan jembatan bagi organisasi atau perusahaan dengan publiknya, maka di zaman sekarang ini peran *public relations* menjadi bagian sentral untuk kelangsungan hidup organisasi atau perusahaan yang mereka wakili.

Aktivitas humas sehari-hari adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two way communication*) antara organisasi dan publiknya, yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi barang atau pelayanan jasa, dan sebagainya, demi kemajuan dan reputasi positif organisasi. Jadi kegiatan PR tersebut sangat erat hubungannya dengan pembentukan opini publik dan perubahan sikap masyarakat.

Kondisi persaingan yang begitu ketat saat ini, menjadikan peranan Humas lebih diarahkan untuk memberikan peluang-peluang yang terbaik bagi partai politik yang intinya adalah efisiensi dan peningkatan kepuasan publik yang berimbang dalam jumlah suara dalam pemilihan umum, *image* positif dan reputasi bagi publiknya. Dengan berjalannya hal tersebut diharapkan juga partai politik memperoleh kepercayaan dan dukungan penuh dari masyarakat dalam pencapaian tujuan organisasi.

Kampanye

Kampanye Humas merupakan aktivitas komunikasi yang terorganisasi, secara langsung, yang ditujukan khalayak tertentu, pada periode yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan.

Kampanye PR (*public relations campaign*) dalam berkomunikasi bertujuan menciptakan pengetahuan, pengertian, pemahaman, kesadaran, minat, dan dukungan dari berbagai pihak untuk memperoleh citra bagi lembaga atau organisasi yang diwakilinya.

Ada beberapa jenis kegiatan kampanye yang umum dilakukan oleh humas, yaitu:

- a. Kampanye produk (*Product oriented campaigns*) merupakan kegiatan kampanye yang berorientasi komersial, seperti peluncuran produk baru. Kampanye ini biasanya sekaligus bermuatan kepentingan untuk membangun citra positif terhadap produk barang yang diperkenalkan ke publiknya.
- b. Kampanye pencalonan kandidat (*Candidate Oriented Campaigns*) adalah kampanye yang berorientasi politik, seperti kampanye Pemilu dan Pilkada.
- c. Kampanye ideologi atau misi sosial (*Ideological or Cause Oriented Campaigns*) adalah kampanye yang bersifat khusus keagamaan, berdimensi sosial, atau perubahan sosial, seperti melaksanakan kampanye Anti Narkoba, Anti HIV/AIDS dan Pengentasan Kemiskinan.

Kampanye bertujuan meningkatkan kesadaran dari pengetahuan khalayak, merebut perhatian serta menumbuhkan persepsi opini yang positif terhadap suatu kegiatan dari suatu lembaga atau organisasi, agar tercipta suatu kepercayaan dan citra yang baik dari masyarakat, melalui penyampaian pesan secara insentif dengan proses komunikasi dan jangka waktu tertentu yang berkelanjutan.

Secara luas, kampanye bertujuan memberikan penerangan secara terus menerus serta pengertian dan memotivasi masyarakat terhadap suatu kegiatan atau program tertentu melalui suatu teknik atau program yang

berkesinambungan dan terencana untuk mencapai publisitas dan citra positif.

Menurut Nimo (1993:192) Dalam kontes antar partai ada tiga tujuan kampanye yaitu :

1. Ada upaya untuk membangkitkan kesetiaan alami para pengikut suatu partai dan agar mereka memilih sesuai dengan kesetiaan itu.
2. Ada kegiatan untuk menjajaki warga negara yang tidak terikat pada partai dan untuk menciptakan pengidentifikasi diantara golongan independent.
3. Ada kampanye yang ditujukan pada oposisi, bukan dirancang untuk mengalihkan kepercayaan dan nilai anggota partai, melainkan untuk meyakinkan rakyat bahwa keadaan akan lebih baik jika dalam kampanye ini mereka memilih kandidat dari partai lain.

Dalam merencanakan kampanye humas ditetapkan sebuah tujuan yang realistis dari hasil akhir program kampanye yang hendak dicapai. Penetapan ini juga menentukan apakah kampanye dilaksanakan untuk tujuan jangka panjang (strategi) dan pendek (taktik pelaksanaannya) atau demi pencapaian tujuan lainnya.

Perencanaan

Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, partai politik dalam melakukan kampanye harus memiliki suatu perancangan yang strategik dan matang. Hal-hal yang menjadi pertimbangan adalah :

1. Menentukan tim sukses pemenangan pemilu yang terdiri dari pakar komunikasi, politisi, ahli hukum, public relations, wartawan dan lain-lain
2. Melakukan riset dan data untuk mengidentifikasi harapan-harapan calon pemilih, memetakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (analisis SWOT), biasanya urutan dalam melakukan riset adalah mendefinisikan permasalahan, perencanaan dan program, aksi dan komunikasi, serta evaluasi program.
3. Menentukan tujuan yang hendak dicapai, seperti menanamkan kesadaran berpolitik, menciptakan pengertian, mensosialisasikan platform partai, menyajikan visi dan misi, masyarakat

- memilih partai, dan meningkatkan perolehan suara,
4. Menentukan sasaran kampanye seperti pemerintah, masyarakat atau komunitas, konsumen, badan lembaga swadaya masyarakat, *pressure group*, *opinion leader*, *industrial relations*, *business relations*, kelompok internal dan media massa
 5. Menentukan media yang akan digunakan dalam berkampanye apakah media umum, media massa, media khusus, media internal. Media massa memainkan peran yang besar sekali, hal ini dikarenakan berita yang ditampilkan atau diekspos keluar oleh media massa merupakan cara efektif pembentukan opini publik atau masyarakat umum.
 6. Menentukan materi dan isi program kampanye seperti platform politik partai, pendapat, tulisan dan pidato oleh tokoh politisi. Dalam merancang pesan harus benar-benar memperhatikan kondisi alam pikiran calon pemilih sehingga pesan yang disampaikan akan menyentuh kebutuhan dari pemilih tersebut. Gaya bahasa yang digunakan juga harus disesuaikan dengan gaya bahasa segmen yang akan dituju. Dengan demikian setiap sasaran atau daerah yang menjadi tujuan kampanye memiliki pesan yang berbeda-beda.
 7. Menentukan teknik kampanye, humas bisa menerapkan satu atau gabungan beberapa teknik kampanye yang ada, yaitu:
 - a. Partisipasi, yaitu teknik yang mengikutsertakan atau peran serta komunikasi atau khalayak yang memancing minat atau perhatian yang sama kedalam suatu kegiatan kampanye dengan tujuan untuk menumbuhkan saling pengertian, menghargai, kerja sama dan toleransi.
 - b. Assosiasi, yaitu menyajikan isi kampanye yang berkaitan dengan suatu peristiwa atau obyek yang tengah ramai dibicarakan agar dapat memancing perhatian masyarakat.
 - c. Integratif, yaitu teknik dengan mengucapkan kata-kata tertentu yang artinya mengandung makna bahwa yang disampaikan pihak komunikator bukan untuk kepentingan dirinya tetapi untuk kepentingan bersama.
 - d. Ganjaran, yaitu mempengaruhi komunikasi dengan suatu ganjaran atau menjanjikan sesuatu dengan ‘iming-iming hadiah’ dan lain sebagainya.
 - e. Penataan patung es, yaitu suatu upaya dalam menyampaikan pesan suatu kampanye sedemikian rupa sehingga enak dilihat, didengar, dibaca, dirasakan, dan sebagainya.
 - f. Memperoleh empati, yaitu menempatkan diri dalam posisi komunikasi, ikut merasakan dan peduli situasi atau kondisi pihak komunikasi.
 - g. Koersi atau paksaan, yaitu menekankan suatu ‘paksaan’ yang dapat menimbulkan rasa ketakutan atau kekhawatiran bagi pihak komunikasi yang tidak mau tunduk melalui suatu ancaman tertentu.
 8. Menentukan fasilitas, perlengkapan, atau sarana yang akan menunjang suatu kampanye
 9. Menghimpun dana kampanye, dana merupakan aspek terpenting dan sangat menentukan terhadap sukses dan gagalnya suatu program kampanye yang akan dilakukan. Biasanya dana didapat dari iuran anggota dan pengurus, sumbangan anggota legislative dan eksekutif, sumbangan sukarela, bantuan pemerintah, simpatisan, hasil usaha kader, hibah, pinjaman lunak, serta menyelenggarakan kegiatan penggalangan dana. Menurut Kasali (1994:105), setelah memiliki dana kampanye, maka Humas dapat menyusun anggaran masing-masing kampanye untuk unsur-unsur tersebut terdiri atas ;
 - a. Hubungan dengan komunitas, pertemuan dengan masyarakat, sponsor acara kegiatan masyarakat, penyediaan sarana umum dan petugas pelayanan umum, *open house*, dan lain-lain.
 - b. Hubungan dengan karyawan dan calon karyawan, iklan penerimaan karyawan, media internal, acara khusus karyawan, upacara-upacara, dan lain-lain.
 - c. Hubungan dengan pers dan media, konferensi pers, *media tour*,

- d. Hubungan dengan konsumen, acara khusus seperti pameran, seniman, *direct mail*, pemberian sponsorship dan lain-lain.
 - e. Pemerintah, kunjungan secara tetap, pembinaan hubungan secara baik, *entertainment* secara rutin dan lain-lain.
 - f. Pemimpin opini (*opinion leader*), seminar, kunjungan informal, sponsor, dan lain-lain.
 - g. Memulihkan krisis, konsultasi, aksi, pengerahan media massa, pengerahan pembentuk opini, dan lain-lain.
 - h. Identitas korporat, biaya konsultan, desain, penerapan seperti interior, eksterior, logo, seragam karyawan, iklan dan lain-lain.
 - i. Iklan korporat, frekuensi pemuatan, ukuran iklan, jumlah media, biaya desain iklan, separasi warna, artis, percetakan, *media fee* dan lain-lain.
10. Menentukan program penggiatan kampanye (jadwal kegiatan)
11. Evaluasi, evaluasi merupakan salah satu cara untuk mengkaji keberhasilan suatu aktivitas seperti kampanye, dengan tujuan memperbaiki atau meningkatkan lagi hasil-hasil yang telah dicapai pada masa kampanye sebelumnya.

Strategi dalam komunikasi humas merupakan perpaduan antara *communication planning* (perencanaan komunikasi) dan *management communication* (komunikasi manajemen). Tujuan sentral PR adalah mengacu kepada kepentingan pencapaian sasaran (target) atau tujuan untuk menciptakan suatu citra dan reputasi positif suatu lembaga. Pembentukan, pemeliharaan dan peningkatan citra dan reputasi positif harus didukung kebijakan dan komitmen pimpinan puncak. Kemampuan berkomunikasi, baik melalui lisan maupun tulisan adalah salah satu penyampaian pesan, ide, dan gagasan program kerja, dan sekaligus membentuk opini atau menguasai pendapat umum sesuai dengan yang diinginkan komunikator.

Strategi Kampanye Humas

Strategi merupakan masalah pekerjaan yang tersulit dalam perencanaan

program kampanye Humas, karena strategi yang menentukan keberhasilan untuk pencapaian tujuannya, dalam jangka panjang dan memerlukan program terencana, terkoordinasi yang melibatkan tim kerja, memiliki prinsip-prinsip, dan termasuk gagasan, kegiatan, alokasi dana besar serta dengan taktik pelaksanaan pencapaian tujuan program (*tactical programme*) yang terukur secara rasional atau spesifik.

Strategi kampanye humas adalah usaha terkoordinir untuk mempengaruhi masyarakat, baik yang mendukung maupun tidak dalam menerima misi yang disampaikan, dengan tujuan mempengaruhi target audience untuk mengikuti keinginan organisasi atau mendukung jalannya operasi organisasi.

Menurut Horwood Childs dalam Ruslan (2003:48), ada beberapa strategi dalam kegiatan kampanye humas, yaitu sebagai berikut:

1. *Strategy of Publicity*

Melakukan kampanye untuk penyebaran pesan melalui proses publikasi dan menjalin kerja sama dengan berbagai media massa. Selain itu, dengan menggunakan taktik merekayasa suatu berita akan dapat menarik perhatian audiensi sehingga akan menciptakan publisitas yang menguntungkan, kegiatan yang termasuk adalah:

- a. Mengeluarkan *news release*
- b. Menyelenggarakan konferensi pers
- c. Membentuk *media center*
- d. Menerbitkan media partai
- e. Pembuatan atribut partai
- f. *Special event*

2. *Strategy of Persuasion*

Berkampanye untuk membujuk atau menggalang khalayak melalui teknik sugesti atau persuasi untuk mengubah opini publik dengan mengangkat segi emosional dari suatu cerita, artikel, atau fitur berlandaskan *humanity interest*. Kegiatan yang termasuk adalah dengan penayangan iklan dan iklan ucapan selamat pada hari-hari besar keagamaan di media massa baik cetak maupun elektronika.

3. *Strategy of Argumentation*

Strategi ini biasanya dipakai untuk mengantisipasi berita negatif yang kurang menguntungkan, kemudian dibentuk berita tandingan yang mengemukakan

argumentasi yang rasional agar opini publik tetap dalam posisi yang menguntungkan. Dalam hal ini, kemampuan humas sebagai komunikator yang handal diperlukan untuk mengemukakan suatu fakta yang jelas dan rasional dalam mengubah opini publik melalui berita atau statement yang dipublikasikan. Kegiatan yang termasuk adalah melakukan *talk show*, *konferensi pers* dan mengeluarkan *pers release*.

4. *Strategy of Image*

Strategi pembentukan berita yang positif dalam publikasi untuk menjaga atau menciptakan citra positif dalam publikasi untuk menjaga atau menciptakan citra positif lembaga atau organisasi termasuk produknya. Kegiatan yang termasuk adalah:

- a. Menyelenggarakan kegiatan pengerahan massa
- b. *Road show* politik ke berbagai daerah
- c. Pagelaran kesenian
- d. Pendirian posko-posko pengaduan
- e. Pembentukan program warung atau koperasi

Dalam menggunakan strategi kampanye tersebut diatas, humas dapat menggunakan satu atau gabungan dari berbagai strategi yang ada. Hal tersebut dapat disesuaikan dengan bentuk dan tujuan dari kampanye yang akan dilaksanakan.

Pelaksanaan strategi kampanye haruslah disesuaikan dengan strategi PR dalam berkomunikasi, karena dengan strategi sebaik apapun, jika tidak disampaikan dengan cara berkomunikasi yang efektif, strategi tersebut tidak akan berjalan dengan baik. Menurut Cutlip, Center dan Broom dalam Ruslan (2003:99) yang dikenal dengan istilah “7-Cs *PR Communications*”, adalah:

- a. *Credibility* (kredibilitas), dimana komunikasi itu dimulai dari suasana saling percaya yang diciptakan oleh pihak komunikator secara sungguh-sungguh, untuk melayani publiknya yang memiliki keyakinan dan respek.
- b. *Contex* (konteks), menyangkut sesuatu yang berhubungan dengan lingkungan kehidupan sosial, pesan yang harus disampaikan dengan jelas serta sikap partisipatif. Komunikasi efektif diperlukan untuk mendukung lingkungan

sosial melalui pemberitaan di berbagai media massa.

- c. *Content* (isi), pesannya menyangkut kepentingan orang banyak atau publik sehingga informasi dapat diterima sebagai sesuatu yang bermanfaat secara umum bagi masyarakat.
- d. *Clarity* (kejelasan), pesan harus disusun dengan kata-kata yang jelas, mudah dimengerti, serta memiliki pemahaman yang sama antara komunikator dan komunikan dalam hal maksud, tema dan tujuan semua pihak.
- e. *Continuity* dan *Consistency* (kontinuitas dan konsistensi), komunikasi merupakan proses yang tidak pernah berakhir, oleh karena itu dilakukan secara berulang-ulang dengan berbagai variasi pesan. Dengan cara demikian untuk mempermudah proses belajar, membujuk dan tema dari pesan-pesan tersebut harus konsisten.
- f. *Channels* (saluran), mempergunakan saluran media informasi yang tepat dan terpercaya serta dipilih oleh khalayak sebagai target sasaran. Pemakaian saluran media yang berbeda akan berbeda pula efeknya. Dengan demikian seorang Humas harus dapat memahami perbedaan dan proses penyebaran informasi secara efektif.
- g. *Capability of the Audience* (kapabilitas khalayak), memperhitungkan kemampuan yang dimiliki oleh khalayak. Komunikasi dapat menjadi efektif bagi masyarakat bila berkaitan dengan faktor – faktor yang bermanfaat seperti kebiasaan dan peningkatan kemampuan membaca dan pengembangan pengetahuan.

Penerapan strategi kampanye dapat yang diterapkan disesuaikan dengan masa periode kampanye, untuk Pemilu 2009, Komisi Pemilihan Umum menetapkan kampanye pemilu dimulai sejak 8 Juli 2008. Artinya, partai politik memiliki waktu 9 bulan untuk berkampanye menjelang hari pemungutan suara pemilu legislatif pada 5 April 2009. Kampanye yang boleh dilakukan partai politik sejak 8 Juli adalah berupa pertemuan terbatas, iklan di media massa atau penyebaran bahan kampanye untuk publik. Kampanye berupa rapat umum baru diperbolehkan pada 13 Maret 2009.

Dengan durasi masa kampanye yang panjang ini, memungkinkan partai politik besar memperoleh keuntungan, karena memiliki dukungan dana yang besar. Dengan dana yang besar, artinya parpol lebih memiliki keleluasaan untuk mengelola kampanye dan menjaring simpati publik. Sedangkan untuk partai politik kecil mendapatkan waktu yang panjang untuk menata dan mengelola strategi kampanyenya, hal tersebut dikarenakan masa kampanye yang pendek dan dukungan dana yang kecil membuat partai kecil sulit bergerak akibat luasnya wilayah dan beragamnya kondisi geografis Indonesia.

V. KESIMPULAN

Dalam melaksanakan kampanye, humas diharapkan dapat membantu organisasinya dalam mensosialisasikan kegiatan, mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, dan beradaptasi dengan lingkungan sekitar sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan organisasi. Dengan memahami hal-hal tersebut diatas, maka bisa digambarkan bagaimana pentingnya humas bagi suatu organisasi, terutama bagi partai politik yang merupakan organisasi yang membutuhkan dukungan dari masyarakat luas. Keberadaan humas dalam suatu partai politik mempunyai fungsi dan peran yang besar dalam menjaga eksistensi partai di tengah iklim demokrasi saat ini.

Kampanye yang dilakukan humas partai politik secara umum yaitu melakukan riset dan data, membentuk tim sukses pemenangan pemilu, menentukan tujuan yang hendak dicapai, menentukan sasaran atau khalayak, menentukan materi dan isi program kampanye, menentukan media yang digunakan, menentukan teknik kampanye, menentukan fasilitas dan perlengkapan, menentukan program penggiatan kampanye, menghimpun dana kampanye dan mengevaluasinya.

Strategi kampanye yang dapat digunakan dalam melaksanakan kampanye partai politik adalah *Strategy of Publicity, Strategy of Persuasion, Strategy of Argumentation, dan Strategy of Image*

SARAN

Agar kampanye yang akan dilaksanakan berjalan dengan sukses, maka sebaiknya partai politik “mempercayakan” segala sesuatunya kepada divisi Humas. Untuk memudahkan humas dalam mencapai tujuan sebagaimana diatas, maka kedudukan humas dalam partai haruslah berada pada posisi strategis didalam level management. Dengan demikian, humas memperoleh posisi yang tidak hanya secara technical operasional, melainkan mampu membuat keputusan-keputusan penting bagi partai politik. Kedudukan tersebut juga akan memungkinkan humas memperoleh akses informasi dari semua pihak, serta juga dapat menentukan langkah strategis partai dalam pencapaian tujuannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Chaidar. 1999. *Pemilu 1999: Pertarungan Ideologis Partai-Partai Islam Versus Partai-Partai Sekuler*. Jakarta: Darul Falah.
- Budiardjo, Miriam. 2002. *Dasar – dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Burningham, Burhan. 2003. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 1992. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Jefkins, Frank. 1992. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga.
- Kasali, Rhenald. 1994. *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Gratifi.
- Moloeng, Lexy. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya.

- Nasution, Zulkarimein. 1994. *Perencanaan Program Komunikasi*. Jakarta : Universitas Terbuka.
- Rakhmat, Jalaludin. 2000. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2002. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sani, Mastoni dan Sumarto Prayitno. 1994. *Dasar-Dasar Komunikasi Penyuluhan*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sanit, Arbi. 1997. *Partai, Pemilu dan Demokrasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sukarna. 1992. *Sistem Politik Indonesia III*. Bandung: Mandor Maju.
- Sumber Lain:
- Cakram Komunikasi, Majalah Periklanan, Promosi, dan Kehumasan, Edisi Oktober 2003/236.
- Wardhani, Diah. Modul Pengantar Public Relations, Pusat Pengembangan Bahan Ajar-UMB.

TEKNIK PENILAIAN BERBASIS KOMPETENSI TERHADAP KARYAWAN

Denny Erica

AKOM BSI

Jl. Ciledug Raya No. 168, Ulujami, Ciledug

Email: denny_eca@yahoo.co.id

Abstract

Company Or organization, will harvest result if employees conduct work effectively. In order to the employees give effective result, they need training. Not merely all 'professional' or all 'coach of full time' in concerned in course of this, but also the personnel manager, line manager, supervisor, and take of duty one who partake to participate effectively in that training.

With system competency-based, employees exposed to by system of training and assessment which focused at performance actual. giving framework of theory to evaluate effectiveness of training and assessment of individual performance.

Keywords : Organizational, effective Result, system competency-based

Organisasi atau perusahaan, akan menuai hasil apabila karyawannya melakukan pekerjaan dengan efektif. Agar karyawan memberikan hasil yang efektif, mereka memerlukan pelatihan. Bukan hanya para “profesional” atau para “pelatih purnawaktu” yang terlibat dalam proses ini, tetapi juga manajer personalia, manajer lini, *supervisor*, dan pemangku tugas adalah orang yang semestinya turut ambil bagian secara efektif di dalam pelatihan itu.

Dengan sistem berbasis-kompetensi, karyawan diperkenalkan dengan sistem pelatihan dan penilaian yang memfokuskan pada kinerja aktual, yang memberikan kerangka teori untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan dan penilaian kinerja individu.

Kata Kunci: Organisasi, Hasil yang efektif, Sistem berbasis-kompetensi

I. PENDAHULUAN

Gerakan berbasis-kompetensi diawali sejak tahun 1960, dimana dunia bisnis menuntut peningkatan manajemen kinerja dan pengukuran kinerja yang lebih efektif, sehingga tuntutan tersebut mendorong berbagai penelitian mengenai apa yang membuat orang menjadi efektif dan faktor apa yang membentuk orang menjadi kompeten. Dalam sistem penilaian berbasis-kompetensi, maksud dari penilaian adalah mengumpulkan bukti yang memadai bahwa individu dapat melakukan atau berperilaku sesuai standar yang ditetapkan dalam peran tertentu. Saat ini, ada dua jenis sistem berbasis-kompetensi yang berlaku, yaitu: (1) sistem berbasis-kompetensi yang memfokuskan pada “standar kinerja pekerjaan” yang berkembang di Inggris dan (2) sistem berbasis-kompetensi yang memfokuskan pada “pengembangan kompetensi” yang berkembang di Amerika Serikat.

Di Inggris, pada awal tahun 1970, program *New Training Initiative (MSC 1981)*

untuk pertama kali diluncurkan sebagai landasan standar baru (*Standards of new kinds*). Pada tahun 1986, *White Paper* dan peninjauan kembali kualifikasi keterampilan kejuruan (*vocational qualification*) mengarahkan lahirnya Program Pengembangan Standar (*Standards Development Programme*). Kemudian, *Manpower Service Commission* diberi tanggung jawab untuk mengembangkan standar kinerja pekerjaan untuk semua sektor industri.

Tinjauan terhadap kualifikasi keterampilan kejuruan juga mengarah pada pembentukan *National Council of Vocational Qualifications (NCVQ)*, dan sekarang menjadi *Qualification and Curriculum Authority (QCA)*, yang bertanggung jawab untuk mengembangkan kriteria kerangka kualifikasi baru berdasarkan standar kompetensi. Program pengembangan besar-besaran pun dimulai, badan asosiasi masing-masing industri diberi tanggung jawab mengelola proyek pengembangan standar kompetensi untuk sektornya sendiri. Sementara itu, unit

metodologi standar dari Departemen Perindustrian bertanggung jawab terhadap pengembangan standar serta penilaian dan sertifikasi terkait, dimana standar berbasis-kompetensi mencerminkan harapan kinerja ditempat kerja. Sedangkan pengembangan standar kompetensi pribadi yang melengkapi standar kompetensi kerja juga terus dilanjutkan.

Di Amerika Serikat, pada umumnya pendidikan berbasis-kompetensi berakar dari pendidikan guru, yang disebut sebagai CEBT (*competency-based education and training*). Sedangkan pengembangannya dipercepat oleh pendanaan dari US Of-ice of Education untuk mengembangkan program pelatihan model bagi guru-guru sekolah dasar. Model ini mencakup spesifikasi mengenai kompetensi atau perilaku yang harus dipelajari (penekanannya adalah pada pembelajaran), instruksi yang berdasarkan modul (*modularization of instruction*), pengalaman pribadi dan di lapangan. Penetapan model ini mengarah pada tuntutan kebijakan sertifikasi yang ditujukan untuk memperbaiki mutu sekolah melalui reformasi pendidikan guru. Model yang pertama ini dikenal sebagai pendidikan guru berbasis-kompetensi atau *performance-based teacher education* (PBTE). Model yang kedua yang banyak digunakan adalah model Hay McBer, yang dikenal dengan model Hay. Model ini mengidentifikasi karakteristik pelaksanaan berkinerja unggul (*superior performer*) dalam menjalankan peran pekerjaannya. Model ini sering dikaitkan dengan *soft skill* atau *soft competence*. Hal tersebut dikembangkan oleh McBer Corporation dan Harvard Business School. Kompetensi diperoleh melalui penggunaan metode analisis peristiwa (*incident analysis*), dengan objek penelitian orang yang sangat berprestasi atau sangat berhasil pada bidang pekerjaannya. Karakteristik dari pelaku berkinerja unggul yang berhasil diidentifikasi, dikelompokkan kedalam "kluster". Model ini telah digunakan dalam pendidikan dan pelatihan manajemen di AS dan Inggris termasuk Indonesia.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Buyung A. Syafei (2007:1), kompeten adalah ketrampilan yang diperlukan seseorang yang ditunjukkan oleh

kemampuannya untuk dengan konsisten memberikan tingkat kinerja yang memadai atau tinggi dalam suatu fungsi pekerjaan spesifik. Kompeten harus dibedakan dengan kompetensi, walaupun dalam pemakaian umum istilah ini digunakan dapat dipertukarkan. Upaya awal untuk menentukan kualitas dari manajer yang efektif didasarkan pada sejumlah sifat-sifat kepribadian dan ketrampilan manajer yang ideal. Ini adalah suatu pendekatan model input, yang fokus pada ketrampilan yang dibutuhkan untuk mengerjakan suatu pekerjaan. Ketrampilan-ketrampilan ini adalah kompetensi dan mencerminkan kemampuan potensial untuk melakukan sesuatu.. Dengan munculnya manajemen ilmiah, perhatian orang-orang berbalik lebih pada perilaku para manajer efektif dan pada hasil manajemen yang sukses. Pendekatan ini adalah suatu model output, dengan mana efektivitas manajer ditentukan, yang menunjukkan bahwa seseorang telah mempelajari bagaimana melakukan sesuatu dengan baik.

Menurut Lyle M. Spencer, Jr. dan Signe M. Spencer (1993:1), kompetensi adalah karakteristik dasar dari seseorang yang biasanya terkait dengan kinerja efektif menurut kriteria tertentu dan/atau kinerja superior dalam sebuah pekerjaan atau situasi. Selanjutnya, Lyle dan Signe menjelaskan, karakteristik dasar tersebut mengindikasikan cara berperilaku atau berpikir, berlaku dalam berbagai situasi dan bertahan hingga batas waktu yang lama.

Menurut Buyung A. Syafei (2007:1), kompetensi mencakup melakukan sesuatu, tidak hanya pengetahuan yang pasif. Seorang karyawan mungkin pandai, tetapi jika mereka tidak menterjemahkan kepandaiannya ke dalam perilaku di tempat kerja yang efektif, kependaian tidak berguna.

Kompetensi organisasi mencerminkan daftar kompetensi yang menguraikan bagaimana organisasi mengharapkan karyawan menyelesaikan pekerjaannya. Kombinasi misi, visi, nilai, kultur, dan kompetensi inti menentukan cara bekerja dalam organisasi. Setiap karyawan harus mendemonstrasikan hal tersebut dalam berbagai aspek pekerjaan. Tersusunnya kompetensi organisasi selanjutnya ditindaklanjuti dengan penentuan kompetensi di tingkat individu. Di sini kompetensi penting untuk menjelaskan

cakupan jabatan/pekerjaan. Fokusnya terletak pada kompetensi teknis dan kinerja, dua hal yang sangat vital untuk sukses.

Implementasi manajemen *human resource* berbasis kompetensi bisa saja dilakukan secara bertahap sepanjang organisasi telah menyusun agenda yang jelas untuk mewujudkan sistem kompetensi dalam manajemen *human resource*. Organisasi harus memiliki kecepatan, fleksibilitas, ekonomi, dan efektivitas untuk mendapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Dengan pemilihan dan penyusunan model kompetensi secara lengkap, setiap organisasi akan bisa menyusun, menyelaraskan, dan menilai kompetensi untuk:

1. Mengidentifikasi persyaratan kompetensi dan memiliki kompetensi berbasis individu, tim, unit, dan sebagainya.
2. Menghilangkan setiap gap kompetensi melalui seleksi efektif dan/atau training yang tepat
3. Menghargai dan mendorong secara jelas kinerja melalui sistem kompensasi.

Pada saat ini manajemen *human resource* harus diselaraskan dengan strategi bisnis, maka tuntutan terhadap manajemen *human resource* berbasis kompetensi juga semakin tinggi. Kompetensi menjadikan integrasi manajemen *human resource* dengan strategi bisnis lebih fokus sehingga memberi nilai tambah kepada keseluruhan organisasi. Selain itu, manajemen *human resource* berbasis kompetensi mendorong pemberdayaan individu maupun tim sehingga proses manajemen *human resource* yang kompleks bisa dikurangi.

Menurut Lyle M. Spencer, Jr. dan Signe M. Spencer (1993:1), pada dasarnya kompetensi membantu terwujudnya kinerja superior, namun tidak ada jaminan untuk itu. Kompetensi dimiliki oleh pekerja. Mereka menerapkannya dalam lingkungan kerja (proses, sistem, dan struktur) untuk menghasilkan output sebagai produk dari kinerja. Faktor lingkungan internal dan eksternal sangat berpengaruh dalam menentukan kinerja.

Menurut Shirley Fletcher (2005:86), mutu penilaian berbasis-kompetensi sangat ditentukan oleh ketrampilan penilainya. Salah satu keterampilan yang harus dikuasai seorang penilai adalah menilai mutu dari jenis-jenis bukti yang dikumpulkan.

Menurut Wikipedia Indonesia (2009:1), seorang penilai (*appraiser*) adalah sebuah profesi yang memiliki kualifikasi, pengetahuan, kompetensi, dan pengalaman melakukan kegiatan penilaian, sesuai dengan keahlian dan profesionalisme yang dimiliki dengan mengacu kepada standar penilaian yang berlaku. Profesi penilai di Indonesia mengacu kepada Standar Penilaian Indonesia. Standar Penilaian Indonesia (SPI) adalah Standar yang dipakai oleh Penilai untuk melakukan kegiatan penilaian. SPI bersifat wajib (*mandatory*) bagi semua Penilai yang melakukan kegiatan penilaian di Indonesia. Sifat wajib ini juga diatur di dalam Kode Etik Penilai Indonesia (KEPI). SPI ditetapkan oleh Organisasi Profesi Penilai Indonesia yang lebih dikenal sebagai Masyarakat Profesi Penilai Indonesia (MAPPI).

Tujuan Standar Penilaian Indonesia (SPI):

1. Mendorong penilai untuk secara hati-hati menentukan dan memahami kebutuhan dan persyaratan dari pemberi tugas, dan untuk memberikan kepastian kepada penilai bahwa penilai dibekali dengan suatu standar penilaian yang memadai untuk memenuhi kebutuhan tersebut.
2. Memajukan penggunaan dasar penilaian dan sasumsi secara konsisten dalam penilaian dan pemilihan dasar penilaian yang tepat sesuai dengan kebutuhan pemberi tugas
3. Membantu penilai untuk mencapai kompetensi profesional dengan standar yang relatif tinggi dalam persiapan dan pelaksanaan pekerjaan penilaian
4. Memastikan bahwa laporan penilaian yang dihasilkan tidak bersifat mendua dan bersifat komprehensif, serta mudah dimengerti yang berisi opini dan informasi, yang dibutuhkan dan harus didapatkan oleh pembacanya
5. Memastikan bahwa referensi yang dipublikasikan dalam laporan penilaian mengandung informasi yang jelas, akurat, dan memadai sehingga tidak menyesatkan.

III. METODE PENELITIAN

1. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan membaca buku literatur tentang teknik penilaian berbasis kompetensi terhadap karyawan, selain itu juga melakukan pencarian data di internet tentang tata cara pelaksanaan dan teknik penilaian berbasis kompetensi dan Standar Penilaian Indonesia (SPI).

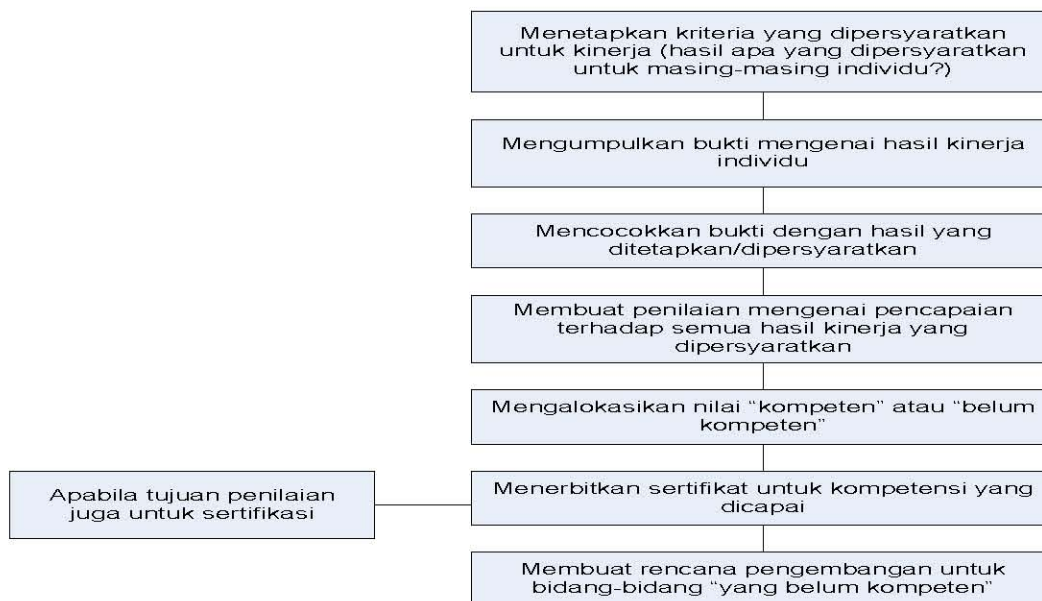
2. Observasi
Observasi dilakukan dalam bentuk observasi non perilaku yaitu dengan mengambil data-data sekunder yang terdapat di internet baik dari situs yang berkaitan dengan teknik penilaian berbasis kompetensi terhadap karyawan yang ada di Amerika dan Inggris, maupun dari situs yang berkaitan dengan penerapan teknik penilaian berbasis kompetensi yang ada di Indonesia, kemudian menganalisa data tersebut.
3. Pengambilan kesimpulan
Setelah proses analisa telah selesai dilakukan, maka dilakukan pengambilan

kesimpulan dengan cara menarik kesimpulan dari analisa data yang dilakukan sebelumnya.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Maksud dan Penggunaan Penilaian Berbasis-Kompetensi

Penilaian merupakan proses pengumpulan bukti. Semua bentuk penilaian dapat dikategorikan sebagai proses pengumpulan bukti, baik mulai dari kegiatan sehari-hari sampai ke sistem statistik yang kompleks. Hal utama yang terdapat dalam pendekatan penilaian berbasis-kompetensi, yaitu: (a) fokus pada hasil, (b) penilaian bersifat individual, (c) tidak ada nilai presentase, (d) tidak ada nilai perbandingan dengan hasil individu lain, (e) semua standar persyaratan harus dipenuhi, (f) proses berkelanjutan (mengarah pada pengembangan dan penilaian lebih lanjut), (g) penilaian hanya dibuat “kompeten” dan “belum kompeten”.



Gambar 1: Proses penilaian-penilaian berbasis-kompetensi
Sumber: Sirley Fletcher (2005:22)

Seperti telah disebutkan sebelumnya, maksud dari penilaian berbasis-kompetensi

adalah mengumpulkan bukti yang memadai untuk menunjukkan bahwa seseorang dapat

melaksanakan atau berperilaku sesuai standar tertentu pada peran tertentu. Dengan demikian, definisi tujuan penilaian berbasis-kompetensi adalah untuk mengumpulkan bukti yang memadai mengenai kinerja di tempat kerja untuk mendemonstrasikan bahwa seseorang dapat melaksanakan atau berperilaku sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dalam peran pekerjaan tertentu. Sedangkan kompetensi itu sendiri adalah hasil standar dari

pekerjaan atau perilaku standar dalam peran pekerjaan tertentu.

Penilaian berbasis-kompetensi ini sangat berbeda dengan bentuk penilaian pekerjaan tradisional di mana penilaiannya dikaitkan dengan apa yang telah dipelajari. Dalam penilaian berbasis-kompetensi, perhatian kita adalah pada apa yang dapat dilakukan oleh seseorang bukan pada apa yang diketahui.

Tabel 1 : Penilaian tradisional vs penilaian berbasis-kompetensi (sistem berorientasi kualifikasi)
Sumber: Shirley Fletcher (2005:14)

	Tradisional (berbasis-pembelajaran)	Berbasis-kompetensi (tempat kerja)
Konsep	Penilaian kemampuan atau prestasi pembelajaran	Penilaian kinerja aktual di tempat kerja
Dasar	Kurikulum, ditetapkan oleh staf pengajar/dewan secara divisional	Standar eksplisit kinerja yang dipersyaratkan yang ditetapkan oleh industry atau peneliti menggunakan kinerja unggul sebagai standarnya
Persyaratan penilaian	Penilaian merupakan bagian integral program pembelajaran	Penilaian bersifat independen dari program pembelajaran
Bukti	Bukti penilaian diambil dari hasil penugasan/ujian pelatihan Jenis bukti ditentukan dalam silabus kursus pelatihan Penilaian merujuk pada norma	Bukti penilaian dikumpulkan dari kinerja aktual di tempat kerja didukung dengan metode lain Penilaian merujuk pada kriteria atau validasi criteria, dan bersifat individual

Pengenalan sistem penilaian berbasis-kompetensi pada level, organisasi, atau departemen memiliki implikasi yang luas terhadap manajer, pelatih (instruktur), dan mereka yang dinilai (*assesse*). Namun, memiliki tujuan yang sama yaitu melakukan peningkatan manajemen kinerja dengan pengukuran kinerja yang efektif, sehingga dapat membuat seseorang menjadi lebih efektif dan berkompeten dibidangnya. Di Inggris sistem penilaian berbasis-kompetensi telah difokuskan pada pengenalan National Vocational Qualification (NVQ) dan Scottish Vocational Qualification (SVQ) di Skotlandia. Meskipun demikian, pengenalan tersebut

hanya dikonsentrasikan pada penggunaan sistem penilaian berbasis-kompetensi untuk sertifikasi.

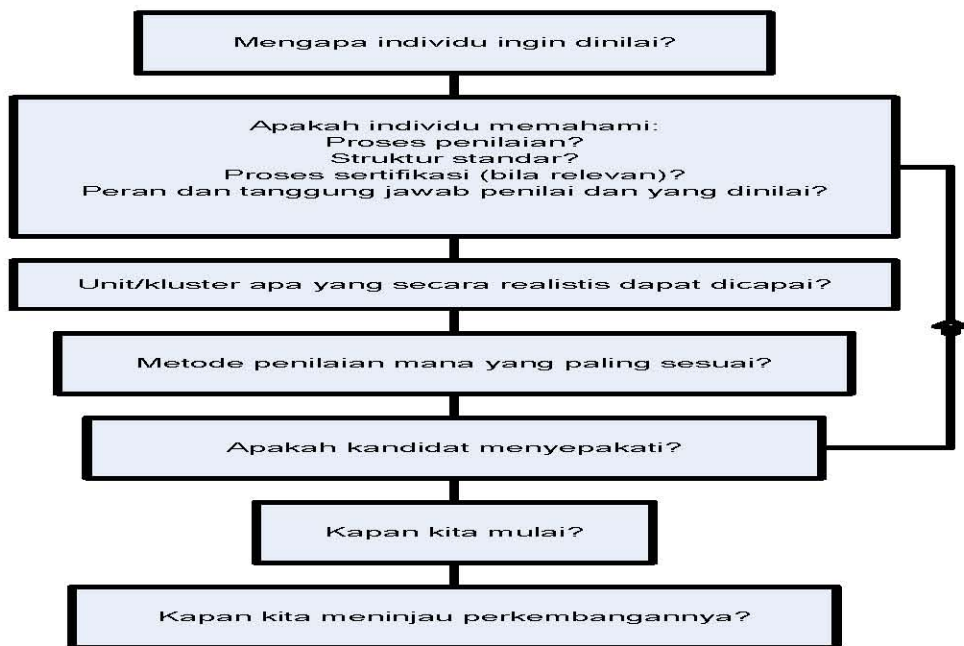
Dalam sistem berbasis-kompetensi, penilaian untuk sertifikasi adalah "sertifikasi kinerja kompeten", bukan sertifikasi kemampuan belajar atau menyelesaikan program pembelajaran. Pada sistem ini seseorang akan menerima sertifikat apabila dapat mendemonstrasikan kinerja yang memenuhi semua standar yang dipersyaratkan. Sertifikat tersebut menerangkan bahwa pemiliknya: (a) telah menghadiri atau mengikuti seminar, kursus atau pelatihan, (b) telah menyelesaikan studi atau pembelajaran,

(c) telah mendemonstrasikan bahwa teori/fakta tertentu telah dipelajari, (d) telah mencapai nilai tertentu pada ujian tertulis, (e) telah mencapai nilai tertentu pada ujian praktik.

Peraturan Metode Penilaian dan Peraturan Bukti

Sistem penilaian berbasis - kompetensi beroperasi pada basis individu. Penilai harus membuat kesepakatan mengenai rencana penilaian dengan individu yang akan dinilai. Termasuk dalam kesepakatan menetapkan unit atau kluster kompetensi yang dapat dinilai secara realistis dalam peran pekerjaan individu yang bersangkutan. Kesepakatan rencana penilaian sangat penting, karena dengan kesepakatan rencana tersebut, individu yang dinilai mengetahui bahwa penilaian dilakukan secara berkelanjutan. Individu yang

bersangkutan juga mengetahui bentuk penilaian yang akan dilakukan. Dimana pada sistem ini rencana penilaian secara terus-menerus akan ditinjau dan diperbaharui bersamaan dengan perkembangan dan pencapaian kompetensi individu yang dinilai. Apabila sistem penilaian dikaitkan dengan proses sertifikasi, terutama dengan sertifikasi nasional, dalam proses tinjauan dan pembaharuan juga mencakup penentuan rekomendasi. Agar perencanaan penilaian individu dapat berlangsung efektif, penilai harus memahami prinsip-prinsip penilaian berbasis-kompetensi dan terampil menggunakan berbagai metode penilaian. Yang perlu diingat adalah “merencanakan penilaian” dalam konteks berbasis-kompetensi tidak sama dengan “menyiapkan tes keterampilan” atau mengatur ujian.



Gambar 2 : Menyusun rencana penilaian
Sumber: Shirley Fletcher (2005:61)

Penilai harus menyepakati alasan melakukan penilaian. Apakah penilaian bertujuan agar individu yang bersangkutan dapat memperoleh sertifikasi?, apakah untuk promosi jabatan?, apakah untuk kepentingan pelatihan dan perkembangan?, apakah penilaian merupakan bagian integral dari sistem manajemen kinerja perusahaan?. Gambar 3, mengilustrasikan tahapan untuk membuat kesepakatan rencana penilaian, dan

kesepakatan harus dibuat dengan masing-masing individu yang akan dinilai. Pastikan bahwa individu yang dinilai memahami struktur unit dan standar sistem penilaian yang digunakan. Selain itu, cek juga apakah individu yang dinilai memahami proses penilaian yang akan dilewatinya. Individu yang dinilai harus tahu bahwa penilaian dilakukan secara berkelanjutan, bukan hanya satu kali. Tanggung jawab dan peran baik

individu yang dinilai ataupun penilai harus dibuat jelas.

1. Peran dan tanggung jawab individu yang dinilai mencakup:

- a. menyampaikan semua bukti yang relevan dengan penilaian berkelanjutan kepada penilai (termasuk bukti dari pengalaman masa lampau).
- b. menyepakati rencana penilaian dengan manajer lini.

2. Peran dan tanggung jawab penilai mencakup:

- a. penilai di tempat kerja biasanya adalah manajer lini, karena manajer lini adalah organisasi yang dapat mengamati secara langsung dan wajar kinerja di tempat kerja.
- b. Penilai di tempat kerja bertanggung jawab untuk menilai bukti kinerja dan memastikan bahwa bukti tersebut benar dari segi jenis ataupun mutu.
- c. Penilai di tempat kerja dapat menggunakan sejumlah metode, namun metode utama yang harus digunakan adalah observasi kinerja. Umpan balik diberikan secara individual dan teratur, serta kebutuhan pelatihan diidentifikasi selama proses penilaian.
- d. Penilai di tempat kerja juga bertanggung jawab untuk mencatat proses dan hasil penilaian. Detail bukti dan penilaian yang dibuat harus dimasukkan ke dalam catatan penilaian.

Sistem penilaian semacam ini memberikan perspektif baru di banyak organisasi. Dalam sistem berbasis-kompetensi,

penilai di tempat kerja adalah manajer lini. Oleh karena itu, semua manajer lini harus diberi keterampilan dan penerapan sistem penilaian berbasis-kompetensi. Pelatihan penilaian sistem ini kepada manajer lini dapat memberikan keuntungan jangka panjang, yaitu manajer menjadi lebih efektif dalam mengukur dan mengelola kinerja dan menjalankan pekerjaannya dengan lebih berorientasi pada orang.

Metode yang berbeda dapat digunakan untuk penilaian yang berbeda untuk menghasilkan jenis bukti yang berbeda. Ada beberapa metode penilaian, misalnya: (a) observasi kinerja, (b) uji keterampilan, (c) latihan simulasi, (d) proyek atau penugasan, (e) pertanyaan lisan, (f) ujian lisan, (g) pertanyaan tertulis dengan jawaban berganda. Dari metode tersebut ada yang menghasilkan bukti kinerja, ada pula yang menghasilkan bukti pengetahuan dan/atau aplikasi pengetahuan dan pemahaman. Penilai dapat menggunakan semua atau sebagian dari metode tersebut. Mengenai bagaimana dan kapan menggunakan metode-metode tersebut sangat dipengaruhi oleh empat komponen utama, yaitu: (a) apa yang dinilai (standar), (b) kerangka penilaian (unit/kluster), (c) konteks penilaian (kendala operasional), (d) keterampilan penilai. Pada saat mempertimbangkan metode penilaian yang akan digunakan, penilai harus mengingat pertanyaan berikut ini: (a) bukti apa yang penilai perlukan?, (b) seberapa banyak yang penilai butuhkan?, dan (c) metode apa yang dapat memberikan bukti bermutu?. Secara umum, bukti yang dihasilkan dari kegiatan di tempat kerja normal memiliki mutu tertinggi. Kita dapat mengurutkan skala mutu seperti yang diilustrasikan pada gambar 3.



Gambar 3: Mutu bukti kompetensi pekerjaan
 Sumber: Shirley Fletcher (2005:85)

Mutu penilaian berbasis-kompetensi sangat ditentukan oleh ketrampilan penilainya. Salah satu keterampilan yang harus dikuasai seorang penilai adalah menilai mutu dari jenis-jenis bukti yang dikumpulkan. Menurut Shirley Fletcher (2005:86) ada tujuh istilah untuk menggambarkan berbagai jenis bukti, yaitu:

1. **Bukti Kinerja**
 Istilah bukti kinerja merujuk pada bukti seseorang benar-benar sedang melakukan sesuatu.
2. **Bukti Pengetahuan**
 Istilah bukti pengetahuan merujuk pada bukti yang menunjukkan kemampuan individu untuk mengingat, menerapkan, dan mentransfer pengetahuan dalam lingkungan kerja.
3. **Bukti Langsung**
 Istilah bukti langsung merupakan bukti yang member informasi jelas mengenai kinerja orang yang dinilai. Bukti ini akan mengambil bentuk: (a) produk kinerja aktual, (b) hasil observasi kinerja, (c) hasil pertanyaan dari penilai.
4. **Bukti Utama**
 Istilah bukti utama merupakan bukti yang memberi informasi mengenai kinerja aktual atau penerapan pengetahuan dan

pemahaman dalam kegiatan realistik (normal) di tempat kerja.

5. **Bukti Tidak Langsung**
 Istilah bukti tidak langsung memberikan penilai informasi mengenai individu yang dinilai. Informasi tersebut dapat berbentuk: (a) referensi atau surat validasi, (b) foto pekerjaan yang telah diselesaikan, (c) rekaman audio, (d) piala dan piagam, (e) surat dan pelanggan/rekan kerja, (f) catatan produksi, (g) catatan pelatihan.
6. **Bukti Pendukung atau pelengkap**
 Istilah bukti pendukung atau pelengkap merupakan bukti tambahan terhadap bukti utama.
7. **Bukti Historis**
 Istilah bukti historis memberikan informasi mengenai prestasi (pencapaian) seseorang di masa lampau. Di Inggris, istilah ini banyak ditemukan pada literatur *accreditation of prior learning* (APL) atau akreditasi prapembelajaran.

Ada enam konsep utama yang harus diingat. Konsep-konsep ini berkaitan dengan mutu metode penilaian dan mutu bukti yang dinilai. Gambar 4, mengilustrasikan hal tersebut, dilanjutkan dengan penjelasan lebih rinci pada bagian selanjutnya.



Gambar 4 : Konsep utama dan mutu
 Sumber: Shirley Fletcher (2005:90)

3. Peraturan Metode Penilaian

a. **Transparansi**

Transparan berarti terbuka dan jelas bagi semua orang yang ingin dan menelitinya. Sistem penilaian berbasis-kompetensi harus jelas bagi semua pihak yang terlibat. Jika suatu standar dapat diakses, mudah dipahami dan memiliki makna bagi penggunaannya. Apabila rencana dan metode penilaian telah dipikirkan, maka peran dan tanggung jawab dalam penilaian menjadi lebih mudah dilakukan.

b. **Validitas**

Dalam penilaian yang direncanakan dengan baik, penilai ataupun individu yang dinilai memahami dengan jelas apa yang dinilai dan bukti apa yang dihasilkan. Selain itu, jenis dan bentuk bukti akan memberikan pembuktian realistik terhadap standar tertentu. contoh umum dari penilaian

yang tidak valid adalah tes tertulis keterampilan praktik. Penilaian yang valid untuk keterampilan praktis adalah observasi langsung.

c. Reliabilitas

Reliabilitas adalah apabila penilai yang berbeda menilai orang yang sama berdasarkan bukti yang sama akan menghasilkan keputusan yang sama. Penilaian akan bermanfaat jika hanya memiliki reliabilitas ini. Pada sistem penilaian yang didesain dengan baik, tes reliabilitas dibangun melalui pengendalian mutu dan pemantauan penilaian. Skema penilaian dalam perusahaan disebut *reliable*, apabila dua penilai yang berbeda, diberi bukti yang sama mengenai kinerja seseorang, akan menghasilkan kesimpulan yang sama.

4. Peraturan Bukti

a. Validitas

Isu yang sama, menilai apa yang ingin dinilai, muncul pada saat mempertimbangkan bukti. Penilaian utama yang harus diajukan oleh penilai mengenai bukti adalah “bukti ini member informasi apa kepada penilai?” mungkin bukti tersebut memberi tahu penilai sesuatu mengenai standar atau member tahu anda mengenai beberapa kegiatan lain yang terkait.

b. Keautentikan

Bagaimana penilai tahu kalau bukti yang diajukan benar-benar bukti mengenai kinerja individu yang akan dinilai? apakah bukti-bukti tersebut disusun sendiri, atau dalam tim? pertanyaan ini, terutama relevan apabila penilai berurusan dengan bukti historis, tetapi tetap mempertimbangkan bukti-bukti terbaru saat ini. Apabila penilai hendak menilai kompetensi seseorang berdasarkan bukti-bukti yang diajukan, keautentikan bukti-bukti tersebut harus dipertimbangkan.

c. Kebaruan

Isu kebaruan sangat relevan untuk bukti dari prestasi sebelumnya (bukti-bukti historis). Meskipun demikian,

untuk penilaian terhadap proses yang sedang berjalan di tempat kerja, isu kebaruan informasi dari bukti, adalah dengan memanfaatkan standar sebagai titik berangkatnya. penilai sangat mudah jatuh dalam perangkap dengan membuat asumsi mengenai bukti. hal ini disebabkan oleh banyaknya pengaruh terhadap proses penilaian, karena kurangnya perencanaan, atau karena penerapan peraturan penilaian yang tidak baik. Namun, penyebab paling sering dari jatuhnya penilai terhadap perangkap asumsi adalah kegagalan merujuk kepada standar yang telah ditetapkan. Bukti dapat disebut baru hanya jika informasi yang diberikan oleh bukti tersebut dapat dicocokkan dengan standar yang ditetapkan.

d. Kememadaian

Setelah penilai melakukan pengumpulan bukti dan penerapan peraturan validitas, keautentikan dan kebaruan bukti, masih ada satu pertanyaan lagi yang harus dijawab: apakah penilai memiliki cukup bukti yang bermutu baik untuk membuat keputusan yang meyakinkan mengenai kompetensi? bagi penilai baru, pertanyaan ini sangat sulit untuk dijawab. Mereka kesulitan untuk menentukan seberapa yang disebut cukup? disini kita kembali ke prinsip-prinsip penilaian berbasis-kompetensi dan format standar kompetensi pekerjaan yang diambil. Peraturan dasar penilaian berbasis-kompetensi adalah semua standar harus dinilai. Ini berarti bahwa bukti harus dikumpulkan untuk mendemonstrasikan bahwa individu yang dinilai telah menjalankan elemen-elemen dari standar dan kriteria kinerja yang terkait yang mencakup seluruh rangkaian kegiatan sebelum elemen dari standar tersebut dinyatakan telah dijalankan dengan baik dan sertifikasi untuk unit standar tersebut dikeluarkan.

Memonitor Penilai

Proses pemantauan penilai biasanya disebut sebagai verifikasi. Sistem penilaian berbasis-kompetensi harus beroperasi dalam kerangka verifikasi. Kerangka yang dipilih tergantung pada sistem yang digunakan. Setiap penilai harus dimonitor untuk memastikan reliabilitas penilaiannya. *Reliable* berarti

penilaian yang diberikan oleh seorang penilai akan sama dengan penilaian yang diberikan oleh penilai lain apabila bukti yang diberikan sama. Untuk mencapai hal itu, dibutuhkan seseorang untuk memonitoring penilai (pemerifikasi) dan koordinator pusat perusahaan



Gambar 5 : Kerangka verifikasi yang diperluas
 Sumber: Shirley Fletcher (2005:114)

Pemverifikasi internal adalah seseorang yang bekerja di perusahaan tersebut dengan posisi diatas manajer lini. Peran pemverifikasi adalah mengamati penilaian dan memastikan bahwa prosedur pengendalian mutu terjaga. Selain itu pemverifikasi internal akan memeriksa “sampel” proses penilaian dan member tanda tangan persetujuan pada catatan penilaian. Pemverifikasi internal dimonitor oleh pemverifikasi eksternal (koordinator perusahaan).

Pemverifikasi eksternal adalah orang dari badan pemberi sertifikasi (berlaku untuk sistem Inggris, sistem Hay yang banyak berlaku di Indonesia tidak mengenal pemverifikasi eksternal). Pemverifikasi secara berkala mengunjungi tempat penilaian dan member persetujuan. Pemverifikasi eksternal digunakan apabila perusahaan menggunakan sistem *National Vocational Qualification* (NVQ). Pemverifikasi eksternal akan melihat catatan penilaian individu yang dinilai dan sampel bukti yang dikumpulkan. Mereka akan mengecek apakah sistem pengendalian mutu

dioperasikan sepenuhnya atau tidak. Hasil pengecekan tersebut akan dilaporkan kepada badan pemberi sertifikasi mengenai berbagai kesulitan yang ditemui.

V. KESIMPULAN

Tidak akan banyak bermanfaat didalam mengembangkan sistem penilaian berbasis-kompetensi apabila model pemastian mutu hanya bertujuan untuk memastikan bahwa standar dan kredibilitas sistem terjaga. Apa pun tujuan pengembangan sistem tersebut, isu yang harus dibahas dalam mendesain dan/atau mengembangkan sistem pemastian mutu adalah seleksi penilai, pelatihan penilai, dan pemantauan penilai. Terdapat beberapa aspek sistem pemastian mutu dalam sistem penilaian berbasis-kompetensi. Aspek tersebut tergantung dari apakah perusahaan akan menerapkan sistem sertifikasi tingkat nasional (secara umum sistem semacam ini tidak berlaku di Indonesia) atau untuk sistem penilaian berbasis-kompetensi yang berlaku

untuk intern perusahaan sendiri. Selain itu seorang penilai harus memiliki beberapa kriteria, yang mencakup pengalaman dalam bidang pekerjaannya, pengalaman dalam melakukan supervisi/manajer lini, dan keinginan untuk melakukan penilaian. Hal tersebut harus terpenuhi karena seorang penilai merupakan orang-orang kunci dalam sistem penilaian berbasis-kompetensi.

DAFTAR PUSTAKA

Fletcher Shirley. 2005. *Competence-based Assesment Techniques*. London, Kogan Page.

Majalah Human Capital, Lyle M. Spencer, Jr. dan Signe M. Spencer, Kompetensi, Diambil dari [<http://www.portalhr.com/majalah/edisisebelumnya/strategi/1id198.html>] (Accessed 2004)

Syafei A, Buyung. Kompeten dan kompetensi. Diambil dari : [<http://deroe.wordpress.com/2007/10/05/kompeten-dan-kompetensi/>] (Accessed 5 Oktober 2007)

Wikipedia. Penilai (*appraiser*) dan standar penilaian Indonesia (SPI). Diambil dari: [http://id.wikipedia.org/wiki/Standar_Penilaian_Indonesia] (Accessed 28 Juni 2009).

IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* MELALUI PROGRAM PENGEMBANGAN MASYARAKAT

Halimatusa'diah

AKOM BSI

Jl. Ciledug Raya No. 168, Ulujami, Ciledug

Email: halimah_sadiyah78@yahoo.com

Abstract

All this from a business orientation is purely for profit (profit-oriented). The basic principle which is widely accepted in the business world is business is business. Along with the development of global environmental issues, concepts and applications growing CSR. CSR is not simply a company's social obligations, but also as the concept of sustainable development. However, many companies implement CSR merely incidental activities, such as providing assistance to victims of disaster, donations, and other forms of other charity activities. CSR is thus completed only the problem that has not been a top priority. That ultimately matters is not exactly urgent attention. Community development is one form of activity that can be implemented as a form of corporate social responsibility that can provide benefits to communities and organizations. development of a community empowerment activities as the organization's responsibility towards society in the environment and the wider community associated with the organization. This research methods literature, which is done by collecting the data contained in the books of literature, legislation, results of seminars and other resources related to the problem under study. The data obtained will be analyzed in a qualitative analysis is conducted by understanding and assemble the data that has been collected and arranged systematically, and conclusions drawn. The results showed that there are many companies that have implemented programs CSRnya through community development activities, such as: provision of capital assistance program for small businesses, partnerships with community programs, community training programs, infrastructure development programs, and various other programs that can achieve sustainable development.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Community Development

Selama ini orientasi dari sebuah usaha adalah untuk mencari keuntungan semata (*profit-oriented*). Prinsip dasar yang kemudian diterima secara luas dalam dunia usaha adalah *business is business*. Seiring dengan perkembangan isu lingkungan global, konsep dan aplikasi CSR semakin berkembang. CSR tidak semata menjadi kewajiban sosial perusahaan, namun juga sebagai konsep pengembangan yang berkelanjutan. Namun, masih banyak perusahaan yang melaksanakan CSR hanya sekadar kegiatan yang bersifat insidental, seperti pemberian bantuan untuk korban bencana, sumbangan, serta bentuk-bentuk kegiatan *charity* lainnya. Sehingga CSR tersebut hanya menuntaskan permasalahan yang belum menjadi prioritas utama. Yang pada akhirnya persoalan-persoalan yang sangat mendesak justru tidak memperoleh perhatian. Pengembangan masyarakat merupakan salah satu bentuk kegiatan yang dapat diimplementasikan sebagai salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang bisa memberikan manfaat bagi komunitas dan organisasi. pengembangan masyarakat merupakan kegiatan pemberdayaan sebagai tanggung jawab organisasi terhadap masyarakat di lingkungan sekitar dan masyarakat luas yang terkait dengan organisasi. Penelitian ini menggunakan metode kepustakaan, yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang terdapat dalam buku-buku literatur, peraturan perundang-undangan, hasil seminar dan sumber lain yang terkait dengan masalah yang diteliti. Data yang diperoleh akan dianalisis secara kualitatif yaitu analisis yang dilakukan dengan memahami dan merangkai data yang telah dikumpulkan dan disusun secara sistematis, kemudian ditarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat banyak perusahaan yang telah mengimplementasikan program CSRnya melalui kegiatan pengembangan masyarakat, seperti : Program Pemberian bantuan modal bagi pengusaha kecil, program kemitraan dengan masyarakat, program pelatihan masyarakat, program pembangunan infrastruktur, dan berbagai program lainnya sehingga dapat mewujudkan pembangunan berkelanjutan.

Kata kunci : Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Pengembangan Masyarakat

I. PENDAHULUAN

Hubungan organisasi (bisnis) dan masyarakat tidak bisa dipandang dalam konteks relasi ekonomis saja, melainkan juga dalam bentuk relasi sosial. Karena komunitas sekitar lokasi kegiatan organisasi bisa diibaratkan sebagai tetangga bila diperlakukan dengan baik maka akan menjadi kawan dan bila diperlakukan dengan buruk akan menjadi lawan, hanya masalahnya konsep berhubungan baik dengan tetangga bagi organisasi, saat ini hanya terbatas pada kegiatan yang bersifat *caritatif* (amal) dengan memberikan bantuan yang dipandang memadai untuk membangun hubungan bertetangga yang baik.

Seiring dengan perkembangan isu lingkungan global, konsep dan aplikasi CSR semakin berkembang, termasuk di Indonesia. CSR tidak semata menjadi kewajiban sosial perusahaan, namun juga dikaitkan sebagai konsep pengembangan yang berkelanjutan (*sustainable development*). Sayangnya, dikarenakan belum adanya aturan baku dan pemahaman yang sama tentang pemberdayaan masyarakat, masih banyak perusahaan yang melaksanakan CSR hanya sekedar kegiatan yang bersifat insidental, seperti pemberian bantuan untuk korban bencana, sumbangan, serta bentuk-bentuk kegiatan *charity* lainnya. Apa yang disebut sebagai persoalan oleh perusahaan tersebut cenderung merupakan persoalan dalam konteks sempit, bukan perspektif skala kebutuhan di wilayah perusahaan tersebut beroperasi. Sehingga CSR tersebut hanya menuntaskan permasalahan yang belum menjadi prioritas utama. Yang pada akhirnya persoalan-persoalan yang sangat mendesak justru tidak memperoleh perhatian. Maka dari itu, sudah seharusnya CSR tidak hanya bergerak dalam aspek *philantropy*, melainkan harus merambat naik ke tingkat pemberdayaan masyarakat (*Community Empowerment*) dan harus merupakan salah satu bagian *policy* dari pihak manajemen perusahaan.

Pengembangan masyarakat (*Community Development*) merupakan salah satu bentuk kegiatan yang dapat diimplementasikan sebagai salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang bisa memberikan manfaat bagi komunitas dan organisasi. Karenanya, permasalahan ini

menarik untuk dikaji mengingat konsep implementasi tanggung jawab sosial perusahaan yang selama ini diterapkan masih terbatas pada kegiatan sekedar membagi-bagikan hadiah atau bingkisan menjelang hari besar keagamaan atau kegiatan amal maupun kegiatan serupa pemberian bantuan setelah kejadian bencana alam terjadi dan lain-lain. Padahal seharusnya merupakan berbagai usaha yang sistematis yang dilakukan untuk memperbaiki mutu kehidupan komunitas sekitar organisasi yang salah satu caranya adalah melalui program pengembangan masyarakat sekitar organisasi tersebut berada.

Tulisan ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui program pengembangan masyarakat, yang diharapkan dapat memiliki manfaat sebagai berikut :

- 1) Manfaat teoritis, dalam tataran teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menyajikan data atau informasi yang dapat memperkaya dan memperdalam konsep mengenai arti tanggung jawab sosial perusahaan serta program-program apa yang dapat diimplementasikan dalam kegiatan tersebut. Dengan diungkapkannya mengenai konsep tanggung jawab sosial perusahaan serta program-program apa yang dapat diimplementasikan dalam kegiatan tersebut, maka diharapkan dapat memberikan bahan masukan bagi para pakar kehumasan (PR) dalam kaitannya dengan implementasi program pengembangan masyarakat sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan.
- 2) Manfaat praktis. Pada tataran praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik bagi perusahaan yang ingin mengimplementasikan tanggung jawab sosial perusahaannya maupun bagi masyarakat pada umumnya. Dari penelitian ini diharapkan dapat menemukan konsep yang jelas mengenai program pengembangan masyarakat sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Corporate Social Responsibility (CSR)

Ada banyak ragam penafsiran tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Salah satunya melihat CSR sebagai komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. (*CSR: Meeting Changing Expectations, 1999*).

World Business Council for Sustainable Development mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki mutu hidup angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan (Triantara, 2004 : 49). "*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagian sumber daya perusahaan" (Kotler & Nancy, 2005 : 4)

Sementara itu, Tamam Achda Kepala Pusat Pemberdayaan Masyarakat – Universitas Nasional dan pendiri Community Development Institute, pada Seminar Nasional: *A Promise of Gold Rating: Sustainable CSR* pada tanggal 23 Agustus 2006 mengemukakan bahwa CSR adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat tempatan. Secara teoritik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *strategic-stakeholders*-nya, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. CSR memandang perusahaan sebagai agen moral. Dengan atau tanpa aturan hukum, sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam pandangan CSR adalah pengedepanan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, dengan paling sedikit merugikan kelompok masyarakat lainnya. Salah satu

prinsip moral yang sering digunakan adalah *golden-rules*, yang mengajarkan agar seseorang atau suatu pihak memperlakukan orang lain sama seperti apa yang mereka ingin diperlakukan. Dengan begitu, perusahaan yang bekerja dengan mengedepankan prinsip moral dan etis akan memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat. Sedangkan CSR Forum mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas dan lingkungan (Wibisono, 2007: 8).

Di sisi lain, menurut Jalal dalam tulisannya yang berjudul "Mengakhiri Debat Definisi CSR" (2008) mengemukakan bahwa CSR adalah kontribusi perusahaan untuk pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan. Kalau bukan ditujukan untuk itu, maka tak bisa dianggap sebagai CSR yang substansial, melainkan sekadar kosmetik untuk perbaikan citra belaka. Jadi, dengan menggunakan pembangunan berkelanjutan sebagai konsep kunci, ada perbedaan yang tegas antara CSR dan *greenwash* alias pengelabuan citra.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap satu isu tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik. Kontribusi dari perusahaan ini bisa berupa banyak hal, misalnya : bantuan dana, bantuan tenaga ahli dari perusahaan, bantuan berupa barang dan lain-lain. Di sini perlu dibedakan antara program *Corporate Social Responsibility* dengan kegiatan *charity*. Kegiatan *charity* hanya berlangsung sekali atau sementara waktu dan biasanya justru menimbulkan ketergantungan publik terhadap perusahaan. Sementara, program *Corporate Social Responsibility* merupakan program yang berkelanjutan dan bertujuan untuk menciptakan kemandirian publik ("Paradigma Baru CSR", Oktober 2006).

Setidaknya ada tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha mesti merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya.

1. Perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan

memperhatikan kepentingan masyarakat. Perusahaan mesti menyadari bahwa mereka beroperasi dalam suatu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial ini berfungsi sebagai kompensasi atau upaya timbal balik atas penguasaan sumber daya alam dan sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang kadang bersifat ekspansif dan eksploratif, di samping sebagai kompensasi sosial karena timbulnya ketidaknyamanan (*discomfort*) pada masyarakat.

2. Kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat saling ketergantungan. Untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, *licence to operate*, wajar bila perusahaan juga dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat sehingga bias tercipta harmonisasi hubungan bahkan pendongkrakan citra dan performa perusahaan.
3. Tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial. Potensi konflik itu bias berasal akibat dampak operasional perusahaan ataupun akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan. (Wibisono : 78)

Lebih lanjut, Wibisono (2007: 66) mengemukakan bahwa perusahaan yang menjalankan model bisnisnya dengan berpijak pada prinsip-prinsip etika bisnis dan manajemen pengelolaan sumber daya alam yang strategik dan *sustainable* akan dapat menumbuhkan citra positif serta mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat. Senada dengan hal tersebut, Philip Kotler dan Nancy Lee juga mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki kemampuan untuk meningkatkan citra perusahaan karena jika perusahaan menjalankan tata kelola bisnisnya dengan baik dan mengikuti peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah maka pemerintah dan masyarakat akan memberikan keleluasaan bagi perusahaan tersebut untuk beroperasi di wilayah mereka. Citra positif ini akan menjadi asset yang sangat berharga bagi perusahaan dalam menjaga keberlangsungan hidupnya saat mengalami krisis (Kotler & Nancy, 2005).

Menurut Wibisono (2007:77), implementasi CSR di perusahaan pada

umumnya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Yang pertama adalah terkait dengan dengan komitmen pimpinannya. Perusahaan yang pimpinannya tidak tanggap dengan masalah sosial, jangan diharap akan memperdulikan aktivitas sosial. Kedua, menyangkut ukuran dan kematangan perusahaan. Perusahaan besar dan mapan lebih mempunyai potensi memberi kontribusi ketimbang perusahaan kecil dan belum mapan. Ketiga, regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah. Semakin amburadul regulasi dan penataan pajak akan membuat semakin kecil ketertarikan perusahaan untuk memberikan donasi dan sumbangan sosial kepada masyarakat. Sebaliknya, semakin kondusif regulasi atau semakin besar insentif pajak yang diberikan, akan lebih berpotensi memberikan semangat kepada perusahaan untuk berkontribusi kepada masyarakat.

Melihat pentingnya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dalam membantu perusahaan menciptakan citra positifnya maka perusahaan seharusnya melihat *Corporate Social Responsibility* bukan sebagai sentra biaya (*cost center*) melainkan sebagai sentra laba (*profit center*) di masa mendatang. Logikanya sederhana, jika *Corporate Social Responsibility* diabaikan kemudian terjadi insiden. Maka biaya yang dikeluarkan untuk biaya *recovery* bisa jadi lebih besar dibandingkan biaya yang ingin dihemat melalui peniadaan *Corporate Social Responsibility* itu sendiri. Hal ini belum termasuk pada resiko non-finansial yang berupa memburuknya citra perusahaan di mata publiknya (Wibisono, 2007 : 85).

Keuntungan Melakukan Program *Corporate Social Responsibility*

Wibisono (2007: 84) dalam bukunya, "Membedah Konsep dan Aplikasi CSR", menguraikan 10 keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan jika melakukan program *Corporate Social Responsibility*, yaitu:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan citra perusahaan. Perbuatan destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan, sebaliknya kontribusi positif pasti akan mendongkrak *image* dan reputasi positif perusahaan. *Image* / citra yang positif ini

- penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan.
2. Layak mendapatkan *social licence to operate*. Masyarakat sekitar adalah komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan keuntungan dari perusahaan, maka dengan sendirinya mereka akan merasa memiliki perusahaan. Sehingga imbalan yang diberikan kepada perusahaan adalah keleluasaan untuk menjalankan roda bisnisnya di kawasan tersebut.
 3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan. Mengelola resiko di tengah kompleksnya permasalahan perusahaan merupakan hal yang sangat penting untuk suksesnya usaha. Disharmoni dengan *stakeholders* akan mengganggu kelancaran bisnis perusahaan. Bila sudah terjadi permasalahan, maka biaya untuk *recovery* akan jauh lebih berlipat bila dibandingkan dengan anggaran untuk melakukan program *Corporate Social Responsibility*. Oleh karena itu, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* sebagai langkah preventif untuk mencegah memburuknya hubungan dengan *stakeholders* perlu mendapat perhatian.
 4. Melebarkan akses sumber daya. *Track records* yang baik dalam pengelolaan *Corporate Social Responsibility* merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.
 5. Membentangkan akses menuju market. Investasi yang ditanamkan untuk program *Corporate Social Responsibility* ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang yang lebih besar. Termasuk di dalamnya memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.
 6. Mereduksi biaya. Banyak contoh penghematan biaya yang dapat dilakukan dengan melakukan *Corporate Social Responsibility*. Misalnya: dengan mendaur ulang limbah pabrik ke dalam proses produksi. Selain dapat menghemat biaya produksi, juga membantu agar limbah buangan ini menjadi lebih aman bagi lingkungan.
 7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*. Implementasi *Corporate Social Responsibility* akan membantu menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholder*, dimana komunikasi ini akan semakin menambah *trust stakeholders* kepada perusahaan.
 8. Memperbaiki hubungan dengan regulator. Perusahaan yang melaksanakan *Corporate Social Responsibility* umumnya akan meringankan beban pemerintah sebagai regulator yang sebenarnya bertanggung jawab terhadap kesejahteraan lingkungan dan masyarakat.
 9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan. *Image* perusahaan yang baik di mata *stakeholders* dan kontribusi positif yang diberikan perusahaan kepada masyarakat serta lingkungan, akan menimbulkan kebanggaan tersendiri bagi karyawan yang bekerja dalam perusahaan mereka sehingga meningkatkan motivasi kerja mereka.
 10. Peluang mendapatkan penghargaan. Banyaknya penghargaan atau reward yang diberikan kepada pelaku *Corporate Social Responsibility* sekarang, akan menambah kans bagi perusahaan untuk mendapatkan award.

Pengembangan Masyarakat (*Community Development*)

Pengembangan masyarakat/*Community Development* pada dasarnya merupakan upaya pemberdayaan masyarakat melalui kemampuan dan potensi masyarakat yang dimiliki masyarakat itu. Dalam pengembangan masyarakat ini, masyarakat adalah partisipan sekaligus pemetik manfaat dari pembangunan. (Triantara, 2007:173)

Sementara itu, Hardiman (2005 : 20) mendefinisikan pengembangan masyarakat sebagai “Kegiatan pemberdayaan atau pembangunan masyarakat. Sebagai tanggung jawab organisasi terhadap masyarakat di lingkungan dan masyarakat luas yang terkait dengan organisasi”. Kegiatan pengembangan masyarakat bertujuan agar masyarakat bersimpati dan memberi dukungan terhadap operasional organisasi. Karena itu harus dilakukan secara intensif dan berkelanjutan.

Dalam pengertian lain yang agak disederhanakan, Mahendrawaty dan Agus Ahmad Syafei (2005:29) mengemukakan bahwa pengembangan masyarakat-atau pengembangan sumber daya manusia-ditartikan sebagai memperluas horizon pilihan bagi masyarakat banyak. Hal ini berarti bahwa masyarakat diberdayakan untuk melihat dan memilih sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa proses pengembangan dan pemberdayaan akan menyediakan sebuah ruang kepada masyarakat untuk mengadakan pilihan-pilihan. Sebab manusia atau masyarakat yang dapat memajukan pilihan-pilihan dan yang dapat memilih dengan jelas adalah masyarakat yang punya kualitas.

Seorang pakar *Community Development* Arthur Dunham dalam Mahmudisiwi (2009) merumuskan definisi *Community Development* itu sebagai berikut.

“Organized efforts to improve the conditions of community life, and the capacity for community integration and self-direction. Community Development seeks to work primarily through the enlistment and organization of self-help and cooperative efforts on the part of the residents of the community, but usually with technical assistance from government or voluntary organization.”

Rumusan di atas menekankan bahwa pembangunan masyarakat merupakan usaha-usaha yang terorganisasi yang bertujuan untuk memperbaiki kondisi kehidupan masyarakat, dan memberdayakan masyarakat untuk mampu bersatu dan mengarahkan diri sendiri. Pembangunan masyarakat bekerja terutama melalui peningkatan dari organisasi-organisasi swadaya dan usaha-usaha bersama dari individu-individu di dalam masyarakat, akan tetapi biasanya dengan bantuan teknis baik dari pemerintah maupun organisasi-organisasi sukarela.

Lebih lanjut Dunham mengemukakan 4 unsur-unsur *Community Development* sebagai berikut:

1. *A plan program with a focus on the total needs of the village community;*
2. *Technical assistance;*
3. *Integrating various specialities for the help of the community; and*

4. *A major emphasis upon self-help and participation by the residents of the community.*

Sedangkan Kindervatter dalam Iriantara (2004:173) menyatakan bahwa pengembangan masyarakat memiliki komponen-komponen sebagai berikut :

- a Berorientasi pada kebutuhan baik material maupun nonmaterial.
- b Memanfaatkan kesejatan (*endogenous*) masyarakat setempat termasuk visi dan misinya tentang masa depan.
- c Mandiri yang berarti mendasarkan pada kekuatan dan sumber daya yang dimilikinya.
- d Bersifat ekologis yang memanfaatkan sumber daya secara rasional dan penuh kesadaran.
- e Didasarkan pada transformasi struktural yang berarti adanya perubahan dalam relasi sosial, kegiatan ekonomi dan struktur kekuasaan.

Dari definisi-definisi Pengembangan Masyarakat (*Community Development*) di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. *Community Development* merupakan suatu proses pembangunan yang berkesinambungan. Artinya kegiatan itu dilaksanakan secara terorganisir dan dilaksanakan tahap demi tahap dimulai dari tahap permulaan sampai pada tahap kegiatan tindak lanjut dan evaluasi-*follow-up activity and evaluation.*
2. *Community Development* bertujuan memperbaiki-*to improve*-kondisi ekonomi, sosial, dan kebudayaan masyarakat untuk mencapai kualitas hidup yang lebih baik.
3. *Community Development* memfokuskan kegiatannya melalui pemberdayaan potensi-potensi yang dimiliki masyarakat untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka, sehingga prinsip *to help the community to help themselves* dapat menjadi kenyataan.
4. *Community Development* memberikan penekanan pada prinsip kemandirian. Artinya partisipasi aktif dalam bentuk aksi bersama - *group action* - di dalam memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan-kebutuhannya dilakukan berdasarkan potensi-potensi yang dimiliki masyarakat.

Berkaitan dengan hal tersebut, proses PR dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat diwujudkan melalui kegiatan *Community Development* atau pengembangan masyarakat sekitar organisasi. Dalam hal ini, kegiatan *Community Development* dipandang sebagai salah satu bentuk implementasi CSR.

Lebih lanjut, menurut Iriantara (2004:79) dalam kegiatan *Community Development* atau Pengembangan Masyarakat ini fokusnya adalah permasalahan yang dihadapi komunitas, bukan organisasi. Namun dampak dari penyelesaian permasalahan yang komunitas itu akan dirasakan juga oleh organisasi, mengingat program-program *Community Relations* pada dasarnya dikembangkan untuk kemaslahatan bersama organisasi dan komunitas. Lebih dari itu, bila kegiatan *Community Relations* terkoordinasi dengan strategi organisasi, bisa juga membantu organisasi dalam menghadapi berbagai tantangan yang dihadapi organisasi. Dengan demikian, kegiatan *Community Relations* pada dasarnya merupakan kegiatan yang dilakukan untuk kemaslahatan bersama, baik organisasi maupun komunitas.

Dengan demikian, menurut Iriantara (200:80) organisasi memosisikan komunitas sebagai mitra, dan konsep komunitas bukan sekedar kumpulan orang yang berdiam di sekitar wilayah operasi organisasi. *Community Relations* dianggap sebagai program tersendiri yang merupakan wujud tanggung jawab sosial organisasi. Di sini organisasi menampilkan sisi dirinya sebagai lembaga sosial, yang bersama-sama dengan komunitas berusaha memecahkan permasalahan yang dihadapi komunitas. Organisasi dan komunitas sama-sama memberikan sumber daya yang dimilikinya untuk memecahkan permasalahan dan mencapai tujuan kemaslahatan bersama.

Pendekatan-pendekatan Program Pengembangan Masyarakat

Mengutip pendapat Jack Rothman (1997), Suryadi dalam tulisannya yang berjudul "Pendekatan-pendekatan dalam Program Pengembangan Masyarakat" (2009) menguraikan ada tiga pendekatan dalam *Community Development*. Ketiga pendekatan atau model itu adalah

1. *Locality development approach*
Locality development approach beranggapan bahwa perubahan komunitas bisa terjadi optimal melalui partisipasi luas dari berbagai spektrum masyarakat di tingkat lokal dalam menetapkan tujuan dan aksi. Komunitas dibatasi oleh wilayah geografis tertentu. Tujuan dari pendekatan *locality development* adalah meningkatkan kapasitas komunitas, mengintegrasikan komunitas dan membantu komunitas lebih mandiri, sehingga mampu menyelesaikan masalah. Pendekatan ini mengasumsikan ada hubungan yang tidak serasi, ada persoalan standar moral, dan komunitasnya adalah komunitas tradisional yang statis. Penerapan pendekatan ini dalam strateginya adalah melibatkan seluruh anggota komunitas untuk mencapai konsensus melalui komunikasi dan diskusi.

Praktisi yang menjalankan *Community Development* berperan sebagai katalisator atau trainer. Praktisi sebagai katalisator mendorong pembentukan kelompok kerja untuk mencari penyelesaian masalah. Pendekatan ini melihat kekuasaan ada pada anggota di dalam struktur komunitas.

2. *Social planning approach*;
Social planning approach menggunakan proses teknis mengatasi masalah sosial (termasuk kemiskinan, perumahan, kesehatan dan lainnya) yang ada melalui perubahan yang terencana berdasarkan hasil penelitian dan perencanaan yang rasional. Praktisi berperan sebagai planner atau peneliti yang membantu melalui riset atau penelitian menentukan prioritas masalah dan menemukan kebutuhan dan keinginan komunitas. Komunitas bisa sebagian atau kelompok bisa komunitas keseluruhan (level negara).

Kemudian praktisi mencoba mencapai konsensus yang kadang melalui konflik lebih dahulu. Medium yang dipakai dalam pendekatan ini adalah organisasi formal yang dibentuk untuk menelaah data. Keterkaitan dengan kekuasaan, komunitas melihat kekuasaan sebagai "majikan" dan "sponsor" yang bukan bagian dari komunitas itu. Ada perbedaan kepentingan atau konflik di dalam komunitas.

3. *Social action approach.*

Social action approach didasarkan pada anggapan kelompok populasi yang terbelakang perlu diorganisir agar beraliansi dengan yang lainnya, dengan tujuan mendorong terjadinya respons dari komunitas yang lebih besar untuk meningkatkan sumber daya atau perlakuan yang lebih adil dan demokratis. Atau dengan kata lain kegiatan *Community Development* mencoba meningkatkan posisi tawar dari kelompok atau populasi yang termarginal dalam akses atau pemanfaatan sumber daya alam melalui perubahan institusi.

Pendekatan ini melihat ada masalah ketidakadilan sosial, peminggiran atau eksklusi, ketimpangan di dalam masyarakat atau komunitas yang lebih kecil. Setelah masalah yang ada diangkat menjadi pemahaman bersama, proses selanjutnya adalah memobilisasi komunitas untuk mengatasi masalah itu.

Pendekatan mana yang cocok untuk program *Community Development* korporasi menurut Rothman akan sangat tergantung dari visi dan misi korporasinya. Pada prakteknya, kekuatan dari ketiga pendekatan bisa disatukan untuk satu program CD yang lebih baik.

Sementara itu, Suharto dalam tulisannya yang berjudul "Metodologi Pengembangan Masyarakat" (2008) mengemukakan bahwa Pelaksanaan Pengembangan Masyarakat dapat dilakukan melalui penetapan sebuah program atau proyek pembangunan. Secara garis besar, perencanaannya dapat dilakukan dengan mengikuti 6 langkah perencanaan.

1. Perumusan masalah. Pengembangan masyarakat dilaksanakan berdasarkan masalah atau kebutuhan masyarakat setempat. Beberapa masalah yang biasanya ditangani oleh pengembangan masyarakat berkaitan dengan kemiskinan, pengangguran, kenakalan remaja, pemberantasan buta huruf, dan lain-lain. Perumusan masalah dilakukan dengan menggunakan penelitian (*survey*, wawancara, observasi), diskusi kelompok, rapat desa, dan seterusnya.
2. Penetapan program. Setelah masalah dapat diidentifikasi dan disepakati sebagai prioritas yang perlu segera

ditangani, maka dirumuskanlah program penanganan masalah tersebut.

3. Perumusan tujuan. Agar program dapat dilaksanakan dengan baik dan keberhasilannya dapat diukur perlu dirumuskan apa tujuan dari program yang telah ditetapkan. Tujuan yang baik memiliki karakteristik jelas dan spesifik sehingga tercermin bagaimana cara mencapai tujuan tersebut sesuai dengan dana, waktu dan tenaga yang tersedia.
4. Penentuan kelompok sasaran. Kelompok sasaran adalah sejumlah orang yang akan ditingkatkan kualitas hidupnya melalui program yang telah ditetapkan.
5. Identifikasi sumber dan tenaga pelaksana. Sumber adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menunjang Program kegiatan, termasuk didalamnya adalah sarana, sumber dana, dan sumber daya manusia.
6. Penentuan strategi dan jadwal kegiatan. Strategi adalah cara atau metode yang dapat digunakan dalam melaksanakan program kegiatan.
7. Monitoring dan evaluasi. Monitoring dan evaluasi dilakukan untuk memantau proses dan hasil pelaksanaan program. Apakah program dapat dilaksanakan sesuai dengan strategi dan jadwal kegiatan? Apakah program sudah mencapai hasil sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan? suatu kegiatan indikator keberhasilan.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan, Penelitian dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang terdapat dalam buku-buku literatur, peraturan perundang-undangan, majalah, hasil seminar dan sumber lain yang terkait dengan masalah yang diteliti. Dalam penulisan ini data sekunder dikumpulkan dengan cara melakukan studi kepustakaan, yaitu pengumpulan data yang berdasarkan pada buku-buku literatur. Sedangkan data primer didapat dari jurnal maupun penelitian-penelitian yang ditulis oleh peneliti sebelumnya yang terkait dengan obyek penelitian guna menghindari duplikasi penelitian.

Penulis menggunakan metode penelitian tersebut karena bermanfaat untuk

hal-hal berikut: Pertama, menggali teori-teori dan konsep yang telah ditemukan oleh para ahli terdahulu. Kedua, mengikuti perkembangan penelitian dalam bidang yang akan diteliti. Ketiga, memperoleh orientasi yang lebih luas mengenai topik yang dipilih. Keempat, memanfaatkan data sekunder. Kelima, menghindari duplikasi penelitian. Keenam, menambah ketrampilan bagaimana cara mengungkapkan buah pikiran secara sistematis kritis dan ekonomis.

Data yang diperoleh akan dianalisis secara kualitatif yaitu analisis yang dilakukan dengan memahami dan merangkai data yang telah dikumpulkan dan disusun secara sistematis, kemudian ditarik kesimpulan. Kesimpulan diambil dengan menggunakan cara berfikir deduktif yaitu cara berfikir yang mendasar kepada hal-hal yang bersifat umum dan kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat khusus.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama ini orientasi dari sebuah usaha adalah untuk mencari keuntungan semata (*profit-oriented*). Prinsip dasar yang kemudian diterima secara luas dalam dunia usaha adalah *business is business*. Dengan berpegang pada prinsip ini, sebuah perusahaan bisa menghalalkan segala macam cara untuk bisa meraih keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Sehingga seringkali terjadi gesekan-gesekan kepentingan baik di dalam internal perusahaan sendiri ataupun antara perusahaan dengan pihak eksternal. Namun, bersamaan dengan tampilnya etika bisnis, orang mulai menyadari adanya keterkaitan antara nilai-nilai spiritualitas dengan keberlanjutan dan perkembangan sebuah usaha. Dalam konteks spiritual bisnis, bisnis bukan hanya semata-mata persoalan memaksimalkan keuntungan bagi pemilik perusahaan. Tapi bagaimana bisnis yang dijalankan bisa memberikan keuntungan dan keberkahan kepada semua pihak yang terlibat didalamnya. Sehingga pada prakteknya sebuah usaha melakukan langkah-langkah yang harmonis dengan seluruh partisipan dan lingkungan tempat perusahaan berada. Singkatnya, para insan bisnis harus sadar akan nilai-nilai pragmatik nilai-nilai (*the pragmatic value of values*). Yang pada masa lalu, nilai-nilai (*values*) dianggap sebagai

sesuatu yang dikotomis dengan pengelolaan perusahaan.

Dalam konteks ini, bisnis bukan hanya semata-mata persoalan memaksimalkan keuntungan bagi pemilik perusahaan. Tapi bagaimana bisnis yang dijalankan bisa mendatangkan keuntungan yang maksimum bagi pemilik perusahaan yang didapatkan dan dicapai dengan cara lebih memanusiakan manusia, dan melakukan langkah-langkah yang harmonis dengan seluruh *stakeholder*. Lebih dari itu, belakangan ini banyak ahli bisnis merasa telah menemukan cukup kasus yang mengungkapkan bukti-bukti bahwa bisnis yang tidak etis pada jangka panjang menyimpan faktor-faktor yang menghancurkan dirinya sendiri.

Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, pelaksanaan program CSR melibatkan beberapa pihak, yaitu perusahaan, pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, perguruan tinggi tokoh-tokoh masyarakat, serta calon penerima manfaat CSR. Oleh sebab itu, menurut Solihin (2009: 145) dalam implementasi program CSR diperlukan beberapa kondisi yang akan menjamin terlaksananya implementasi program CSR dengan baik. *Kondisi pertama*, implementasi CSR memperoleh persetujuan dan dukungan dari para pihak yang terlibat. Sebagai contoh implementasi CSR harus mendapat dukungan dari manajemen puncak perusahaan sehingga pelaksanaan program CSR didukung sepenuhnya oleh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Sumber daya tersebut meliputi sumber daya *financial* dalam bentuk penyediaan anggaran untuk pelaksanaan CSR, maupun sumber daya manusia yakni para karyawan perusahaan yang diterjunkan perusahaan untuk melaksanakan program CSR.

Kondisi kedua yang harus diciptakan untuk menunjang keberhasilan implementasi program CSR adalah ditetapkannya pola hubungan di antara pihak-pihak yang terlibat secara jelas. Hal ini akan meningkatkan kualitas koordinasi pelaksanaan program CSR. Tanpa adanya pola hubungan yang jelas di antara berbagai pihak yang terlibat di dalam pelaksanaan CSR, maka kemungkinan besar pelaksanaan program CSR tersebut tidak akan berjalan secara optimal. Selain itu, tanpa adanya pola hubungan yang jelas, maka

kemungkinan program CSR tersebut untuk berlanjut (*sustainable*) akan berkurang.

Kondisi *ketiga* adalah adanya pengelolaan program yang baik. Pengelolaan program yang baik hanya dapat terwujud bila terdapat kejelasan tujuan program, terdapat kesepakatan mengenai strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan program dari para pihak yang terlibat dalam pelaksanaan CSR. Perwujudan program tersebut juga memerlukan dukungan terhadap program yang tengah dijalankan dari pihak-pihak yang terlibat dan terdapat kejelasan mengenai durasi waktu pelaksanaan program serta siapa yang bertanggung jawab untuk memelihara kontinuitas pelaksanaan kegiatan (misalnya untuk aktivitas *Community Development* dalam bentuk pemberian fasilitas produksi kepada UKM) bila program CSR sudah berakhir.

Implementasi program CSR oleh perusahaan menjadi salah satu prinsip pelaksanaan *Good Corporate Governance* (GCG), sehingga perusahaan yang melaksanakan GCG sudah seharusnya melakukan pelaksanaan CSR. Sebagaimana dijelaskan dalam pedoman umum *Good Corporate Governance* Indonesia khususnya prinsip *responsibilitas*, dinyatakan, “perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara dan berkesinambungan usaha dalam jangka panjang dan dapat pengakuan sebagai *Good Corporate Citizen*”. (Solihin, 2009: 128)

Dalam kaitannya dengan hal tersebut, untuk mewujudkan suatu program CSR sebagai kegiatan yang berkelanjutan, serta dapat memberikan sumbangsih bagi pembangunan ekonomi Indonesia, pelaksanaan CSR dapat diimplementasikan dalam wujud kegiatan pengembangan masyarakat (*Community Development*).

Wujud implementasi program CSR dalam bentuk kegiatan pengembangan masyarakat dapat dilakukan melalui berbagai program untuk menunjang terciptanya kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bentuk program pengembangan masyarakat dapat dilakukan melalui kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

1. Program pemberian bantuan modal bagi pengusaha kecil, seperti yang dilakukan oleh PT Telkom melalui program pemberian bantuan modal bagi pengusaha kecil. Mitra binaan TELKOM mendapat kucuran kredit pada Triwulan I 2008 ini, antara lain 10 mitra di bidang perindustrian sebesar Rp. 140 juta, 51 mitra usaha perdagangan (Rp. 705 juta), 2 mitra usaha peternakan (Rp. 20 juta), 2 mitra usaha perkebunan (Rp. 20 juta) dan 17 mitra usaha jasa (Rp. 258 juta). (<http://www.telkom.co.id>)
2. Program kemitraan, seperti yang dilakukan oleh PT HM Sampoerna melalui program kemitraan dengan para pembuat rokok kretek tradisional. Dan PT Unilever Indonesia melalui kemitraan dengan para petani kedelai hitam.
3. Program penyediaan sarana air bersih seperti yang dilakukan PT Aqua melalui penyediaan sarana air bersih untuk masyarakat NTT
4. Pelatihan bagi masyarakat. Seperti yang dilakukan PT Unilever Indonesia Tbk. melalui Yayasan Unilever (ULI) Peduli memberikan dukungan bagi Pengembangan masyarakat tidak mampu di Desa Ban, Bali Timur, yang telah dilakukan oleh Yayasan Ekoturin sejak tahun 1998 melalui Proyek Pengentasan Kemiskinan di Bali Timur (*East Bali Poverty Project / EBPP*). Dukungan direalisasikan melalui pembangunan Pusat Pengembangan yang akan dimanfaatkan antara lain sebagai sentra pelatihan dalam bidang pertanian organik, kebersihan dan sanitasi bagi penduduk serta untuk posyandu.
5. Program-program pengentasan kemiskinan, program ini dapat diimplementasikan melalui beberapa kegiatan berikut:
 - a Program kerja mandiri (*self employment program*) seperti program Inpres Desa Tertinggal (IDT), program ini dikeluarkan oleh pemerintah Indonesia yang berorientasi pada pengembangan masyarakat dan pengentasan kemiskinan seperti program Inpres Desa Tertinggal (IDT), program pengembangan Kecamatan (PPK),
 - b Program padat karya (*public work program*). Contohnya adalah program Inpres Desa Tertinggal yang dicanangkan pada masa pemerintahan orde baru sekitar

tahun 1994 menurut Ginandjar Kartasmita sebagai salah satu penggagas dari program ini menyatakan bahwa program ini bertujuan untuk membangkitkan keberdayaan dan kemandirian masyarakat miskin itu sendiri, pelaksanaan program ini dana yang disalurkan ke masyarakat hanya dapat digunakan untuk kegiatan produktif, dan sama sekali bukan untuk konsumtif. Dana tersebut juga hanya dimanfaatkan melalui kelompok usaha bersama, yang dibantu oleh para pendamping profesional. Dengan demikian, peran pendamping hanya bersifat sementara sehingga kelompok dapat melanjutkan usaha tersebut secara mandiri http://perpustakaan.bappenas.go.id/pls/kliping/data_access.show_file_clp...

6. Program pembangunan secara fisik atau pembangunan infrastruktur. Program pengembangan masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah selain berupa pemberian bantuan juga difokuskan dalam bentuk pembangunan secara fisik atau pembangunan infrastruktur, pemerintah mengeluarkan kebijakan melalui program Kompensasi Pengurangan Subsidi Bahan Bakar Minyak bidang Infrastruktur Pedesaan (PKPS-BBM-IP), dalam program ini lebih lanjut masing-masing desa diberi kewenangan penuh untuk menentukan bangunan fisik apa yang mereka butuhkan, termasuk di dalamnya pengelolaan dana, pembangunan ini lebih dikonsentrasikan dalam bentuk pembangunan jalan dan proyek-proyek irigasi, program ini sendiri telah *cover* sebanyak kurang lebih 11.000 desa yang tersebar di seluruh NKRI ini dengan total dana sebesar Rp. 3.342 triliun dengan nilai nominal setiap desa tidak lebih dari Rp. 250 juta. (Imanche El Rahman : 2006)

Selain itu, implementasi program *Community Development* korporasi menurut seperti Unilever, misalnya, menerapkan pendekatan *locality development* untuk komunitas yang dekat dengan pabrik atau lokasi aktivitas perusahaan. Atau jika ingin menjangkau komunitas yang lebih luas, bisa menggunakan pendekatan *social planning approach*, meskipun pada prakteknya lebih banyak pendekatan pertama yang digunakan.

Berdasarkan paparan di atas, maka jelaslah bahwa implementasi program

Rothman seperti dikutip Suryadi dalam tulisannya yang berjudul "Pendekatan-pendekatan dalam Program Pengembangan Masyarakat" (2009) akan sangat tergantung dari visi dan misi korporasinya.

Korporasi yang bersifat mengekstrak sumber daya alam, seperti perusahaan tambang, kebun, atau hutan, tidak cukup hanya menggunakan pendekatan *locality development*, misalnya, walaupun kebanyakan program CD perusahaan ekstraktif hanya menerapkan pendekatan *locality development*. Misalnya, program PT Freeport Indonesia (Kompas, Sabtu 11 Maret 2006), menyediakan dana untuk pengembangan masyarakat di wilayah kerjanya yaitu masyarakat Amungme dan Komoro. Program CD-nya juga sekedar bersifat pemadaman kebakaran ketika terjadi konflik kekuasaan atau perebutan akses pada sumber daya alam. Dan perusahaan memposisikan diri di luar komunitas, bukan sebagai bagian dari komunitas yang akan sangat mempengaruhi keberlangsungan hidup perusahaan.

Seharusnya perusahaan yang bersifat ekstraktif bisa memposisikan diri sebagai bagian dari masyarakat (*pendekatan social action*). Program Pengembangan Masyarakat harus dirancang serius melalui proses pengumpulan data (*assessment*) kebutuhan masyarakat dan persoalan yang dihadapi komunitas (*pendekatan social planning*). Setelah mendapatkan pemahaman yang benar tentang komunitas, barulah dirancang program praktis Pengembangan Masyarakatnya dengan orientasi bagaimana komunitas bisa mendapatkan posisi tawar atau akses yang lebih baik pada sumber daya alam melalui mobilisasi.

Untuk perusahaan yang non-ekstraktif seperti perusahaan *consumer goods* lebih mudah karena program Pengembangan Masyarakatnya bukan mengatasi masalah terkait dengan konflik kekuasaan. Perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bentuk Pengembangan masyarakat tidak hanya bergerak dalam aspek *philantropy*, melainkan harus merambat naik ke tingkat pemberdayaan masyarakat (*Community Empowerment*) dan harus merupakan salah satu bagian *policy* dari pihak manajemen perusahaan, sehingga dapat mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan.

Dengan demikian, agar program-program *Community Development*-Korporasi, yang dilakukan sebagai aktualisasi CSR, bisa tepat sasaran dan dapat dipantau tingkat efektivitas dan kinerjanya, maka diperlukan upaya pemantauan dan penilaian, agar dapat diketahui sejauh mana sebuah perusahaan telah menjalankan program *Community Development* secara baik dan benar (*on the right track*). Kita perlu memberikan dorongan dan stimulan agar seluruh perusahaan melaksanakan *Community Development* nya masing-masing, akan tetapi kita juga ingin agar semua kegiatan itu tidak mubazir hanya karena tidak mengikuti kaidah dan methodologi yang benar.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa implementasi program *Corporate Social Responsibility* dapat dilakukan melalui berbagai program pengembangan masyarakat (*Community Development*) yang diharapkan dapat membangun kemandirian masyarakat sehingga dapat mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan tersebut, dapat diimplementasikan dalam berbagai program seperti : Program Pemberian bantuan modal bagi pengusaha kecil, program kemitraan dengan masyarakat, program pelatihan masyarakat, penyediaan sarana air bersih, program pengentasan kemiskinan, program pembangunan infrastruktur, dan berbagai program lainnya sehingga dapat mewujudkan pembangunan berkelanjutan. Namun, kegiatan-kegiatan tersebut hendaknya disesuaikan dengan visi dan misi dari perusahaan yang bersangkutan serta disesuaikan dengan apa yang menjadi kebutuhan masyarakat setempat, sehingga kegiatan *Community Development* (Pengembangan masyarakat) dapat memberikan keuntungan pada kedua belah pihak.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Hardiman, Ima. 2007. *Seri Pintar Public Relation : 400 Istilah Public Relations Media & Periklanan*. Jakarta : Gagas Ulung

Iriantara, Yosai. 2007. *Community Relations: konsep dan aplikasinya*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset

Kasali, Rhenald. 2005. *Manajemen public relations: Konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti

Kotler, Philip; Lee, Nancy. 2005. *Corporate Image; Corporate Philanthropy; Corporations -Charitable Contributions; Social Marketing; Social Responsibility Of Busines*. New Jersey: John Wiley & Sons

Mahendrawaty, Nanih; Agus Ahmad Safei. 2000. *Pengembangan Masyarakat Islam: dari ideologi, strategi sampai tradisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat

Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah konsep dan aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing

Sumber Internet:

Achda, Tamam. 2006. *Konteks Sosiologis Perkembangan Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Implementasinya Di Indonesia* [<http://www.menlh.go.id/serbaserbi/csr/sosiologi.pdf>] (diakses pada 3 September 2009)

El Rahman, Imanche. 2006. Program Infrastruktur Pedesaan dan permasalahannya dalam perspektif otonomi [[http://sanggobiestyle.blogspot.com/2006/07/program-infrastruktur-perdesasaan dalam perspektif otonomi](http://sanggobiestyle.blogspot.com/2006/07/program-infrastruktur-perdesasaan-dalam-perspektif-otonomi)] (diakses pada 23 Juli 2009)

Jalal. 2008. Mengakhiri Debat Definisi CSR

- [<http://www.csrindonesia.com/data/articles/20080309165049-a.pdf>]
(diakses pada 6 September 2009)
- Mahmudisiwi. 2009. *Definisi Community Development*
[http://www.mahmudisiwi.net/definisi-www.unilever.co.id/id/ourcompany/beritaandmedia/siaranpers/_2005/UnileverDukungPengembanganMasyarakatMiskindiBaliTimur] (Diakses pada 3 September 2009)
- Suharto, Edi. 2008. Metodologi Pengembangan Masyarakat
[www.policy.hu/suharto/naskah%20PDF/JemberCOCD.pdf] (diakses pada 19 September 2008)
- Surjadi, Harry. 2009. pendekatan-pendekatan dalam program pengembangan masyarakat
[<http://mhs.blog.ui.ac.id/harry.surjadi-community-development/>] (Diakses pada 3 September 2009).
- Siaran Pers Unilever. 2005. Unilever Dukung Pengembangan Masyarakat Miskin Di Bali Timur [/2009/03/24] (Diakses pada 3 September 2009)
- http://perpustakaan.bappenas.go.id/pls/kliping/data_access.show_file_clp... (diakses pada 4 Juli 2009)
- Siaran Pers Telkom. 2008. Kandatel Riau Kepulauan Kucurkan Kredit Usaha 1,143 M
<http://www.telkom.co.id/telkom-peduli/pembinaan-usaha-kecil/kandatel-riau-kepulauan-kucurkan-kredit-usaha-1-143-m.html>.(diakses pada 6 agustus 2009).

PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DALAM SEBUAH ORGANISASI

Heni Rohaeni

ASM BSI

Jl. Kramat Raya No.168 Jakarta Pusat

Email: heni_rohaeni82@yahoo.co.id

Abstract

Being a leader with a leadership style that organizations aim to be the responsibility of a leader they can walk or applied in various ways, so depending on the individual leader with a distinctive image and unique personality. There are leaders who emphasize how authoritarian leadership style, democratic style, and other styles, depending on something that is closely related to the quality and uniqueness of each act as a leader. Something that believes that with his leadership style, he will still be able to carry out duties and responsibilities well.

Keywords: Leadership Style, Organization

Menjadi pemimpin dengan gaya kepemimpinan yang berbeda-beda bertujuan agar organisasi yang menjadi tanggung jawab seorang pemimpin tersebut dapat berjalan atau dilaksanakan dengan berbagai cara, sehingga sangat bergantung pada pribadi pemimpin yang dengan gambaran kepribadiannya yang khas dan unik. Ada pemimpin yang harus menekankan gaya kepemimpinannya dengan cara otoriter, gaya demokratis, dan gaya yang lain, tergantung pada sesuatu yang sangat erat hubungannya dengan kualitas dan kekhasan pada pribadi yang bertindak sebagai pemimpin. Sesuatu yang diyakini bahwa dengan gaya kepemimpinannya, ia akan tetap dapat menjalankan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik.

Kata kunci : Gaya Kepemimpinan, Organisasi

I. PENDAHULUAN

Membicarakan kepemimpinan memang menarik, pemimpin dan kepemimpinan pada hakikatnya dapat dilihat dari beberapa sudut pandang. Dari waktu ke waktu menjadi perhatian manusia, ada yang berpendapat masalah kepemimpinan itu sama dengan sejarah umat manusia. Dalam kepemimpinan dibutuhkan manusia, karena adanya suatu keterbatasan dan kelebihan-kelebihan itu pada manusia. Di satu pihak manusia memiliki kemampuan terbatas untuk memimpin, dilain pihak ada orang yang mempunyai kelebihan kemampuan untuk memimpin. Di sinilah timbulnya kebutuhan akan pemimpin dan kepemimpinan. Maka jelaslah di mana ada kumpulan manusia di situ diperlukan adanya seorang pemimpin dengan gaya dan sikap kepemimpinan yang mungkin berbeda-beda, namun diarahkan agar kumpulan manusia tersebut dapat secara bersama-sama secara teratur mencapai tujuan yang dikehendaki.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kepemimpinan

Agar memperoleh kemantapan dalam merumuskan pengertian kepemimpinan ada baiknya dikemukakan terlebih dahulu beberapa pendapat tentang kepemimpinan itu sendiri, yang di tinjau dari berbagai sudut pandang. Seperti pengertian Kepemimpinan yang diungkapkan oleh Tead dalam Sutarto (2006:12) "*Leadership is the activity of influencing people to cooperate toward some goal which come to find desirable*". (kepemimpinan adalah aktivitas mempengaruhi orang-orang agar mau bekerjasama untuk mencapai beberapa tujuan yang mereka inginkan). Lain lagi pendapat Terry dalam Thoha (2007:50) yang mengartikan "kepemimpinan adalah aktivitas untuk mempengaruhi orang-orang supaya diarahkan mencapai tujuan organisasi". Adapun pengertian kepemimpinan menurut Sutarto (2006:25) "Rangkaian kegiatan penataan berupa kemampuan mempengaruhi perilaku orang lain dalam situasi tertentu agar bersedia bekerjasama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan".

Dari pendapat-pendapat dari ahli di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pada dasarnya kepemimpinan itu merupakan suatu proses mempengaruhi dan saling pengaruh dimana mempengaruhi mengandung kesan searah, sedangkan saling pengaruh mengandung makna timbal balik.

Pendekatan Konseptual Kepemimpinan

Sebelum mencoba memahami segala sesuatu tentang kepemimpinan, diperlukan pengertian dasar yang diambil dari berbagai teori tentang kepemimpinan yang akan menjadi basis pemahaman tentang kepemimpinan itu sendiri. Adapun pengertian teori kepemimpinan menurut Kartono (2001:27) Kepemimpinan adalah penetralisasian satu seri perilaku pemimpin dan konsep-konsep kepemimpinannya, dengan menonjolkan latar belakang historis, sebab-musabab timbulnya kepemimpinan, persyaratan menjadi pemimpin, sifat-sifat utama pemimpin, tugas pokok dan fungsinya, serta etika profesi kepemimpinan. Teori pertama yang banyak digunakan adalah teori perilaku menurut Sharma dalam Prasetyo (2006:6). Teori perilaku ini dikemukakan oleh :

1. *Ohio State University*. Hasil kajian mereka mengatakan bahwa pemimpin yang baik/berhasil adalah mereka yang menciptakan struktur yang memungkinkan inisiatif ditambah dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu.
2. *University Of Michigan*. Para ahli dari universitas ini menggambarkan kepemimpinan sebagai kontinum dengan dua kutub, yaitu yang berorientasi pada manusia (karyawan/pengikut) pada satu kutub dan yang berorientasi pada produksi pada kutub yang lain.
3. Teori Atribut (*Attribution Theory*) mengatakan bahwa kepemimpinan semata-mata adalah atribut, atau cirri-ciri yang diberikan orang kepada seorang individu. Teori ini membahas ciri-ciri penting dari seorang pemimpin sehingga setiap orang yang mempunyai ciri-ciri tersebut adalah pemimpin
4. Teori berikut adalah teori yang menyatakan bahwa kepemimpinan itu adalah sifat atau karakteristik yang dibawa seseorang sejak lahir. Jadi menurut teori ini kepemimpinan adalah bakat alam yang tidak bisa dipelajari.
5. Teori Transaksional yang mengatakan bahwa perilaku seseorang dalam

hubungannya dengan orang lain, termasuk pemimpinnya, adalah hasil dari transaksi semata.

6. Teori Situasional dari Hersey dan Blanchard. Teori ini mengatakan bahwa ada pola hubungan tertentu antara pemimpin dan pengikut, dan hubungan ini bersama-sama dengan struktur tugas yang ditentukan, menentukan kepemimpinan macam apa yang harus dipraktikkan.
7. Teori Jalur pencapaian tujuan (*Goal-path Theory*) dari Robert House (1971). Menurut teori ini perilaku pemimpin dapat diterima oleh pengikutnya apabila pengikutnya apabila pengikut menganggap perilaku itu merupakan sumber pemuasan kebutuhan saat itu ataupun di masa mendatang.

Dari teori-teori tersebut di atas ada tiga teori yang menonjol dalam menjelaskan kemunculan pemimpin menurut Kartono (2001:29) yaitu:

1. Teori genetis menyatakan sebagai berikut:
 - a. Pemimpin itu tidak dibuat, akan tetapi lahir jadi pemimpin oleh bakat-bakat alami yang luar biasa sejak lahirnya.
 - b. Dia ditakdirkan lahir menjadi pemimpin dalam situasi kondisi yang bagaimanapun juga, yang khusus.
 - c. Secara filsafati, teori tersebut menganut pandangan deterministik
2. Teori sosial (lawan teori genetis) menyatakan sebagai berikut:
 - a. Pemimpin itu harus disiapkan, dididik, dan dibentuk, tidak terlahirkan begitu saja.
 - b. Setiap orang bisa menjadi pemimpin, melalui usaha penyiapan dan pendidikan, serta didorong oleh kemauan sendiri.
3. Teori Ekologis atau sistetis (muncul sebagai reaksi dari kedua teori lebih dahulu), Menyatakan sebagai berikut: seorang akan sukses menjadi pimpinan, bila sejak lahirnya dia telah memiliki bakat-bakat kepemimpinan, dan bakat-bakat ini sempat dikembangkan melalui pengalaman dan usaha pendidikan; juga sesuai dengan tuntutan lingkungan/ekologisnya.

Karakteristik Pemimpin

Ada sifat-sifat atau karakteristik seseorang yang membedakan apakah dia seorang pemimpin atau bukan. Pemimpin memang mempunyai karakteristik tertentu yang menyebabkan dia ditaati oleh orang lain. Menurut teori Atributif, kepemimpinan merupakan bakat bawaan sehingga kepemimpinan tidak bisa dipelajari. Ada orang yang dilahirkan untuk menjadi pemimpin dan ada yang dilahirkan tidak dengan bakat kepemimpinan.

Para ahli menampilkan gaya yang berbeda-beda dalam mengulas karakteristik pemimpin yang baik. Beberapa ahli menggunakan pendekatan-pendekatan tertentu dalam menentukan karakteristik tersebut. Berikut ini diuraikan pandangan-pandangan mengenai karakteristik pimpinan yang diambil dari beberapa pendapat ahli yakni:

1. Pandangan tradisional menekankan bahwa ada cirri-ciri atau sifat-sifat Tertentu yang membedakan seorang pemimpin dan bukan pemimpin. Seperti pendapat Bennis dalam Prasetyo (2006:18) yang menyatakan ciri atau sifat positif seorang pemimpin adalah:
 - a. Kecerdasan
 - b. Dasar ilmu yang kuat
 - c. Bertanggung jawab
 - d. Partisipasi social yang baik
 - e. Status sosio-ekonomik
 - f. Bisa diandalkan
2. Kouzes dan Posner dalam Prasetyo (2006:18) menyatakan mayoritas populasi penelitiannya dalam sepuluh tahun menginginkan seorang pemimpin yang:
 - a. Jujur
 - b. Kompeten
 - c. Berwawasan jauh kedepan
 - d. Selalu memberikan inspirasi
3. John Adair dalam Prasetyo (2006:19) juga mengemukakan kualitas seorang pemimpin dengan menyebutkan kecerdasan, semangat, inisiatif, dan antusiasme. Dia juga menyatakan bahwa kepemimpinan bukan sekedar atribut pribadi, atau kualitas kepribadian secara umum, yang dapat dirangkul menjadi kualitas kepemimpinan. Kepemimpinan adalah pern yang ditentukan oleh pengharapan atau ekspektasi kelompok atau organisasi.

4. E.E.Ghizeli dan Stogdil dalam Sutarto (2006:39) berpendapat tentang sifat-sifat yang seharusnya ada pada pemimpin yaitu:
 - a. Kecerdasan (*Intelligence*)
 - b. Kemampuan mengawasi (*Supervisory ability*)
 - c. Inisiatif (*Inisiative*)
 - d. Ketenangan diri (*Self-assurance*)
 - e. Kepribadian (*Individuality*)
5. George R.Terry dalam Sutarto (2006:43) menyatakan sifat-sifat yang seharusnya ada pada pemimpin adalah:
 - a. Kecerdasan (*Intelligence*)
 - b. Inisiatif (*Inisiative*)
 - c. Kekuatan atau pendorong (*Energy of drive*)
 - d. Kematangan perasaan (*Emosional Maturity*)
 - e. Meyakinkan (*Persuasive*)
 - f. Kemahiran berkomunikasi (*Comunicative Skill*)
 - g. Ketenang diri (*Self-Assurance*)
 - h. Cerdik (*Perceptive*)
 - i. Daya Cipta (*Creativity*)
 - j. Berperan serta dalam pergaulan (*Social Partisipation*)

dari beberapa Pendapat para ahli di atas dapat diambil kesimpulan bahwa ciri-ciri atau karakteristik pemimpin yang baik itu termasuk kecerdasan, dasar ilmu yang kuat, bertanggung jawab, jujur, kompeten, berwawasan jauh kedepan, inspiratif, dan percaya diri. Akan tetapi kepemimpinan bukanlah semata-mata ciri atau karakteristik pribadi seseorang.

Gaya Kepemimpinan

Pada dasarnya ada bermacam-macam gaya kepemimpinan yang dilakukan oleh pemimpin dalam menetapkan kepemimpinannya dalam praktiknya. Bahkan didalam satu organisasi atau perusahaan dalam suatu bagian, divisi, atau cabang yang sama bisa terdapat gaya kepemimpinan yang berbeda satu sama lain. Seperti Prasetyo (2006:28) mendefinisikan “gaya kepemimpinan adalah cara yang digunakan dalam proses kepemimpinan yang mengimplementasikan dalam perilaku kepemimpinan seseorang untuk mempengaruhi orang lain untuk bertindak sesuai dengan apa yang dia inginkan”. Menurut Thoha (2007:49) Gaya

kepemimpinan merupakan norma perilaku yang digunakan oleh seseorang pada saat orang tersebut mencoba mempengaruhi perilaku orang lain seperti yang ia lihat. Dalam hal ini usaha menyelaraskan persepsi di antara orang yang akan mempengaruhi perilaku dengan orang yang perilakunya akan dipengaruhi menjadi amat penting kedudukannya.

Selama bertahun-tahun ketika orang-orang membicarakan gaya kepemimpinan, mereka mengidentifikasi dua kategori gaya yang ekstrem yakni: gaya kepemimpinan otokratis, dan gaya kepemimpinan demokratis. Kepemimpinan otokratis dipandang sebagai gaya yang didasarkan atas kekuatan posisi dan penggunaan otoritas. Sementara itu gaya kepemimpinan demokratis dikaitkan dengan kekuatan personal dan keikutsertaan para pengikut dalam proses pemecahan masalah dan pengambil keputusan. Pada bagian ini akan dibahas bermacam gaya kepemimpinan menurut beberapa ahli seperti yang dipaparkan dalam Thoha (2007:50) yakni sebagai berikut:

1. **Gaya Kepemimpinan Kontinum**

Gaya ini sebenarnya termasuk klasik. Orang yang pertama kali mengenalkan ialah Robert Tannenbaun dan Warren Schmidt. Gagasan dalam gaya ini ada dua bidang pengaruh yang eksterm. *Pertama*, bidang pengaruh pimpinan dan *Kedua*, bidang pengaruh kebebasan bawahan. Pada bidang pertama pemimpin menggunakan otoritasnya dalam gaya kepemimpinannya, sedangkan pada bidang kedua pemimpin menunjukkan gaya yang demokratis. Kedua bidang pengaruh ini dipengaruhi dalam hubungannya kalau pemimpin melakukan aktifitas pembuatan keputusan.

2. **Gaya Managerial Grid**

Dalam pendekatan managerial grid ini, manajer berhubungan dengan dua hal, yakni produksi di satu pihak dan orang-orang di pihak lain. Sebagaimana dikehendaki oleh Blake dan Mouton, managerial Grid menekankan bagaimana manajer memikirkan produksi dan hubungan manajer serta memikirkan produksi dan

hubungan kerja dengan manusiannya. Bukannya ditekankan pada berapa banyak produksi yang dihasilkan dan berapa banyak ia harus berhubungan dengan bawahannya.

3. **Tiga Dimensi Dari Reddin**

Kalau dalam managerial grid, Blake dan Mouton berhasil mengidentifikasi gaya-gaya kepemimpinan yang tidak secara langsung berhubungan dengan efektivitas, maka Reddin menambahkan tiga dimensi tersebut dengan efektivitas dalam modelnya. Selain dipulangkan pada dua hal mendasar yakni hubungannya pemimpin dengan tugas dan hubungan kerja. Dengan demikian, model yang dibangun Reddin adalah gaya kepemimpinan yang cocok dan mempunyai pengaruh terhadap lingkungan. Berdasarkan atas adanya perilaku kepemimpinan yang berorientasi pada orang dan perilaku kepemimpinan yang berorientasi pada tugas, masing-masing kelompok gaya kepemimpinan tersebut dibagi menjadi tiga (3) macam gaya, menurut Reddin dalam Sutarto (2006:118) yaitu:

1. Kelompok gaya dasar

a. Pemisah .”*Seperated*”

Pemimpin yang menerapkan gaya ini akan nampak dari perilakunya yang berorientasi rendah baik terhadap orang maupun terhadap tugas.

b. Pengabdian .”*Dedicated*”

Pemimpin yang menerapkan gaya ini akan nampak pada perilakunya yang berorientasi rendah terhadap orang dan berorientasi tinggi terhadap tugas.

c. Penghubung .”*Related*”

Pemimpin yang menerapkan gaya ini akan nampak dari perilakunya yang berorientasi tinggi terhadap orang dan rendah terhadap tugas

d. Terpadu .”*Integrated*”

pemimpin yang menerapkan gaya ini akan nampak dari perilakunya yang berorientasi tinggi terhadap orang maupun terhadap tugas.

2. Kelompok gaya efektif

a. Birokrat .”*Bureaucrat*”

Pemimpin yang menerapkan gaya ini akan nampak dari perilakunya yang berorientasi rendah baik terhadap orang maupun tugas.

Pemimpin bergaya birokrat terutama tertarik pada berbagai peraturan dan berkeinginan untuk memelihara peraturan tersebut serta mengontrol situasi yang mereka gunakan dan nampaknya secara sungguh-sungguh.

b. Otokrat bijak "*benevolent autocrat*"

Pemimpin yang menerapkan gaya ini akan nampak dari perilakunya yang berorientasi rendah pada orang dan berorientasi tinggi terhadap tugas. Pemimpin bergaya otokrat bijak mengetahui dengan pasti apa yang dia inginkan dan bagaimana memenuhi keinginan itu tanpa menyebabkan kebencian dari pihak lain.

c. Pengembang "*developer*"

Pemimpin yang menerapkan gaya ini nampak dari perilakunya yang berorientasi tinggi terhadap orang dan berorientasi rendah pada tugas. Pemimpin bergaya pengembang memiliki kepercayaan penuh terhadap para bawahannya dan sangat memperhatikan pengembangan para bawahannya sebagai individu-individu.

d. Eksekutif "*executive*"

Pemimpin yang menerapkan gaya ini akan nampak dari perilakunya yang berorientasi tinggi baik terhadap orang maupun terhadap tugas.

Pemimpin bergaya eksekutif merupakan seorang pendorong yang baik, menetapkan ukuran baku yang tinggi, menghargai perbedaan dalam bekerja.

3. Kelompok gaya tak efektif

a. Pelari "*deserter*"

pemimpin yang menerapkan gaya ini akan nampak dari perilakunya yang berorientasi rendah baik terhadap orang maupun terhadap tugas. Pemimpin bergaya pelari tidak bersedia terlibat dalam tugas dan pasif.

b. Otokrat "*autocrat*"

Pemimpin yang menerapkan gaya ini akan nampak dari perilakunya yang

berorientasi rendah terhadap orang dan berorientasi tinggi terhadap tugas. Pemimpin bergaya otokrat tidak memiliki kepercayaan terhadap orang lain, tidak menyenangkan, dan hanya tertarik pada pekerjaan yang segera selesai.

c. Penganjur "*missionary*"

Pemimpin yang menerapkan gaya ini akan nampak dari perilakunya yang berorientasi tinggi terhadap orang dan berorientasi terhadap tugas. Pemimpin bergaya penganjur merupakan tipe "*do-gooder*" yang menilai kerahasiaan dalam dirinya sendiri.

d. Kompromis "*Compromiser*"

Pemimpin yang menerapkan gaya ini akan nampak dari perilakunya berorientasi tinggi baik terhadap orang maupun terhadap tugas dalam situasi yang memaksa hanya memperhatikan pada seseorang atau tidak. Pemimpin bergaya kompromis adalah pembuat keputusan yang buruk banyak tekanan yang mempengaruhi.

4. Empat Sistem Manajemen Dari Likert

Gaya lain yang amat menarik ialah pendapat Rensis Likert. Menurut Likert pemimpin dapat berhasil jika bergaya *partisipative management*. Gaya ini menetapkan bahwa keberhasilan pemimpin adalah jika berorientasi pada bawahan, dan mendasarkan pada komunikasi. Selain itu semua pihak dalam organisasi bawahan maupun pemimpin menerapkan hubungan atau tata hubungan yang mendukung (*supportive relationship*)

Seperti halnya pendapat Prasetyo (2006:28) yang membedakan gaya kepemimpinan menjadi dikotomi-dikotomi dalam klasifikasi gaya kepemimpinan sebagai berikut:

1. Otokratis vs demokratis
2. Orientasi pada tugas vs orientasi pada manusia
3. Otoriter vs partisipatif
4. memerintah dan mendukung
5. Orientasi pada karyawan dan orientasi pada produksi

6. berdasarkan teori X dan teori Y

Berikut ini pendapat Putti dalam Prasetyo (2006:29) yang menerangkan gaya-gaya kepemimpinan secara lebih rinci sebagai berikut:

1. Gaya otoriter atau otokratis

Gaya kepemimpinan ini dibangun atas dasar kekuasaan. Pengikut seringkali dimotivasi dengan rasa takut. Dengan gaya ini, pemimpin memerintah pengikutnya untuk mengerjakan tugas dan pengikut tersebut diharapkan untuk menyelesaikannya tanpa harus bertanya-tanya. Gaya ini hanya mengenal sangat sedikit pendelegasian wewenang dan pemimpin tidak memberikan penjelasan tentang apa yang harus dilakukan. Pemimpin yang otoriter biasanya sangat jauh hubungannya dengan pengikutnya dan gaya kepemimpinan seperti ini seringkali menciptakan kebencian terhadap pemimpinnya.

2. Gaya demokratis atau partisipatif

Pemimpin yang menggunakan gaya ini mendorong pengikutnya untuk berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan kelompok yang dekat. Di bawah kepemimpinan seperti ini terjadi hubungan antaranggota kelompok yang dekat. Si pemimpin menduduki posisinya karena dia loyal terhadap kelompok dan sangat memikirkan kepentingan anggotanya.

3. Gaya kepemimpinan yang berorientasi pada karyawan versus gaya yang berorientasi pada produksi.

Di dalam gaya yang berorientasi pada karyawan, pengikut diberi kebebasan untuk mengerjakan tugas-tugasnya sesuai dengan keinginan mereka. Pemimpin hanya menjelaskan tujuan dan apa saja yang harus diselesaikan lalu memberikan kebebasan pada pengikut untuk menyelesaikan pekerjaan itu.

4. Gaya kepemimpinan yang suportif (mendukung)

Gaya ini sering diidentifikasi sebagai kepemimpinan yang berorientasi pada karyawan. Di bawah gaya kepemimpinan ini pemimpin mencari dukungan psikologis dari pengikutnya. Hubungan antara pemimpin dan pengikut didasarkan atas saling pengertian dan saling mendukung. Begitu saling pengertian dan saling mendukung ini terbentuk, pengikut akan

menyelesaikan tugasnya pada waktu pemimpin hadir maupun tidak.

5. Gaya fungsional atau instrumental

Ahli-ahli organisasi tradisional menganggap bahwa seorang individu sudah memiliki kualitas kepemimpinan bila dia mampu untuk melakukan fungsi-fungsi tertentu. Fungsi-fungsi atau kegiatan instrumental dalam organisasi termasuk: perencanaan, pengarahan, menempatkan staff menurut kemampuan dan kemahirannya, melakukan pengawasan, dan pengorganisasian.

6. Gaya kepemimpinan yang berpusat pada kenyataan

Gaya kepemimpinan ini didasarkan atas teori situasi yang menyatakan bahwa pemilihan gaya kepemimpinan haruslah didasarkan atas diagnosis dari kenyataan atau realitas situasi dimana pemimpin itu harus memimpin.

7. Teori X dan teori Y

Teori ini dikemukakan oleh McGregor. Pandangan ini menganggap bahwa rata-rata setiap individu itu tidak suka bekerja sehingga harus dipaksa bekerja. Individu-individu tersebut juga suka menghindari tanggung jawab dan mempunyai ambisi yang rendah. Pemimpin yang berpandangan demikian cenderung menjadi otoriter. Sebaliknya, manajer yang meyakini teori Y mempunyai pandangan yang positif terhadap pengikutnya.

Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dalam Organisasi

Dalam setiap lembaga, apakah bisnis, pemerintah atau organisasi sosial atau kemasyarakatan, pemimpin perlu memiliki kemampuan berpikir strategik, yaitu ketrampilan untuk merumuskan dan mencapai tujuan dan sasaran spesifik. Suatu ketrampilan untuk mengidentifikasi keadaan yang diinginkan yang realistis, mengakses titik permulaan, menentukan dan menavigasi jalan yang tepat dari keadaan transisi untuk mencapai keadaan yang diinginkan, maka ada ungkapan yang menyatakan tiada organisasi tanpa pimpinan. Seperti pendapaat Courtois dalam Sutarto(2006:1) menyatakan "Kelompok tanpa pimpinan seperti tubuh tanpa kepala, mudah menjadi sesat, panik, kacau, anarki". "Sebagian besar umat manusia

memerlukan pimpinan, bahkan mereka tidak menghendaki yang lain daripada itu” menurut Yung dalam Sutanto(2006:1).

Dalam beberapa pengertian organisasi ditegaskan adanya kepemimpinan sebagai salah satu faktor organisasi, misalnya pendapat Ralph Currier Davis dalam Sutarto (2006:1) “*Organization is any group of individual that is working toward some common end under leadership*”(Organisasi adalah suatu kelompok orang yang sedang bekerja kearah tujuan bersama di bawah kepemimpinan). Jonh Price Jones dalam sutarto (2006:1) berpendapat bahwa “*In simple term, organization is a united group of people working for common goal, under common leadership, and with the proper tools*” (Dalam kata-kata yang lebih sederhana, organisasi adalah kelompok orang yang bersatupadu bekerja untuk satu tujuan bersama di bawah kepemimpinan bersama, dan dengan alat-alat yang tepat). Organisasi yang dapat dengan cepat beradaptasi dengan perubahan mempunyai tiga ciri tertentu yang masing-masing berhubungan dengan peran tertentu dari si pemimpin, yaitu:

1. Imajinasi untuk inovasi. Untuk mendorong inovasi, pemimpin yang efektif membantu mengembangkan konsep-konsep, ide-ide, Model dan aplikasi teknologi yang membedakan organisasinya dan organisasi lain.
2. Profesionalisme untuk berkarya. Pemimpin memberikan Kecakapan/kemampuan personal dan organisasional; didukung oleh Pengembangan dan pelatihan anggota dan karyawan, untuk melaksanakan dengan sempurna tugas-tugas mereka dan memberikan nilai pada hasil-hasil yang dituntut untuk semakin bermutu tinggi.
3. Terbuka bagi kerjasama. Pemimpin membuat jaringan kerjasama dengan partner-partner yang dapat menambah jangkauan organisasi, meningkatkan apa yang mereka bisa sajikan dan menggiatkan prakti-prakti organisasinya.

III. METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan studi pustaka (*library research*)

IV . HASIL DAN PEMBAHASAN

Persoalan kepemimpinan selalu memberikan kesan yang menarik. Topik ini senantiasa memberikan daya tarik yang kuat pada setiap orang, sehingga tidak heran apabila banyak anggapan yang menyatakan bahwa suatu organisasi akan berhasil atau bahkan gagal sebagian besar ditentukan oleh kepemimpinan . Suatu ungkapan mulia yang menyatakan bahwa pemimpinlah yang bertanggung jawab atas pelaksanaan suatu pekerjaan, merupakan ungkapan yang mendudukan posisi pemimpin dalam suatu orang pada posisi terpenting.

Kalau ditelusuri lebih lanjut, pemimpin dalam kepemimpinan memiliki arti penting dalam suatu organisasi jika terjadi suatu konflik atau perselisihan diantara anggota-anggota dalam organisasi. Ketika konflik terjadi anggota-anggota organisasi mencari cara pemecahannya supaya terjamin keteraturan. Untuk itulah pemimpin dituntut untuk memiliki cara atau metode-metode sendiri dalam hal ini gaya kepemimpinan yang cocok di dalam suatu organisasi yang dipimpinya, sehingga organisasi tersebut dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dan dapat memecahkan konflik - konflik yang terjadi di dalamnya sehingga pemimpin diharapkan dapat membuat aturan-aturan dan bahkan norma-norma tertentu untuk ditaati agar konflik tidak terulang dalam organisasi tersebut.

Untuk membawa perubahan pemimpin perlu memotivasi diri untuk berubah, sebelum dia memotivasi orang lain untuk melakukan hal yang sama. Dalam mengambil keputusan untuk mengadakan perubahan, pemimpin perlu mengingat bahwa keputusan yang menyatukan ide-ide sekelompok orang lebih superior dibandingkan dengan pendapat dari satu orang yang dipaksakan kepada seluruh organisasi.

Maka jelaslah bahwa bila seorang pemimpin akan mengubah gaya kepemimpinannya, pertama-tama dia harus yakin bahwa dia harus yakin bahwa dia perlu dan menginginkan perubahan gaya tersebut. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam suatu organisasi tidak akan terlepas dari peranan seorang pemimpin, maju mundurnya organisasi, dinamis statisnya organisasi, tumbuh kembangnya organisasi, mati hidupnya organisasi, senang tidaknya

seseorang bekerja dalam suatu organisasi, serta tercapai tidaknya tujuan organisasi sebagian ditentukan oleh tepat tidaknya pemimpin menerapkan gaya kepemimpinan yang diterapkan dalam organisasi yang bersangkutan.

V. KESIMPULAN

Dari uraian dan pemaparan mengenai teori-teori kepemimpinan dan gaya kepemimpinan diatas dapat disimpulkan bahwa gaya kepemimpinan menentukan cara yang ditempuh seorang pemimpin dalam mempengaruhi pengikutnya untuk melakukan tindakan sesuai dengan tujuan organisasi. Pada umumnya klasifikasi gaya kepemimpinan berkisar pada dikotomi-dikotomi. Perilaku gaya kepemimpinan merupakan cara-cara berinteraksi seorang pemimpin dalam melakukan kegiatan pekerjaan.

Gaya bersikap dan gaya bertindak akan tampak dari cara-cara pemimpin tersebut pada saat melakukan pekerjaan, antara lain: cara memberi perintah, cara pemimpin tersebut memberi tugas atau pekerjaan, cara berkomunikasi dengan bawahan, cara membuat keputusan, dan sebagainya. Apabila pemimpin melakukan kegiatan tersebut menempuh dengan cara-cara tegas, keras, sepihak, mengutamakan penyelesaian tugas, melakukan pengarahan dan pengawasan ketat, maka gaya kepemimpinan seperti itu cenderung disebut gaya kepemimpinan berorientasi pada tugas (*task oriented*).

Sebaliknya apabila pemimpin melakukan kegiatan menempuh dengan cara-cara lembut, halus, simpatik, interaksi timbal

balik, melakukan ajakan, menghargai pendapat, memperhatikan perasaan, membina hubungan serasi, maka gaya kepemimpinan ini cenderung disebut gaya kepemimpinan yang berorientasi pada orang (*people oriented*). Dari beberapa pandangan gaya-gaya tersebut diatas menunjukkan bahwa gaya pemimpin makin tinggi perhatian pada tugas, maka produktifitas organisasi akan meningkat. Begitu pula gaya pemimpin makin tinggi perhatiannya pada orang, maka produktivitas organisasi makin menjadi meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Kartono, Kartini. 2004. *Pemimpin dan Kepemimpinan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Prasetyo, Ristiyanti. 2006. *Pengembangan Karier Sekretaris Kepemimpinan*. Yogyakarta: Andi Offset.

Sutarto. 2006. *Dasar-dasar Kepemimpinan Administrasi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Thoha, Miftah. 2007. *Kepemimpinan dalam Manajemen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Wijaya, Bernardine. R, dan Susilo Supardo. 2006. *Kepemimpinan Dasar-Dasar Pengembangannya*. Yogyakarta: Andi Offset.

MOTIVASI TERHADAP PELAYANAN YANG BERKUALITAS

Nazwirman

BSI

Jl. Kamal Raya No. 18 Ringroad Barat, Cengkareng Jakarta Barat

Email: erwin_nazwirman@yahoo.com

Abstract

To motivate employees is very needed and to give satisfaction to all of customers or client depend on human resources, ability, capable and skill in the quality service to get reach organization or company goal. Positive attitude and behavior somebody is one of the factor as supporter. Laeader ship style company must be able to manage and development quality service culture all of performance individual of each in the organization or company to reach competitive advance and should have customer satisfaction good intern and extern.

Keywords: Motivation, Quality Service

Bagi para karyawan yang sangat dibutuhkan untuk memberikan kepuasan kepada seluruh pelanggan atau para *client* tergantung pada sumber daya manusia, kemampuan, kecakapan dan keahlian dalam pelayanan yang berkualitas untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Tingkah laku dan sikap positif seseorang adalah salah satu faktor pendukungnya. Gaya kepemimpinan perusahaan harus dapat mengatur dan mengembangkan semua budaya layanan yang berkualitas dari kinerja masing-masing individu di sebuah organisasi atau perusahaan untuk mencapai keunggulan persaingan dan harus memiliki kepuasan pelanggan baik didalam maupun diluar.

Kata kunci: Motivasi, Kualitas Pelayanan

I. PENDAHULUAN

Setiap organisasi selalu berusaha untuk mencapai yang telah ditetapkan. Oleh karena itu untuk mencapai suatu tujuan, maka motivasi karyawan dan faktor pelayanan yang berkualitas harus dikembangkan secara terus-menerus agar mau melakukan sesuatu dengan cara yang menjamin tercapainya suatu tujuan atau melakukan interaksi dengan orang lain secara baik.

Oleh karena itu pelayanan berkualitas sangat berkaitan erat dengan masalah sikap dan perilaku seorang terhadap objek sikap. Sikap yang terimplementasi dalam pelayanan, pengembangan konsep budaya pelayanan berkualitas dalam suatu organisasi atau perusahaan tidak mungkin dilakukan oleh seorang diri atau beberapa orang saja.

Tetapi harus dilakukan oleh semua orang yang ada di dalam organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Keberhasilan mengembangkan konsep budaya layanan berkualitas memerlukan sikap, keterbukaan hati, pemahaman situasi, menyatukan dan menyeimbangkan kebutuhan diri sendiri

dengan luas kerja. Sikap serta itikad baik dan tekad kuat untuk memuaskan semua pihak.

Secara sadar bekerja sama dengan orang lain dan berinteraksi kepada hal-hal yang kita harus berupaya untuk jalan lain yang lebih baik. Untuk menciptakan kebersamaan perlu dilakukan berbagai pendekatan antara lain dengan memberikan motivasi yang positif dalam diri karyawan, agar terjadi perubahan pola pikir dengan memberikan informasi yang cukup mengenai pengembangan budaya layanan berkualitas bagi diri sendiri, rekan kerja dan pimpinan organisasi atau perusahaan.

Kita hidup di tengah-tengah masyarakat yang sedang membangun perkembangan perekonomian di segala bidang, untuk menuju masyarakat yang berorientasi kerja secara luas mengembangkan sumber daya manusia itu sendiri dengan baik sesuai tata cara dan aturan yang berlaku di dunia usaha atau organisasi. Kedudukan manusia inilah yang menjadi tolak ukur menuju tercapainya suatu tujuan dan keberhasilan. Pekerjaan mulia untuk mampu mewujudkan suatu gejolak dan untuk memperhatikan dari

aspek manusia itu sendiri dan dari aspek teknologi dalam setiap usaha.

Definisi menurut Bartos (2000: 25), mengatakan bahwa: manajemen sumber daya manusia sebenarnya merupakan suatu gerakan pengakuan terhadap pentingnya unsur manusia sebagai tenaga kerja yang cukup potensial yang diperlakukan secara manusiawi dan perlu dikembangkan sedemikian rupa sehingga mampu memberikan kontribusi yang maksimal bagi organisasi dan bagi pengembangan dirinya.

Sedangkan definisi menurut Malayu S.P Hasibuan (2007: 15), manajemen sumber daya manusia adalah peranan tenaga kerja agar bekerja secara efektif dan efisien untuk membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat.

Untuk mewujudkan kerja sama yang baik dengan semua pihak yang terdapat dalam suatu organisasi atau perusahaan bukanlah hal mudah, hal ini dikarenakan oleh banyaknya kualitas, sifat khusus, keinginan dan kebutuhan yang berbeda dari setiap individu. Pengetahuan tentang manajemen sumber daya manusia sangat perlu dan diperlukan agar dapat mengatur tenaga kerja yang ada dalam suatu organisasi atau perusahaan untuk bekerja sama dalam upaya mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Merujuk penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian sumber daya manusia adalah semua kegiatan yang dilakukan mulai dari kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan pengorganisasian sampai pengendalian semua nilai yang menjadi kekuatan manusia, untuk dimanfaatkan bagi kehidupan manusia itu sendiri.

II. PEMBAHASAN

Untuk memberi dorongan sikap dan perilaku karyawan kepada yang diinginkan, manager harus memahami sifat dan motif apa yang mendorong mereka mau bekerja pada suatu perusahaan.

Definisi menurut Malayu S.P. Hasibuan (2007:15), Motivasi adalah suatu kegiatan yang dimaksudkan untuk menciptakan kegairahan kerja upaya mencapai kepuasan disertai pengetahuan, kemampuan, sikap dan sifat kepribadian yang dimaksudkan untuk mendorong karyawan untuk memegang

tanggung jawab pelayanan yang akan datang. Sedang definisi menurut Edwin B. Flippo dalam Rosidah dan Sulistiyani (2003:4) mengatakan motivasi adalah suatu keahlian dalam mengarahkan karyawan dan organisasi agar mau bekerja secara berhasil, sehingga keinginan para pegawai dan tujuan organisasi sekaligus tercapai.

Merujuk penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan, bahwa pemberian motivasi adalah:

1. Menyebabkan, sifat dan perilaku menjadi lebih baik lagi dalam usaha keinginan lebih sukses.
2. Menyalurkan, tenaga keterampilan serta keahlian sesuai bidangnya masing-masing dalam suatu organisasi.
3. Mendukung, perilaku manusia supaya bekerja giat, perubahan pola pikir yang lebih baik.
4. Antusias, untuk mencapai hasil yang optimal, nilai tambah dan mengembangkan diri untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada semua pihak.
5. Bekerja sama, untuk mencapai tujuan yang diinginkan baik oleh pimpinan perusahaan maupun para karyawannya.
6. Adanya komunikasi timbal balik antara pimpinan perusahaan dengan para karyawan dan pekerjaan yang diberikan ada rasa keadilan dan manusiawi.
7. Terjalin hubungan yang harmonis dan dinamis sesama karyawan dalam suatu organisasi.

Tujuan Motivasi

Tujuan motivasi adalah untuk :

1. Meningkatkan moral dan kepuasan kerja karyawan.
Sikap dan perilaku karyawan, kemauan kerja dengan giat dan semangat serta merasa senang, puas akan hasil kerjanya.
2. Meningkatkan produktifitas kerja karyawan.
Karyawan sebagai sumber daya manusia yang baik serta potensinya dikembangkan terus-menerus agar mempunyai keterampilan dan keahlian di bidang kerjanya masing-masing dan mencapai sasaran berhasil dengan baik.
3. Mempertahankan kestabilan karyawan perusahaan.

- Menjaga kesehatan karyawan dengan berolahraga secara teratur agar mencapai kerja yang optimal.
4. Meningkatkan kedisiplinan karyawan.
Dengan semangat disiplin yang tinggi karyawan, maka perusahaan akan terjamin kualitas kerja dan keinginan untuk maju sesuai kebutuhan jabatan atau posisi yang lebih baik lagi.
 5. Mengefektifkan pengadaan karyawan.
Karyawan yang sudah ada harus mendapatkan perhatian secara khusus agar karyawan merasa betah dan bertahan di dalam menjalankan tugas-tugasnya sesuai kemampuan, keterampilan dan keahliannya.
 6. Menciptakan hubungan kerja yang baik.
Ada komunikasi dua arah antara atasan dan bawahan supaya lebih harmonis di lingkungan kerjanya.
 7. Meningkatkan loyalitas, kreativitas dan partisipasi karyawan.
Karena karyawan merasa tanggung jawab yang lebih luas dan mampu mengembangkan dirinya sesuai potensi yang ada serta memberi kontribusi yang lebih baik pada perusahaan.
 8. Meningkatkan kesejahteraan karyawan.
Karyawan yang berprestasi baik merasa kebutuhannya terpenuhi dan perusahaan memanfaatkan laba yang tinggi atau besar, maka kesejahteraan para karyawan akan meningkat pula.
 9. Mempertinggi rasa tanggung jawab karyawan terhadap tugas-tugas.
Karyawan yang berprestasi baik dan kepuasan telah terpenuhi serta tanggung jawab yang lebih luas, membantu membuat keputusan-keputusan dalam melaksanakan tugas-tugasnya.
 10. Meningkatkan efisiensi penggunaan alat-alat dan bahan baku.
Karyawan bagian produksi, misalnya harus tahu cara-cara menggunakan alat pelindung dan peraturan penggunaan bahan baku yang digunakan agar tidak terjadi kerusakan / kesalahan dan menjaga keselamatan kerja di lingkungan kerja.

Asas-Asas Motivasi

Asas-Asas motivasi mencakup: mengikutsertakan, komunikasi, pengakuan,

wewenang yang didelagasikan dan perhatian timbal balik.

1. Asas mengikutsertakan.
Maksudnya mengajak bawahan untuk ikut berpartisipasi dan memberikan kesempatan kepada mereka mengajukan ide-ide, rekomendasi dalam proses pengambilan keputusan.
2. Asas komunikasi.
Maksudnya menginformasikan secara jelas tentang tujuan yang ingin dicapai, cara mengerjakannya, dan kendala yang dihadapi.
3. Asas pengakuan.
Maksudnya memberikan penghargaan dan pengakuan yang tepat serta wajar kepada bawahan atas prestasi kerja yang dicapainya.
4. Asas wewenang yang didelegasikan.
Maksudnya asas wewenang yang didelegasikan adalah mendelegasikan sebagian wewenang serta kebebasan karyawan untuk mengambil keputusan dan berkreaitivitas dan melaksanakan tugas atasan atau manager.
5. Asas perhatian timbal balik. Memotivasi bawahan dengan mengemukakan keinginan atau harapan perusahaan di samping berusaha memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang di harapkan bawahan dari perusahaan.

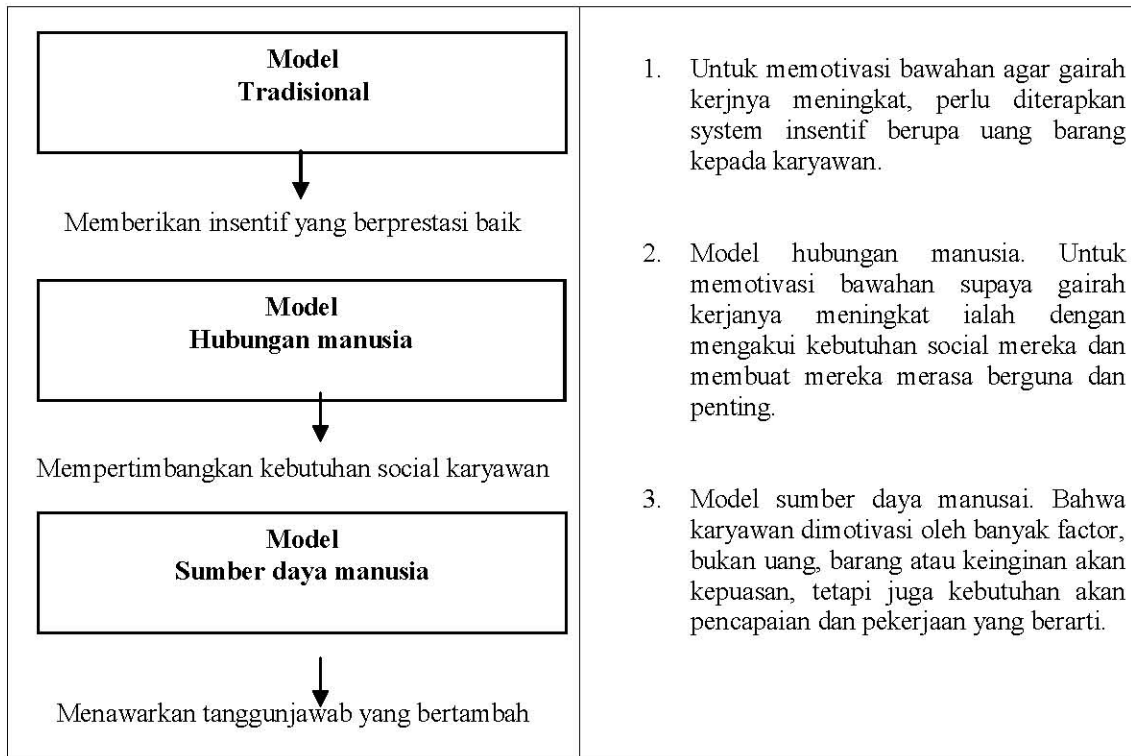
Model Motivasi

Model motivasi berkembang dari teori klasik menjadi teori modern, sesuai perkembangan peradaban dan ilmu pengetahuan. Perbandingan antara dasar kefalsafahan teori klasik dengan teori modern dibedakan menjadi dua hal yaitu:

1. Teori klasik menitikberatkan pada analisis dan penguraian, sedangkan teori modern penegasannya terletak pada keterpaduan dan perencanaan, serta menyajikan seluruh pandangan yang dibutuhkan
2. Teori klasik secara tidak langsung telah menyatakan bahwa jika sesuatu merupakan sebuah benda maka benda tersebut tidak dapat menjadi benda kedua, sedangkan teori modern biasanya memanfaatkan suatu pandangan yang multidimensi. Misalnya motivasi bukan saja untuk memenuhi kebutuhan fisik, tetapi juga harus memenuhi kebutuhan

rohani. Selanjutnya konsep model

motivasi digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1 : Konsep model motivasi
Sumber: Deluxe (2004:8)

Metode Motivasi

1. Motivasi langsung adalah motivasi materil dan non materil yang diberikan secara langsung kepada setiap individu karyawan untuk memenuhi kebutuhan serta kepuasannya.
2. Motivasi tak langsung adalah motivasi yang diberikan secara langsung hanya merupakan fasilitas-fasilitas yang mendukung serta menunjang gairah kerja kelancaran tugas sehingga para karyawan betah dan bersemangat melakukan pekerjaannya.

Alat-alat Motivasi

Alat-alat motivasi atau daya perangsang yang diberikan kepada bawahan dapat berupa materil dan non materil insentif. Motivasi yang bersifat materil sebagai imbalan prestasi yang diberikan oleh karyawan. Dan yang bersifat non materil insentif adalah yang

berbentuk uang dan barang-barang (Handoko, 2001:16).

Jenis-jenis motifasi

Ada dua jenis motifasi, yaitu: motifasi positif dan motivasi negatif.

1. **Motifasi positif**, maksudnya manager memotifasi bawahan dengan memberikan hadiah kepada mereka yang berprestasi di atas prestasi standar. Dengan motivasi positif, semangat kerja bawahan, akan meningkat karena umumnya manusia senang menerima yang baik-baik saja.
2. **Motivasi negatif**, maksudnya manager memotivasi standar mereka akan mendapatkan hukuman. Dengan motivasi negatif, semangat kerja bawahan, dalam jangka waktu pendek akan meningkat karena mereka takut di hukum, tetapi untuk jangka waktu panjang dapat berakibat kurang baik.

Proses motivasi

Adapun proses motivasi meliputi:

1. Tujuan.

Proses motivasi perlu ditetapkan terlebih dahulu, tujuan organisasi baru kemudian para karyawan dimotivasi ke arah tujuan itu.

2. Mengetahui kepentingan.

Proses motivasi adalah mengetahui keinginan karyawan dan tidak hanya melihat dari sudut kepentingan pimpinan atau perusahaan saja.

3. Komunikasi efektif.

Proses motivasi harus dilakukan komunikasi yang baik dengan bawahan. Bawahan harus mengetahui apa yang akan diperolehnya dan syarat apa saja yang harus dipenuhinya supaya insentif tersebut diperolehnya.

4. Integrasi tujuan.

Proses motivasi perlu untuk menyatukan tujuan organisasi dan tujuan kepentingan karyawan. Tujuan organisasi adalah berbagai kebutuhan yaitu untuk memperoleh laba serta perluasan perusahaan, sedangkan tujuan individu karyawan ialah pemenuhan kebutuhan dan kepuasan. Dan penting untuk penyesuaian motivasi.

5. Fasilitas.

Manager penting untuk memberikan bantuan fasilitas kepada organisasi dan individu karyawan yang akan mendukung kelancaran pelaksanaan pekerjaan. Contoh: memberikan bantuan kendaraan kepada salesman.

6. Team work.

Manager harus membantu team work yang terkoordinasi baik yang bisa mencapai tujuan perusahaan. *Team work* penting karena dalam suatu perusahaan biasanya terdapat banyak kegiatan.

Pelayanan berkualitas

Kata kualitas dalam manajemen organisasi atau perusahaan sudah menjadi sebuah agenda penting, karena yang pertamanya mempunyai kompetensi dalam hal kualitas di lingkungan organisasi itu sendiri. Akhir-akhir ini organisasi swasta khususnya perusahaan-perusahaan dalam menyelenggarakan kegiatan operasionalnya,

baik yang bergerak di bidang pelayanan jasa maupun produksi bermutu. Melalui standar mutu bisa diharapkan mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Oleh sebab itu, setiap organisasi di bidang jasa harus mendefinisikan kualitas berdasarkan tujuan, harapan, budaya dan pelanggannya masing-masing. Aspek-aspek dan faktor-faktor terbaik dari definisi yang ada dan dikombinasikan menjadi tiga faktor, yaitu:

- 1 Karakteristik kualitas yang dihasilkan dari suatu proses yang penting bagi pelanggan, karena menurut tentang perusahaan tentang pelanggan. Karakteristik kunci kualitas, ini penting karena mengkombinasikan pemahaman mengenai pelanggan dengan pemahaman mengenai proses.
3. Variabel kunci dari proses komponen-komponen yang memiliki hubungan sebab akibat.

Ada lima pokok yang berkaitan dengan kualitas jasa menurut Laithml dan Bitner dalam Yuliarti (2006:42), yaitu :

- 1 Bukti langsung : meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- 2 Keandalan : kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 3 Daya tanggap : keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- 4 Jaminan : mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- 5 Empati : kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Sedang untuk menilai kualitas jasa menurut Gronroos dalam Deluce (2004:135), yaitu:

- 1 *Profesionalisme and skill*, pelanggan menyadari bahwa penyedia jasa , karyawan, sistem operasional dan sumber daya fisik, memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah pelanggan secara professional.

- 2 **Attitudes and behavior**, pelanggan merasa bahwa karyawan perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka dan berusaha membantu dalam memecahkan masalah secara spontan dan senang hati.
- 3 **Accessbility and flexibility**, pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam kerja, karyawan, dan sistem operasionalnya dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat melakukan akses dengan mudah. Maksud fleksibel dalam menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan.
- 4 **Realibility and transtworthiness**, pelanggan memahami bahwa apapun yang terjadi, mereka bisa mempercayakan segala sesuatunya kepada penyedia jasa serta karyawan dan sistemnya.
- 5 **Recovery**, pelanggan menyadari bahwa kita ada kesalahan atau bisa terjadi sesuatu yang tidak diharapkan, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari pemecahan yang tepat.
- 6 **Reputation and credibility**, pelanggan meyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai atau imbalan yang sesuai dengan pengorbanannya.

Merujuk beberapa pernyataan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas, dengan adanya unsur-unsur kriteria dimaksudkan agar antara penyedia jasa dan karyawan menyadari betul bahwa pelanggan harus diperhatikan secara budaya pelayanan berkualitas. Apa bila terjadi sesuatu masalah dengan para pelanggan spontan dibicarakan dengan ramah, sopan dan diselesaikan dengan cepat. Atasan hendaknya melihat dan menilai bawahan sebagai tenaga yang potensinya perlu dikembangkan, diarahkan supaya lebih mampu menilai dirinya sendiri dari segala kelemahan dan kekurangan.

Pentingnya pelayanan berkualitas, maka setiap orang yang terlibat dalam organisasi atau perusahaan perlu dibangun layanan berkualitas yang menonjolkan tujuan untuk keberhasilan pembinaan ke arah tradisi atau budaya layanan berkualitas, tanggung jawab sosial harus tetap ditengahkan dan diterapkan dengan baik dan benar. Untuk membangun

suasana yang dinamis dan harmonis serta menghindari terjadinya suasana yang terlalu formal dan kaku.

Manusia sering kali disebut sebagai makhluk *controversial integralistik*, karena di dalam dirinya terdapat dua kekuatan yang bertentangan, yaitu daya tarik dan daya dorong. Kuat lemahnya daya tarik yang dimiliki seseorang sangat dipengaruhi oleh kemampuan dirinya dalam memprediksi tujuan idealnya di masa depan sebagai suatu harapan seperti cita-cita, impian, obsesi dan ambisi, sedangkan kemampuan dan kedalaman dalam menganalisis realitas masa kini, seperti problematika, dilematika, dan romantika akan mempengaruhi daya dorongnya.

Untuk menciptakan kebersamaan perlu dilakukan berbagai pendekatan, antara lain dengan mencoba memberikan motivasi secara terbaik kepada para karyawan. Agar dalam diri karyawan terjadi perubahan pola pikir. Pimpinan perusahaan memberikan motivasi kepada karyawan agar bekerja giat.

Sebaliknya karyawan mau melaksanakan pekerjaannya dengan semangat dan gairah yang tinggi apabila kebutuhan dasarnya terpenuhi antara lain kebutuhan fisik/biologisnya, berbentuk uang atau barang. Dengan memberikan imbalan materi, jika balas jasanya ditingkatkan maka dengan sendirinya gairah bekerjanya meningkat.

Berkaitan dengan motivasi tersebut maka Abraham Maslow dalam Handoko(2001:56) menyatakan bahwa pada dasarnya yang menjadi motivasi perilaku manusia adalah kebutuhan yang meliputi lima tingkatan:

- 1 Kebutuhan dasar.
- 2 Kebutuhan rasa aman.
- 3 Kebutuhan akan kasih sayang.
- 4 Kebutuhan akan harga diri.
- 5 Kebutuhan untuk mengaktualisasi diri.

Kebutuhan yang lebih tinggi baru akan tiba setelah kebutuhan yang lebih mendasar telah terpenuhi.

Motivasi yang ideal yang dapat merangsang usaha peluang untuk melaksanakan tugas yang lebih membutuhkan keahlian dan peluang untuk mengembangkan kemampuan. Cara terbaik untuk memotivasi karyawan menurut Herzberg adalah dengan memasukkan unsure tantangan dan kesempatan guna mencapai keberhasilan dalam pekerjaan mereka.

Penerapannya dengan pengayaan pekerjaan, suatu teknik untuk memotivasi karyawan yang melibatkan upaya pembentukan kelompok-kelompok kerja natural, pengkombinasian tugas-tugas, pembinaan hubungan dengan klien, pembebanan vertical, dan pembukaan saluran balikan.

Teknik ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan tingkat tinggi karyawan, sedangkan pengayaan pekerjaan upaya menciptakan motivator seperti kesempatan untuk berhasil dalam pekerjaan dengan membuat pekerjaan lebih menarik dan lebih menantang.

Dalam memotivasi bawahan hal penting yang harus diperhatikan:

- 1 Pekerjaan yang menantang, mencakup perasaan berprestasi, bertanggung jawab, kemajuan, dapat menikmati pekerjaan itu sendiri, dan adanya pengakuan atas semuanya.
- 2 Faktor yang bersifat embel-embel saja pada pekerjaan, peraturan pekerjaan, penerangan, istirahat, sebutan jabatan, hak, gaji, tunjangan dan lain-lain.
- 3 Peluang untuk berprestasi terbatas, mereka akan kecewa dan menjadi sensitif pada lingkungannya serta mulai mencari-mencari kesalahan. Faktor perencanaan pekerjaan diusahakan sedemikian rupa, agar faktor pemeliharaan dan faktor motivasi terpenuhi. Di samping kebutuhan kesehatan juga mendapat perhatian banyak untuk pemenuhan kebutuhan individu secara keseluruhan.

Karena pengaruh ini mempunyai pengaruh dominan terhadap kelangsungan hidup individu. Kebutuhan peningkatan penarik yang penting bagi rekanan-rekanan perusahaan yang bersangkutan.

III. KESIMPULAN

Dari uraian-uraian yang sudah penulis kemukakan, berikut ini penulis akan memberi beberapa kesimpulan dari uraian tersebut, yaitu:

1. Asas motivasi yang diterapkan harus dapat meningkatkan produktivitas kerja dan memberikan kepuasan kepada karyawan. Produktivitas kerja adalah perbandingan hasil kerja dengan

prestasi dan pengakuan yang dapat dipenuhi dengan memberikan tugas yang menarik untuk di kerjakan bawahan. Tantangan suatu pekerjaan direncanakan sedemikian rupa sehingga dapat menstimulasi dan menantang pekerja serta memberi kesempatan baginya untuk maju dan harus dibuktikan dengan kemampuan dan kecakapannya.

Sikap dan keahlian akan menentukan bentuk pelayanan pelanggan dengan pelayanan berkualitas untuk mampu sebagai pemenang dalam persaingan.

Ada empat alasan mengapa pelayanan berkualitas itu penting:

- 1 Pelayanan**
Pelayanan adalah tempat berkumpulnya uang dan pekerjaan, karena berbagai jenis pekerjaan dan industri tersebar dengan pertumbuhan tercepat dalam penghasilan dan upaya serta pertumbuhan jumlah karyawan semuanya terkait dengan pelayanan.
- 2 Persaingan yang semakin tajam.**
Karena kelangsungan dunia bisnis bergantung kepada penciptaan keuntungan kompetitif berbagai jenis usaha dan bisnis.
- 3 Pemahaman yang semakin baik.**
Karena kita memahami pentingnya loyalitas pelanggan, produk berkualitas, pelanggan harus diperlakukan dengan baik.
- 4 Pelayanan berkualitas memiliki makna ekonomi.**
Karena kehidupan bagi suatu perusahaan adalah kelangsungan bisnis atau usahanya secara terus-menerus, mampu memperluas pelanggan, dan mampu mempertahankan pelanggan baru atau klien baru. Karena pelayanan bermutu merupakan daya

masukan, dan produksi yang dihasilkan harus mempunyai nilai tambah.

2. Manajemen sumber daya manusia dan pengembangan karyawan dapat meningkatkan secara langsung kualitas karyawan terhadap prestasi kerjanya untuk lebih mampu dan professional dalam melaksanakan tugas sesuai sistem dan prosedur yang telah ditetapkan oleh organisasi atau perusahaan.
3. Mewujudkan pelayanan berkualitas melalui program dan langkah-langkah konkrit guna mengembangkan dan meningkatkan kinerja perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Barthos, Basir. 2004. Manajemen Sumber Daya Manusia Suatu Pendekatan Makro. Jakarta: Bumi Aksara.
- Deluce, Mathew J. 2004. Persiapan Wawancara Sehari. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Handoko, T. Hani. 2001. Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: BPPE.
- Hasibuan, H, Malayu, S.P. 2007. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rosidah dan Sulistiyani, Ambar Teguh. 2003. Konsep, Teori dan Pengembangan Dalam Konteks Organisasi Publik. Jakarta: Cetakan Pertama. Graha Ilmu.
- Yuniarti, Anna T. 2006. Sukses Mendapatkan Pekerjaan. Jakarta: Wahyu Media.

MEMBANGUN KESADARAN MORAL DALAM ETIKA BERINTERAKSI DI DUNIA MAYA

Rachmat Adi Purnama

AMIK BSI

Jl. RS. Fatmawati No. 24 Pondok Labu Jakarta Selatan

Email: rapadipur@yahoo.com

Abstract

Level of crime has had with the empirical branching directly or through cyber space or virtual world. Based on the data showed that a variety of behavioral changes and the more crime increase with the virtual world of crime. Meanwhile the government and the device has not been able to become legal issues existing controllers. ITE legislation which was passed in last March 2008 full debate is considered not healthy and in conflict with the Constitution, especially on the freedom of UUD 45. By using qualitative methods, the author tried to analyze and give a solution that may become a concern for the government and the public how to maintain ethics in the virtual world interacting with the moral awareness of how to build each individual IT users themselves.

Keywords: crime, ethics, the moral awareness

Tingkat kriminalitas telah mengalami percabangan dengan cara *empiris* langsung maupun melalui *cyber space* atau dunia maya. Berdasarkan Data yang beragam menunjukkan bahwa perubahan perilaku dan kriminalitas kian meningkat seiring dengan meningkatnya kejahatan dunia maya. Sementara itu pemerintah dengan perangkat hukumnya belum mampu menjadi pengendali problematika yang ada. UU ITE yang telah disahkan pada bulan Maret 2008 lalu penuh dengan perdebatan karena dianggap tidak sehat dan bertentangan dengan UUD 45 terutama tentang kebebasan. Dengan menggunakan metode kualitatif, penulis mencoba untuk menganalisis dan memberikan solusi yang mungkin menjadi perhatian bagi pemerintah dan masyarakat bagaimana mempertahankan etika dalam berinteraksi di dunia maya dengan kesadaran moral tentang bagaimana membangun masing-masing individu pengguna IT itu sendiri.

Kata kunci: kriminal, etika, kesadaran moral

I. PENDAHULUAN

Fenomena yang dapat dilihat pada kinerja pemerintah saat ini adalah sibuk membangun secara fisik infrastruktur Teknologi informasi dan telekomunikasi. Peluang bisnis jaringan komunikasi menjadikan Negara Indonesia sebagai salah satu market atau pasar yang menjanjikan dengan jumlah penduduk sangat besar. Moralitas bangsa dan integritas bangsa adalah dua konsep sejalan yang terwujud dalam hubungan sebab akibat. Sedangkan yang menjadi penghalang akan tegaknya konsep tersebut di masyarakat adalah kriminalitas. Akar dari kriminalitas adalah rusaknya psikologis yang salah satu penyebabnya adalah pornografi-pornoaksi.

UU ITE yang telah disahkan oleh pemerintah sebagai pelengkap hukum dalam upaya pemberantasan kriminalitas

sayangnya sebagian orang menganggap UU ITE tersebut masih rumit dan sulit penerapannya. Masih ada sebagian masyarakat yang tidak sepakat dengan isi UU ini bermuatan syariah agama Islam, sehingga akan menjurus pada perpecahan. Walaupun perlu diakui bahwa inisiatif lahirnya RUU ITE ini berasal dari kalangan Islam, namun dilihat dari perubahan yang dilakukan berkali-kali menunjukkan semakin disesuaikannya RUU ini terhadap nilai-nilai heterogenesis bangsa.

Sementara itu ada pendapat lain bahwa negara tidak berhak merambah ke wilayah moralitas dan privasi masyarakat dalam mengatur sesuatu karena menyangkut HAM. Pada ayat 29, Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia menyatakan bahwa pembatasan terhadap kebebasan berekspresi dapat dilakukan atas dasar antara lain pertimbangan segi moral.

Kalaupun ada yang tidak sepakat dengan deklarasi tersebut, mestinya diketahui dan dipahami bersama bahwa isu pornografi bukan sekedar masalah moral, yang dikhawatirkan pornografi akan menghadapkan bangsa ini pada kebangkrutan sebenarnya adalah dari segi sosial. Negara-negara sekuler seperti Kanada, Italia dan Irlandia sudah lama menerapkan UU yang mengatur pornografi. Amerika sekalipun, yang mengaku sebagai kampiun demokrasi dan pembela HAM, membatasi dan mengatur peredaran pornografi. Dalam mekanisme pasar bebas pun, sebuah aturan wajib diberlakukan untuk pegangan bersama, jadi sebebapapun bentuk dan pola pemerintahan harus ada sebuah konstitusi yang berlaku di semua bidang dalam sebuah negara.

Dalam konteks ini maka dibutuhkan peran serta masyarakat dan pemerintah untuk bersama-sama menanggulangi penyalahgunaan internet. Karena dalam lingkup yang lebih luas, kejahatan internet dapat menjadi bentuk kejahatan serius bagi keamanan individu, masyarakat, bangsa dan Negara.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Istilah dunia maya (*cyberspace*) disebut pertama kali oleh William Gibson pada novelnya yang berjudul *Neuromancer* (1984). Novel ini mendeskripsikan jaringan komputer futuristik di mana para pengguna bekerja dengan otak. (*Cyber* berasal dari kata "*cybernetics*", sebuah istilah yang populer tahun 1948 untuk mengaplikasikan studi komparatif pada sistem kontrol otomatis, semisal sistem saraf/otak dan sistem komunikasi listrik-mekanis). Dalam bahasa sehari-hari, istilah ini memiliki pengertian yang agak berbeda. Istilah "Maya" disebabkan 'kunjungan' kita ke tempat-tempat lain tersebut bersifat maya (tidak nyata) karena kita hanya dapat melihat-lihat informasi yang terkandung di komputer-komputer lain di seluruh dunia yang terhubung ke Internet. (stru mencatat pertumbuhan ponsel tertinggi)

Dari segi *etimologi* (ilmu asal usul kata), menurut teguh wahyono(2005) etika berasal dari bahasa Yunani, *ethos* yang berarti watak kesusilaan atau adat. Dalam

Kamus Umum Bahasa Indonesia, ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak (moral). Selain akhlak kita juga lazim menggunakan istilah etika. Etika merupakan sinonim dari akhlak. Kata ini berasal dari bahasa Yunani yakni *ethos* yang berarti adat kebiasaan. Sedangkan yang dimaksud kebiasaan adalah kegiatan yang selalu dilakukan berulang-ulang sehingga mudah untuk dilakukan seperti merokok yang menjadi kebiasaan bagi pecandu rokok. Sedangkan etika menurut filsafat dapat disebut sebagai ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk dengan memperhatikan amal perbuatan manusia sejauh yang dapat diketahui oleh akal pikiran. Etika membahas tentang tingkah laku manusia.

Menurut Robert Salamon dalam teguh wahyono(2005) etika dapat dikelompokkan menjadi dua definisi yaitu:

1. Etika merupakan karakter individu, dalam hal ini termasuk bahwa orang yang beretika adalah orang yang baik. Pengertian ini disebut pemahaman manusia sebagai individu beretika.
2. Etika merupakan hukum sosial. Etika merupakan hukum yang mengatur, mengendalikan serta membatasi perilaku manusia.

Sedangkan moral berasal dari bahasa Latin yakni *mores* kata jama dari *mos* yang berarti adat kebiasaan. Sedangkan dalam bahasa Indonesia moral diartikan dengan susila. Sedangkan moral adalah sesuai dengan ide-ide yang umum diterima tentang tindakan manusia, mana yang baik dan mana yang wajar.

III. METODE PENELITIAN

Dalam tulisan ini penulis menggunakan metode kualitatif dan analisa data yang digunakan untuk mengamati dan menganalisa data-data yang berhubungan dengan perkembangan dunia TI dan perilaku para penggunanya. Dengan menggunakan metode kualitatif ini didapat beberapa bahan pemikiran yang mungkin dapat menjadi solusi terhadap permasalahan yang dihadapi pemerintah maupun masyarakat pengguna internet.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat ini, masyarakat sering, menyamakan dunia maya dan internet. Tetapi, sebenarnya dunia maya lebih dari sekadar internet. Dunia maya bisa terdiri dari *web*, ruang *chat*, diari online (*blog*). Dan juga meliputi segala sesuatu seperti konferensi suara (*teleconference*) dan ATM (anjungan tunai mandiri). Bisa disimpulkan, bahwa *dunia maya (cyberspace)* tidak terbatas pada dunia online dan internet khususnya, tetapi juga dunia komunikasi kabel dan nirkabel secara umum.

Dunia internet memang menyediakan banyak informasi dan memudahkan setiap pengunjungnya mendapatkan informasi yang ia mau. Cepat, mudah, dan terjangkau adalah kelebihan dari teknologi informasi berupa internet ini. Sehingga kita dapat menyaksikan setiap harinya jumlah pengguna internet bertambah. Banyak orang yang juga mencoba peruntungannya dengan membuka warung internet. Kemudian, perusahaan-perusahaan juga membuka web untuk bisa mempromosikan produknya.

Kemudahan untuk diakses membuat orang-orang tertarik untuk menjadikan internet dan blog sebagai peluang mencari pundi-pundi uang. Ada juga yang menggunakan internet untuk mencari teman atau komunitas lain dalam dunia *virtual*. Masyarakat virtual ini membangun dirinya dengan sepenuhnya mengandalkan interaksi sosial dan proses sosial dalam kehidupan jaringan intra dan antarsesama anggota masyarakat maya. Dipastikan bahwa konstruksi masyarakat maya pada mulanya berkembang dari sistem intra dan antar jaringan yang berkembang menggunakan sistem sarang laba-laba sehingga membentuk sebuah jaringan masyarakat yang besar.

Masyarakat "maya" ini sama seperti masyarakat nyata, yaitu menggunakan seluruh metode kehidupan masyarakat nyata sebagai model yang dikembangkan di dalam segi-segi kehidupan maya. Seperti, membangun interaksi sosial, adanya wewenang dan kepemimpinan, bahkan sudah ada yang membentuk komunitas dari dunia maya menjadi komunitas dalam dunia nyata. Namun, hal

ini tentu saja akan berdampak pada konstruksi sosial yang telah ada. Konstruksi sosial yang ada selama ini mengharuskan kita untuk mengetahui segala yang nyata adalah berasal dari suatu realitas awal atau memiliki asal-usul. Tetapi, dalam dunia maya ini ruang pengetahuan yang dikonstruksikan oleh media informasi melalui pencitraan media, di mana setiap manusia mendiami suatu ruang realitas yang perbedaan antara nyata dan fantasi, atau yang benar dengan yang palsu menjadi sangat tipis. Manusia hidup dalam dunia maya dan khayal.

Melihat fenomena yang saat ini terjadi di masyarakat pengguna internet, patutlah disadari bahwa sangat diperlukan pengaturan maupun pengawasan atas kebebasan dalam berinteraksi di dunia maya. Dan akhirnya dampak nyata UU ITE yang disahkan oleh pemerintah akan berhulu kepada bagaimana pelaksanaannya di lapangan. Semua *stakeholder* atau yang berkepentingan dengan undang-undang ini

diharapkan tidak salah mengartikan pasal-pasal, tetapi juga tidak menyalahgunakannya. Lembaga sekuat KPK saja dalam hal penyadapan, misalnya, harus berhati-hati menggunakannya, jika tidak mau menuai kritikan dari para praktisi hukum. Dalam seminarnya Dirjen ponstel Basuki yang bertema Seminar Hari Kesadaran Keamanan Informasi di Universitas Gajah Mada Yogyakarta (2006), mengatakan bahwa "Bahasa hukum memang tidak akan bisa memuaskan semua pihak. Pasti selalu ada kontroversi".

Internet sebagai salah satu media komunikasi informasi di dunia maya memiliki banyak dampak positif yang sangat besar manfaatnya baik di dunia bisnis, pendidikan maupun sarana berkomunikasi dengan sesama manusia di seluruh dunia. Namun internet juga dapat digunakan sebagai alat untuk melakukan kejahatan yang jauh lebih luas dan terus berkembang baik secara kualitas maupun kuantitas sejalan dengan kemajuan teknologi informasi itu sendiri. Terdapat beberapa kejahatan internet yang cukup menonjol saat ini sebagai contoh :

1. Sabotase terhadap perangkat-perangkat digital, data-data milik orang lain dan

- jaringan komunikasi data serta
2. Penetrasi terhadap sistem computer dan jaringan sehingga menyebabkan privasi seseorang atau lembaga lain terganggu.
 3. Melakukan akses-akses ke server tertentu atau ke internet yang tidak diizinkan oleh peraturan organisasi atau penyusupan ke web server sebuah situs kemudian mengganti halaman depan situs tersebut.
 4. penyalahgunaan jaringan orang lain.
 5. Tindakan penyalahgunaan kartu kredit orang lain di internet
 6. Penerapan aplikasi dalam usaha membuka ptoeksi dengan *software* ataupun sistem secara *illegal*.
 6. Dan lain-lain.

Tabel kejahatan dunia maya



Sumber : <http://dogllc.net/programs.html>

Kenyataan yang terjadi adalah para pelaku *cyber crime* secara umum adalah orang-orang yang memiliki keunggulan dan kemampuan keilmuan dan teknologi di bidangnya. Sementara itu, kemampuan aparat untuk menangkalnya sungguh jauh dari kualitas dari para pelaku kejahatan tersebut.

Peluang dan Kontroversi lahirnya UU ITE

Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) pada dasarnya adalah salah satu konsekuensi dari

skema konvergensi bidang telekomunikasi, *Computing* dan *Entertainment* (media), dimana pada awalnya masing-masing berbaur sendiri-sendiri. Undang-undang ini dibuat untuk memberikan kepastian hukum dan implikasi pada saat transaksi elektronik seperti transaksi keuangan via ponsel dari mulai saat memasukan *password*, melakukan transaksi keuangan sampai bagaimana pesan itu sampai ke recipient yang di tuju. Kepastian hukum ini diperlukan untuk stakeholder terkait di dalamnya mulai dari operator seluler, penyedia service transaksi keuangan, bank dimana sang nasabah menyimpan uangnya

sampai bank recipient menjadi nasabahnya. Namun Peluncuran UU ITE pada bulan Maret 2008 banyak menuai perdebatan dikalangan pengguna internet di dunia maya. Bahkan salah satu komentar yang cukup tajam dikemukakan oleh anggota dalam blognya dengan judul UU informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) adalah ancaman serius bagi blogger Indonesia.

Di satu sisi terdapat beberapa peluang yang dapat diambil dengan kehadiran UU ITE ini adalah sebagai berikut:

1. Penyelenggaraan Sistem Elektronik (*Certificate Authority/CA*) diharuskan berbadan hukum dan berdomisili di Indonesia (pasal 13 sampai 16). CA dari luar negeri yang terkenal seperti Verisign dan Geotrust dianggap tidak memiliki cukup informasi untuk melakukan verifikasi terhadap identitas seseorang di dalam Indonesia. Ini memberi peluang bagi bisnis baru di Indonesia. Juga dalam hal audit kehandalan atau kesesuaian yang meliputi banyak paramater, dari manajemen umum, kebijakan, manajemen resiko, *otentifikasi*, *otorisasi*, pengawasan, ekspertise yang memadai, dll. Sebagian besar UU ini memang mengatur Infrastruktur Kunci Publik (*Public Key Infrastructure/PKI*). Untuk diketahui pada tahun 2006 sudah diterbitkan Peraturan Menkominfo 29/PERM/M.KOMINFO/11/2006 tentang pengorganisasian, pengawasan, dan pengamanan infrastruktur CA ini.
2. UU ini dapat mengantisipasi kemungkinan penyalahgunaan internet yang dapat merugikan. Aksi membobol sistem pihak lain (*cracking*) kini dilarang secara eksplisit. Pencegahan terhadap sabotase terhadap perangkat digital dan jaringan data yang dapat mengganggu privasi seseorang membutuhkan suatu sistem security yang baik.
Ini adalah peluang bagi masyarakat untuk menjadi praktisi keamanan jaringan. Jika seseorang tidak memanfaatkan internet untuk hal-hal negatif, tidak ada yang perlu ditakutkan dengan kehadiran UU ITE ini. Karenanya keawatiran pengusaha

Warnet sebenarnya tidak beralasan, mungkin dalam hal petunjuk pelaksanaannya saja yang memang belum jelas karena ada beberapa Peraturan di bawahnya yang belum selesai dibuat.

3. Transaksi dan sistem elektronik beserta perangkat pendukungnya mendapat perlindungan hukum. Kini Tandatangan Elektronik sudah memiliki kekuatan hukum sehingga dianggap sama dengan tandatangan konvensional, sehingga alat bukti elektronik sudah diakui seperti alat bukti lainnya yang diatur dalam KUHAP.
4. Kegiatan ekonomi bisa mendapatkan perlindungan hukum, misalnya *E-tourism*, *E-learning*, implementasi EDI, transaksi dagang via, sehingga jika ada yang melakukan pelanggaran akan bisa segera digugat berdasarkan pasal-pasal UU ITE ini. Hambatan pengurusan ekspor-import terkait dengan transaksi elektronik dapat diminimalkan, apalagi jika nantinya sudah kerjasama berupa mutual legal assistance sudah dapat terealisasikan.
5. Walaupun masih perlu ada *Mutual Legal Assistance* (MLA), UU ini sudah dibuat dengan menganut prinsip extra territorial jurisdiction sehingga kejahatan yang dilakukan oleh seseorang dari luar Indonesia, akan bisa diadili dengan UU ini.
6. Penyelesaian sengketa juga dapat diselesaikan dengan metode penyelesaian sengketa *alternative* atau *arbitrase*.
7. UU ITE ini memberi peluang sebesar-besarnya kepada pemerintah untuk mengadakan program pemberdayaan internet (terlepas dari sisi negatifnya) untuk digunakan sebagai sarana mencerdaskan kehidupan bangsa. *Public awareness* harus dibangun secara kontinyu, sehingga "bahasa" internet di Indonesia menjadi bahasa yang bermartabat. Tentu saja ini harus dibarengi dengan *infrastruktur* yang mampu untuk mengurangi dampak negatifnya.

Di balik segala peluang tersebut, muncul banyak kontroversi yang disebabkan beberapa kelemahan pada UU ITE ini. Apa

saja kelemahan yang menjadi dasar bagi para kalangan yang kontra terhadap kehadiran UU ITE ini antara lain :

1. UU ini dianggap dapat membatasi hak kebebasan berekspresi, mengeluarkan pendapat dan bisa menghambat kreativitas dalam ber-internet, terutama pada pasal 27 ayat (1), Pasal 27 ayat (3), Pasal 28 ayat (2), dan Pasal 31 ayat (3). Pasal-pasal tersebut pada dianggap umumnya memuat aturan-aturan warisan pasal karet (*haatzai artikelen*), karena bersifat lentur, subjektif, dan sangat tergantung interpretasi pengguna UU ITE ini. Ancaman pidana untuk ketiganya pun tak main-main yaitu penjara paling lama 6 tahun dan/atau denda paling banyak 1 milyar rupiah
2. Belum ada pembahasan detail tentang *spamming*. Dalam pasal 16 UU ITE mensyaratkan penggunaan 'sistem elektronik' yang aman dengan sempurna, namun standar spesifikasi yang bagaimana yang digunakan ? Apakah mengoperasikan *web server* yang memiliki celah keamanan nantinya akan melanggar undang-undang?
3. Masih terbuka munculnya moral hazard memanfaatkan kelemahan pengawasan akibat euforia demokrasi dan otonomi daerah, seperti yang kadang terjadi pada pelaksanaan K3 dan AMDAL.
4. Masih sarat dengan muatan standar yang tidak jelas, misalnya standar kesesuaian, definisi perjudian, interpretasi suatu penghinaan. Siapa yang berhak menilai standarnya ? Ini sejalan dengan kontroversi besar pada pembahasan undang-undang anti pornografi.
5. Ada masalah yurisdiksi hukum yang belum sempurna. Ada suatu pengandaian dimana seorang WNI membuat suatu software khusus pornografi di luar negeri akan dapat bebas dari tuntutan hukum.

Membangun kesadaran moral dalam etika beriteraksi di Dunia Maya

Beberapa orang berpendapat bahwa etika dan akhlak adalah sama. Persamaan memang ada karena kedua-duanya membahas baik dan buruknya tingkah laku

manusia. Tujuan etika dalam pandangan filsafat ialah mendapatkan ide yang sama bagi seluruh manusia disetiap waktu dan tempat tentang ukuran tingkah laku yang baik dan buruk sejauh yang dapat diketahui oleh akal pikiran manusia. Akan tetapi dalam usaha mencapai tujuan itu, etika mengalami kesulitan, karena pandangan masing-masing golongan dunia ini tentang baik dan buruk mempunyai ukuran (kriteria) yang berlainan.

Apabila kita menelusuri lebih mendalam, maka kita dapat menemukan secara jelas persamaan dan perbedaan etika dan akhlak. Persamaan diantara keduanya adalah terletak pada objek yang akan dikaji, dimana kedua-duanya sama-sama membahas tentang baik buruknya tingkah laku dan perbuatan manusia. Sedangkan perbedaannya sumber norma, dimana akhlak mempunyai basis atau landasan kepada norma agama yang bersumber dari Hadist dan Al Quran.

Para ahli dapat segera mengetahui bahwa etika berhubungan dengan empat hal sebagai berikut.:

1. Segi objek pembahasannya, etika berupaya membahas perbuatan yang dilakukan oleh manusia.
2. Segi sumbernya, etika bersumber pada akal pikiran dan filsafat. Sebagai hasil pemikiran maka etika tidak bersifat mutlak, absolut dan tidak pula universal.
3. Segi fungsinya, etika berfungsi sebagai penilai, penentu dan penetap terhadap suatu perbuatan tersebut akan dinilai baik, buruk, mulia, terhormat, terhina dsb
4. Segi sifatnya, etika bersifat relatif yakni dapat berubah-ubah sesuai tuntutan zaman.

Dengan ciri-ciri yang demikian itu, maka etika lebih merupakan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan upaya menentukan perbuatan yang dilakukan manusia untuk dikatakan baik atau buruk. Dengan kata lain etika adalah aturan atau pola tingkah laku yang dihasilkan oleh akal manusia.

Menurut Lawrence Konhebert(1927-1987) dikatakan bahwa antara etika dan moral memang memiliki kesamaan. Namun, ada pula perbedaannya, yakni etika lebih banyak bersifat teori, sedangkan moral lebih

banyak bersifat praktis. Menurut pandangan ahli filsafat, etika memandang tingkah laku perbuatan manusia secara *universal* (umum), sedangkan moral secara lokal. Moral menyatakan ukuran, etika menjelaskan ukuran itu. Namun demikian, dalam beberapa hal antara etika dan moral memiliki perbedaan. Pertama, kalau dalam pembicaraan etika, untuk menentukan nilai perbuatan manusia baik atau buruk menggunakan tolak ukur akal pikiran atau rasio, sedangkan dalam pembicaraan moral tolak ukur yang digunakan adalah norma-norma yang tumbuh dan berkembang dan berlangsung di masyarakat.

Istilah moral senantiasa mengacu kepada baik buruknya perbuatan manusia sebagai manusia. Inti pembicaraan tentang moral adalah menyangkut bidang kehidupan manusia dinilai dari baik buruknya perbuatannya selaku manusia. Norma moral dijadikan sebagai tolak ukur untuk menetapkan betul salahnya sikap dan tindakan manusia, baik buruknya sebagai manusia.

Moralitas dapat didefinisikan dengan berbagai cara. Menurut Sony Keraf (1991), moralitas adalah sistem nilai tentang bagaimana kita hidup dengan baik sebagai manusia. Namun, secara umum moralitas dapat dikatakan sebagai kapasitas untuk membedakan yang benar dan yang salah, bertindak atas perbedaan tersebut, dan mendapatkan penghargaan diri ketika melakukan yang benar, baik dan wajar, tetapi merasa bersalah dan malu ketika melanggar standar moral atau norma moral yang berlaku. Moralitas adalah kualitas dalam perbuatan manusia yang menunjukkan bahwa perbuatan itu benar atau salah, baik atau buruk. Moralitas mencakup pengertian tentang baik buruknya perbuatan manusia sebagai manusia. Sedangkan etika adalah tingkah laku manusia, baik mental maupun fisik mengenai hal-hal yang sesuai dengan ajaran moral, dengan standarnya pertimbangan akal pikiran.

Sesuai dengan pendapat Aliah B. Purwakania Hasan (2006) menyatakan bahwa moralitas memiliki 3 (tiga) komponen, yaitu :

1. Komponen afektif moralitas (*moral affect, attitude*, sikap) atau emosional

merupakan berbagai jenis perasaan (seperti perasaan bersalah atau malu, perhatian terhadap perasaan orang lain, simpati dan empati) yang meliputi tindakan benar dan salah yang memotivasi pemikiran dan tindakan moral serta menyertai pelaksanaan prinsip etika. Agama mengajarkan pentingnya rasa malu untuk melakukan perbuatan yang tidak baik sebagai sesuatu yang penting. Malu dikatakan sebagian dari iman, karena malu dapat menjauhkan diri dari perbuatan yang tidak bermoral.

2. Komponen kognitif moralitas (*moral reasoning, knowledge*, pengetahuan) merupakan pemikiran atau pusat seseorang melakukan konseptualisasi benar dan salah serta membuat keputusan tentang bagaimana seseorang berperilaku yang ditunjukkan dengan berbagai tindakan yang benar atau yang salah. Agama mengajarkan bahwa Allah mengilhamkan ke dalam jiwa manusia dua jalan yaitu jalan kefasikan dan ketakwaan. Manusia memiliki akal (otak kanan dan otak kiri) untuk memilih jalan mana yang ia akan tempuh. Pilihan manusia tentang jalan yang akan ia pilih dalam konflik ini menentukan apakah ia menjadi orang yang baik atau tidak.
3. Komponen perilaku moralitas (*moral behaviour*, tindak tanduk) merupakan tindakan yang konsisten terhadap tindakan moral seseorang dalam situasi dimana mereka harus melanggarnya, artinya mencerminkan bagaimana seseorang sesungguhnya berperilaku ketika mengalami godaan untuk berbohong, curang, atau melanggar aturan moral lainnya.

Agama menggambarkan bahwa memilih melakukan jalan yang benar seperti menempuh jalan yang mendaki lagi sukar. Melakukan sesuatu pada jalan yang benar merupakan pilihan bagi umat manusia, meskipun sulit. Manusia harus berusaha untuk berbuat adil, meskipun sulit. Keadilan harus ditegakkan, meskipun terhadap pihak lain yang tidak disukai.

Dalam menghadapi dilema moral, seseorang harus menentukan pilihan dari perbuatan yang akan dilakukannya, yang harus menggunakan penalarannya.

Penalaran moral bukan merupakan penalaran terhadap standar perilaku yang ditentukan oleh konsesus sosial (*social-conventional rules*), namun lebih merupakan penalaran terhadap standar penerimaan dan penolakan perilaku yang berhubungan dengan hak dan kewenangan individu (*moral rules*). Usia menentukan bagaimana penalaran tersebut dilakukan. Dalam keadaan tertentu, aturan dapat dilanggar jika terdapat situasi darurat yang memaksa dan harus diselesaikan segera demi kepentingan yang lebih tinggi. Dalam situasi tertentu, dapat terjadi konflik dari berbagai aturan yang mengharuskan seseorang menentukan pilihan. Penilaian benar salah lebih dinilai dari niat pelakunya. Mereka lebih memilih hukuman yang langsung memperbaiki kesalahan yang dibuat pelakunya. Mereka juga mulai melihat bahwa orang-orang yang bersalah sering kali tidak terdeteksi dan lolos dari jeratan hukum.

Peneliti Lawrence Kohlber (1958) hanya meneliti untuk menyusun pemikiran moral, bukan tindakan moral. Sebagaimana kita ketahui, orang yang bicara dengan tingkat moral yang tinggi, belum tentu berperilaku sedemikian rupa, artinya tidak satu kata dengan perbuatannya.

Teori Penalaran Moral Kohlberg (1997), walaupun dapat diterapkan pada teologi, namun masih menuai kritik dari sudut psikologi. Beberapa pakar menyatakan kemungkinan bahwa Teori Kohlberg mengandung bias terhadap kelompok sosial tertentu. Teori Kohlberg juga hanya meneliti penalaran moral, dan tidak meneliti perasaan dan perilaku yang berhubungan dengan moralitas. Banyak psikolog berpendapat (yang merasa) bahwa akan tampil bahaya jika orang menempatkan prinsip pribadi di atas masyarakat dan hukum yang berlaku. Manusia memiliki kemampuan penalaran yang beragam, termasuk penalaran moralnya. Baik atau buruk didefinisikan pada keadilan yang lebih besar, bukan pada aturan masyarakat yang tertulis atau kewenangan tokoh otoritas. Kebenaran moral dan hukum yang berlaku di dalam masyarakat tidak selalu sama.

Pendidikan moral saat ini banyak dibicarakan oleh para pakar. Salah satu buku yang membicarakan aspek moral ini adalah *Moral Intelligence: Enhancing Business*

Performance and Leadership Success yang ditulis oleh Doug Lennick & Fred Kiel (2005). Kedua pakar ini menyusun alat pengukur *Moral Competency Inventory* (Inventori untuk mengukur kompetensi moral). Ada empat komponen modal moral yang membuat seseorang memiliki kecerdasan moral yang tinggi yakni:

1. Integritas (*integrity*), yakni kemauan untuk mengintegrasikan nilai-nilai universal di dalam perilaku. Individu memilih berperilaku yang tidak bertentangan dengan kaidah perilaku etikal yang universal. Orang berperilaku atas keyakinan bahwa perilaku dalam bekerja yang etikal adalah sesuatu yang harus dilakukan dan akan membuat dirinya bersalah jika hal itu dilakukan.
2. Bertanggung-jawab (*responsibility*) atas perbuatan yang dilakukannya. Hanya orang-orang yang mau bertanggung-jawab atas tindakannya dan memahami konsekuensi dari tindakannya yang bisa berbuat sejalan dengan prinsip etik yang universal.
3. Penyayang (*compassionate*) adalah tipe orang yang tidak akan merugikan orang lain, karena dia menyadari memberi kasih sayang pada orang lain adalah juga sama dengan memberi kasih sayang pada diri sendiri. Orang yang melanggar etika adalah orang yang tidak memiliki kasih sayang pada orang lain yang dirugikan akibat perbuatannya yang melanggar hak orang lain.
4. Pemaaf (*forgiveness*) adalah sifat yang diberikan pada sesama manusia. Orang yang memiliki kecerdasan moral yang tinggi bukanlah tipe orang pendendam yang membalas perilaku yang tidak menyenangkan dengan cara yang tidak menyenangkan pula.

Sama halnya dengan modal intelektual yang berbasis pada kecerdasan intelektual, maka modal moral dasarnya adalah kecerdasan moral yang berbasis pada empat kompetensi moral di atas.

Pembangunan moral menjadi semakin penting peranannya karena upaya membangun manusia yang cerdas dengan IQ tinggi dan manusia yang pandai mengelola emosinya dalam berhubungan dengan orang lain tidaklah menghantarkan manusia pada kebermaknaan hidup. Kebermaknaan hidup adalah sebuah motivasi yang kuat yang mendorong orang untuk melakukan sesuatu kegiatan yang berguna. Hidup yang berguna adalah hidup yang memberi makna pada diri sendiri dan orang lain. Selain itu pembangunan moral ini juga memberikan perasaan hidup yang komplit (*wholeness*). Inilah yang disebut oleh Abraham maslow dengan '*Peak Experience*', perasaan yang muncul karena kedekatan dengan sang Pencipta. Stephen Covey (1986) memasukkan bagian dari hal yang bersifat spiritual ini dalam bagian kegiatan manusia yang harus ditingkatkan agar manusia menjadi manusia yang efektif.

Bagi orang Islam modal intelektual, emosional, modal sosial, modal ketabahan dan modal moral yang dibicarakan di atas adalah bagian dari ekspresi Modal spiritual. Semakin tinggi iman dan takwa seseorang semakin tinggi pula ke lima modal di atas. Namun demikian banyak orang yang menyarankan agar modal spiritual dipisahkan dari kelima modal di atas, dengan tujuan untuk semakin menekankan betapa pentingnya upaya pengembangan spiritualitas dan keberagaman manusia. Di mata orang yang berpandangan demikian, agama akan menjadi pembimbing kehidupan agar tidak menjadi egotik yang orientasinya hanya memikirkan kepentingan dirinya sendiri. Oleh karena itu upaya untuk mengembangkan keagamaan adalah bagian mutlak dan utama bagi tumbuhnya masyarakat yang makmur dan sejahtera serta aman dan damai.

Beberapa hal yang mungkin dapat dikembangkan dalam membangun moral dan etika para pengguna internet antara lain :

1. Mengembangkan pemahaman akan nilai budaya masyarakat yang telah dirumuskan secara *eksplisit* baik tertulis maupun lisan, namun yang lebih merupakan slogan, pepatah, peribahasa, syair-syair lisan, yang sungguh-sungguh hidup di masyarakat dan bukan yang

berupa uraian sistematis metodik dari para ahli.

2. Menggali pemahaman masyarakat yang mungkin sudah dimengerti secara fragmentaris, tetapi masih bersifat implisit, yaitu "tersembunyi" dalam gejala-gejala hidup bersama dalam masyarakat, tercermin dalam sikap dan kelakuan masyarakat.
3. Mengembangkan dialog, yang berfungsi mengembalikan esensi kehidupan bermasyarakat majemuk pada tindakan yang tidak memutlakkan hukum, ritus dan adat istiadat masing-masing latar belakang sosio-kultural.
4. Membangun kesadaran spiritualitas baru di dalam kehidupan berbangsa bernegara yang tidak sekedar berorientasi pada kehidupan politik kekuasaan dan hegemoni sepihak, melainkan juga bagaimana mengatasi masalah ketidakadilan, empati dan penghargaan atas martabat orang lain.
5. Menyadari bahwa membangun kesadaran berbangsa dan bernegara yang bertumpu pada realitas kemajemukan merupakan proses yang harus terus menerus ditumbuhkan, dan tidak menganggapnya sebagai finalitas yang sudah selesai.
6. Membangun keadilan dalam arti yang luas dan tidak mengembangkan *hegemoni* (seperangkat ide-ide sebagai alat yang digunakan oleh kelompok dominan untuk memperjuangkan kepentingan kelompok subordinat) atas dasar agama, etnik atau latar belakang kebudayaan apa pun kendatipun dengan alasan mayoritas.
7. Selalu dikembangkan kesadaran akan kesetaraan masing-masing latar belakang sosio-kultural yang membangun kemajemukan Indonesia seluruh kapasitas sebagai kekayaan bangsa.

V. KESIMPULAN

Perdebatan yang terjadi diantara para pengguna Teknologi Informasi dan komunikasi baik pemerintah, para praktisi maupun para pakar TI, sebaiknya segera diakhiri. Apapun yang ditawarkan oleh pemerintah sebagai lembaga yang

berwenang mengeluarkan perundang-undangan pasti akan menuai protes dari berbagai pihak. Oleh karena itulah sudah saatnya pemerintah mulai memperhatikan bagaimana cara membangun kesadaran moral dalam etika interaksi di dunia maya, sehingga masing-masing pengguna layanan internet akhirnya dapat menghentikan kejahatan dunia maya maupun mengontrol dampak negatif dari pemanfaatan TI itu sendiri.

UU ITE diperlukan karena adanya tuntutan untuk mengatur dunia maya, karena perlu disadari bahwa terdapat banyak dampak negatif yang terjadi di dunia maya sama halnya dengan dunia nyata. Masyarakat dan para pengguna internet haruslah kembali pada niat dan kejujuran masing-masing untuk memenuhi etika dalam berinteraksi di dunia maya. Bahkan salah seorang pakar teknologi Onno W Purbo dalam salah satu diskusinya di salah satu media televisi Indonesia mengemukakan bahwa “Tidak ada program seaneh apapun yang dapat mencegah kejahatan kriminal maupun pornografi di Indonesia kecuali moral pribadi manusia itu sendiri”.

Pemerintah dalam hal ini sudah saatnya lebih menyeimbangkan antara perkembangan teknologi dan komunikasi dengan membangun pribadi-pribadi bangsa yang memiliki etika dan moralisme yang terus dijaga. Karena kehancuran suatu Negara dapat mudah terjadi apabila memiliki generasi muda yang moralitasnya sudah hancur, begitupula sebaliknya apabila generasi muda kita memiliki etika dan moral yang tinggi maka pembangunan Negara dan

bangsa dapat terus berkembang dan maju. Satu hal yang tidak kalah penting adalah komitmen bersama untuk memfungsikan semua perangkat tersebut. Jika tidak ada komitmen yang kuat untuk menjalankannya, maka semua upaya yang ditempuh untuk mengatasi penyalahgunaan internet akan sia-sia.

SARAN

Beberapa saran yang dapat penulis berikan antara lain:

1. Sosialisasi UU ITE keseluruhan masyarakat baik instansi pemerintah, instansi swasta, lembaga-lembaga pendidikan maupun seluruh masyarakat.
2. Sebaiknya pemerintah berperan aktif dalam menciptakan etika maupun moral bangsa dengan mengadakan pelatihan-pelatihan, seminar melalui elemen-elemen masyarakat dengan panduan dari lembaga yang terkait.
3. Pendidikan etika dan moral masyarakat selalu dibina sejak mereka dibangku sekolah, sehingga akan menjadi dasar pembentukan masyarakat yang beretika dan bermoral.
4. Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi, maka proteksi terhadap pengaruh negatif semakin ditingkatkan dengan memanfaatkan orang-orang yang ahli dibidangnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alesketu. 2008. UU ITE Mencegah Kejahatan Berbasis Teknologi. [http://www.wonogiri.org/mod.php?artid=44533&cid=62&mod=publisher&op=viewarticle]Tgl akses 25 Juli 2009
- Elly, M Jafar. 2008. Mengoptimalkan UU ITE. Jakarta:Republika
- Hasan, Aliah B Purwakania. 2006. Psikologi Perkembangan Islam. Jakarta:PT. Radja Grasindo Perkasa.
- Herwanparwiyanto. 2009. Masalah Lingkungan dalam Kajian Etika dan Moral. [http://herwanparwiyanti.staf.uns.ac.id/files/2009/03/herwnlingkungan-dlm-kajian-etika-dan-moral.doc] tgl akses 20 Juli 2009
- Indrajit, Richardh Eko. Relasi Dunia Nyata dan Dunia Maya dalam Konteks Menjaga Keamanan Internet [http://images.idsirtii.or.id/files/cyber6/b

- 4c3aa2b8795b7644d88e309005605
915.pdf] Tgl akses 20 Juli 2009
- Makarim, Edmon.. 2008. Rancangan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (RUU-ITE). Jakarta: Depkominfo.
- Noor, Achmad Rouzni. 2009. Menkominfo: Silahkan Cabut UU ITE. [<http://www.detikinet.com/read/2009/02/16/180502/1085711/328/menkominfo-silakan-cabut-uu-ite>] Tgl akses 16 Februari 2009.
- Setiadi, Mas wigrantoro. 2006. Etika dan hukum cyber/telematika. Jakarta: Universitas Budi Luhur.
- Wahyono, Teguh. 2006. Etika Komputer dan Tanggung Jawab Profesional di bidang Teknologi Informasi. Jakarta: Andi.
- Zubair, Achmad Charris. 2003. Membangun kesadaran Etika Multikulturalisme di Indonesia. [<http://jurnal.filsafat.ugm.ac.id/index.php/jf/article/viewFile/18/15>] tgl akses 12 Maret 2009.

KONSEP TEORI PENYADARAN PAULO FREIRE SEBAGAI ALTERNATIF PEMECAHAN MASALAH PENDIDIKAN ANAK JALANAN DI INDONESIA

Restiawan Permana

AKOM BSI

Jl. Salemba Tengah No. 45 Jakarta Pusat

Email: indojakarta_work@yahoo.co.id

Abstract

Indonesia is a country that has the largest number of street children or children displaced, where they generally do not attend school or drop out of school. The influence of globalization is developing rapidly, and the technology is developing rapidly, the transfer of knowledge can be developed and the effect on the existing education system, both between countries and between nations. This can be seen from the reality of children education problems in Indonesia. Education is an effort the consciousness for the oppressed (poor children/street children), because only through education will be delivered for the exemption suppressed. Education can be the cause of the birth of their oppressed. Education became an important factor to open community awareness. Through education will the understanding oppressed causes for this and they will be able to even attempt to free the fetters oppressed.

Key words: The Consciousness Theory, Solutions of Streets Children Education

Indonesia merupakan negara terbesar yang mempunyai jumlah anak jalanan atau anak terlantar, di mana umumnya mereka tidak bersekolah atau putus sekolah. Pengaruh globalisasi yang berkembang dengan pesat, serta teknologi yang berkembang pesat, transfer ilmu pengetahuan dapat berkembang dan berpengaruh pada sistem pendidikan yang ada, baik antarnegara maupun antarbangsa. Hal ini dapat dilihat dari realitas masalah pendidikan anak di Indonesia. Pendidikan merupakan sebuah upaya penyadaran bagi kaum tertindas (anak miskin/anak jalanan), karena hanya dengan pendidikan akan melahirkan pembebasan bagi kaum tertindas. Pendidikan akan dapat melahirkan bentuk pemahaman penyebab ketertindasan mereka. Pendidikan menjadi faktor penting dalam membuka kesadaran masyarakat. Melalui pendidikan akan diperoleh pemahaman akan penyebab ketertindasan mereka selama ini dan bahkan akan mampu menghasilkan upaya untuk membebaskan belenggu ketertindasan tersebut.

Kata kunci: Teori Penyadaran, Solusi Pendidikan Anak Jalanan

I. PENDAHULUAN

Banyak negara mengakui bahwa persoalan pendidikan merupakan persoalan yang pelik, namun semuanya merasakan bahwa pendidikan merupakan tugas negara yang amat penting. Bangsa yang ingin maju, membangun, dan berusaha memperbaiki keadaan masyarakat dan dunia, tentu dapat dikatakan bahwa pendidikan merupakan kunci, dan tanpa kunci itu usaha mereka akan gagal untuk membangun bangsanya sendiri.

Namun, di negara-negara berkembang seperti Indonesia, sistem pendidikan dari luar sering kali mengalami kesulitan untuk berkembang. Cara dan sistem pendidikan yang ada sering menjadi sasaran kritik dan kecaman karena seluruh daya guna

sistem pendidikan tersebut diragukan. Hasilnya, banyak generasi muda yang memberontak terhadap metode-metode dan sistem pendidikan yang ada. Bahaya yang dapat timbul dari keadaan tersebut bukan hanya bentrokan-bentrokan dan malapetaka, melainkan justru bahaya yang lebih fundamental yaitu lenyapnya sifat-sifat perikemanusiaan. Sendi-sendi kehidupan berbangsa dan bernegara menjadi hancur. Pola pikir yang semula terstruktur rapi menjadi kacau dan tidak menentu.

Masalah-masalah dalam dunia pendidikan di Indonesia tidak tumbuh dari keadaan yang biasa, seperti masalah politik, hukum, sosial, ekonomi, moral, kepercayaan, dan lain-lain. Perilaku masyarakat Indonesia selama ini sudah terjangkau oleh virus

k eseragaman, dan virus inilah yang mengendalikan perilaku masyarakat dalam berbangsa dan bernegara. Kesadaran dan penyadaran tentang keberagaman (pluralisme) bangsa sangat jauh dari kehidupan masyarakat. Pola pikir sentralistik, monolitik, uniformistik sangat kental mewarnai pengemasan di berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam dunia pendidikan yang paling jelas diwarnai oleh upaya ini.

Dunia pendidikan, lebih khusus lagi dunia belajar didekati dengan paradigma yang tidak mampu menggambarkan hakekat belajar dan pembelajaran secara komprehensif. Praktek-praktek pendidikan dan pembelajaran sangat diwarnai oleh landasan teoretik dan konseptual yang tidak akurat. Paradigma yang mengagungkan keseragaman ternyata telah berhasil membelajarkan anak-anak untuk mengabaikan keragaman/perbedaan.

Freire mengkritik, selama ini sekolah telah menjadi “alat penjinakan”, yang memanipulasi peserta didik agar mereka dapat diperalat untuk melayani kepentingan kelompok yang berkuasa (Budiningsih, 2005:3). Paulo Freire adalah seorang filsuf pendidikan ternama. Dia dilahirkan dalam keluarga kelas menengah di Recife, Brasil. Namun ia mengalami langsung kemiskinan dan kelaparan pada masa Depresi Besar 1929, suatu pengalaman yang membentuk keprihatinannya terhadap kaum miskin dan ikut membangun pandangan dunia pendidikannya yang khas. Freire mulai belajar di Universitas Recife pada 1943, sebagai seorang mahasiswa hukum, tetapi ia juga belajar filsafat dan psikologi bahasa. Meskipun ia lulus sebagai ahli hukum, ia tidak pernah benar-benar berpraktik dalam bidang tersebut. Tesis Freire yang bermula dari suatu keprihatinan akan praksis pendidikan yang dalam kenyataannya sebagai suatu proses pembenaran akan praktek-praktek penindasan yang sudah terlembaga, dalam kenyataannya justru semakin dilegitimasi lewat metode dan sistem pendidikan yang paternalistik.

Sebagai dampak kekacauan sistem pendidikan, beberapa tahun terakhir ini di Indonesia, perhatian sebagian warga masyarakat terhadap kehidupan anak-anak makin meningkat. Hal ini didorong oleh rasa

kemanusiaan dan kondisi anak yang makin terpuruk. Kini, sosok anak-anak di Indonesia tampil dalam kehidupan yang kian tak menggembirakan. Hal itu tampak dari kian meningkatnya jumlah anak jalanan. Kondisi anak-anak yang kian terpuruk hanya teramati dari tampilan fisiknya saja. Padahal di balik tampilan fisik itu ada kondisi yang memprihatinkan, bahkan kadang-kadang lebih dahsyat. Kondisi ini disebabkan oleh makin rumitnya krisis di Indonesia: krisis ekonomi, hukum, moral, dan berbagai krisis lainnya.

Indonesia merupakan negara terbesar yang mempunyai jumlah anak jalanan atau anak terlantar, di mana umumnya mereka tidak bersekolah atau putus sekolah. Krisis ekonomi yang terjadi diyakini berpengaruh besar terhadap peningkatan jumlah anak ini. Pengaruh globalisasi yang berkembang dengan pesat, serta teknologi yang berkembang pesat, transfer ilmu pengetahuan dapat berkembang dan berpengaruh pada sistem pendidikan yang ada, baik antarnegara maupun antarbangsa. Hal ini dapat dilihat dari realitas masalah pendidikan anak di Indonesia.

Dinas Pendidikan Provinsi DKI Jakarta menyebutkan, hingga kini setidaknya terdapat 6.959 anak yang mengalami putus sekolah. Jumlah itu terdiri dari Murid SMA, SMK, SMP, maupun SD. Banyaknya murid yang putus sekolah akibat kurangnya kesadaran atau kemauan untuk melanjutkan pendidikan. Jumlah anak putus sekolah tingkat SMA tahun 2008 mencapai 1.253 orang atau meningkat 0,04 % dibanding tahun 2007 yang hanya mencapai 1.229 orang. Tingkat SMK 3.188 orang atau 1,65 %, dari total jumlah SMA dan SMK 377.198 orang.

Meningkatnya angka putus sekolah karena banyak siswa yang bekerja menjadi gantungan hidup keluarga. Putus sekolah ini pada umumnya dikarenakan kurangnya kemauan untuk sekolah, karena merasa sudah mendapat penghasilan.

Sementara itu jumlah angka putus sekolah tingkat SD tahun 2008 sebanyak 571 orang, SMP mencapai 1.947 orang. Angka itu menurun dibanding tahun 2007 yang mencapai 914 untuk tingkat SD dan 2.172 orang untuk tingkat SMP dari total jumlah murid SD dan SMP 1.226.069 orang.

Tabel 1. Table of Social Welfare Statistics

Selected Indicators	2001	2002	2003	2004	2005	2006
School Enrollment (%)						
Population aged 7-12 years	95,65	96,10	96,42	96,77	97,14	97,37
Population aged 13-15 years	79,39	79,21	81,01	83,49	84,02	84,08
Population aged 16-18 years	49,38	49,76	50,97	53,48	53,86	53,92
Educational Attainment of Population aged 10 years and over (%)						
No Schooling	10,30	8,64	8,50	8,98	7,82	7,43
Some Elementary School	24,11	22,63	21,87	15,31	21,46	20,77
Elementary School	32,66	33,30	33,42	31,87	32,34	31,67
Junior High School	14,87	15,92	16,65	20,12	17,06	17,56
At least Senior High School	18,06	19,53	19,56	23,72	21,32	22,56
Proportion of population 10 years of age and over who were literate	89,20	90,71	90,93	91,47	91,91	92,39

Sumber: Badan Pusat Statistik

Berdasarkan latar belakang tersebut, pokok permasalahan dalam makalah ini dapat dirumuskan sebagai berikut: Bagaimana mengaitkan konsep Teori Penyadaran Paulo Freire dengan solusi pemecahan masalah pendidikan anak jalanan? Permasalahan pokok tersebut akan diuraikan menjadi dua masalah, yaitu: Pertama, apa konsep pendidikan Paulo Freire tentang pedagogi kaum tertindas? Kedua, kenapa teori Freire tersebut dapat digunakan sebagai transformasi sosial anak jalanan dan bagaimana relevansi konsep dan peran Teori Penyadaran Paulo Freire dengan proses pengembangan masyarakat?

Kerangka teori yang digunakan, yaitu konsep pendidikan Paulo Freire didasarkan pada pandangan mengenai manusia dan dunia. Menurutnya, kodrat manusia itu tidak hanya "berada-dalam-dunia", melainkan juga "berada-bersama-dengan-dunia" (*being in and with the world*). Di samping itu, bahwa pengharapan sebagai kebutuhan ontologis, menurut Paulo Freire, memerlukan praktik supaya dapat menjadi sesuatu yang konkret historis (Paulo Freire, 1999: 8).

II. HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses pembangunan kesadaran kritis yang dilakukan secara transformatif, partisipatif, sistematis, dan berkesinambungan melalui pengorganisasian dan peningkatan kemampuan menangani berbagai persoalan dasar yang mereka hadapi untuk mengarah pada perubahan kondisi hidup yang semakin baik sesuai dengan cita-cita yang diharapkan. Jadi yang dimaksud dengan istilah pengembangan masyarakat dalam studi ini adalah: Proses penyadaran dan penggalian potensi lokal masyarakat yang dilakukan oleh seluruh komponen masyarakat secara bersama-sama, dengan tujuan memenuhi kebutuhan serta mencari solusi atas permasalahan yang duhadapi oleh mereka.

Teori Penyadaran Paulo Freire Bagi Kaum Tertindas

Sebagai bentuk perubahan sosial, pembangunan juga tidak dapat lepas dari pendidikan. Pendidikan merupakan sebuah upaya penyadaran bagi kaum tertindas, karena hanya dengan pendidikan akan melahirkan pembebasan bagi kaum tertindas. Pendidikan

akan dapat melahirkan bentuk pemahaman penyebab ketertindasan mereka.

Pendidikan bagi kaum tertindas haruslah tidak berupa pendidikan paradigma lama yang bersifat *top down*. Apabila pendidikan bagi kaum tertindas masih menggunakan model *top down*, maka tidak ubahnya pula sebagai bentuk penindasan. Oleh karenanya perlu dirancang model pendidikan yang mampu menempatkan secara sejajar antara guru dan murid. Model ini tidak dapat kita temukan pada model *top down*. Pada model *top down*, guru selalu pada posisi superior dan dianggap sebagai sumber ilmu pengetahuan. Murid digambarkan sebagai sosok yang inferior dan sebatas sebagai objek penerima ilmu dari guru.

Pendidikan bagi kaum tertindas harus dapat memberikan ruang partisipasi bagi murid dalam hubungan yang sejajar dengan gurunya. Proses belajar bersama menjadi suatu hal yang penting karena setiap manusia tentu memiliki pengetahuan (konstruksi) pada dirinya masing-masing. Pendidikan sebagai sebuah pencarian kebenaran harus dapat melahirkan kebenaran yang disepakati bersama antara guru dan murid.

Konsep pokok yang disampaikan oleh Freire adalah pentingnya upaya pembebasan kaum tertindas melalui pendidikan. Pendidikan yang dilakukan haruslah berupa pendidikan yang menerapkan kesejajaran antara guru dan murid. Terbukanya ruang dialog dan partisipasi antara keduanya menjadikan sebuah bentuk pembebasan dari ketertindasan akan konsep pendidikan gaya lama.

Pendidikan menjadi faktor penting dalam membuka kesadaran masyarakat. Melalui pendidikan akan diperoleh pemahaman akan penyebab ketertindasan mereka selama ini dan bahkan akan mampu menghasilkan upaya untuk membebaskan belenggu ketertindasan tersebut. Partisipasi masyarakat dalam proses perubahan berencana menjadi semakin besar.

Partisipasi masyarakat dalam pembangunan mutlak diperlukan, tanpa adanya partisipasi masyarakat pembangunan hanyalah menjadikan masyarakat sebagai objek semata. Salah satu kritik adalah masyarakat merasa "tidak memiliki" dan "acuh tak acuh" terhadap program pembangunan yang ada. Penempatan masyarakat sebagai subjek pembangunan

mutlak diperlukan sehingga masyarakat akan dapat berperan serta secara aktif mulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga monitoring dan evaluasi pembangunan. Terlebih apabila kita akan melakukan pendekatan pembangunan dengan semangat lokalitas. Masyarakat lokal menjadi bagian yang paling memahami keadaan daerahnya tentu akan mampu memberikan masukan yang sangat berharga. Masyarakat lokal dengan pengetahuan serta pengalamannya menjadi modal yang sangat besar dalam melaksanakan pembangunan. Masyarakat lokal-lah yang mengetahui apa permasalahan yang dihadapi serta juga potensi yang dimiliki oleh daerahnya. Bahkan pula mereka akan mempunyai “pengetahuan lokal” untuk mengatasi masalah yang dihadapinya tersebut.

Pendidikan Sebagai Faktor Penunjang Pembangunan

Pembangunan merupakan sebuah perubahan yang direncanakan dan mempunyai tujuan serta periodeisasi yang jelas. Pada dasarnya pembangunan haruslah bertujuan untuk memecahkan berbagai permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Pembangunan yang menurut Freire diwujudkan dalam pendidikan, merupakan sebuah proses pembebasan individu dari ketertindasan. Untuk mencapai kebebasan dari keterbelengguan tersebut diperlukan model pendidikan yang tidak menindas. Pendidikan model ini akan dapat memberikan ruang gerak bagi masyarakat tertindas dalam merencanakan pembangunan secara partisipatif, melaksanakan serta mengevaluasinya.

Konsep Kesadaran Paulo Freire dan Relevansinya Terhadap Pengembangan Masyarakat adalah sebuah kajian atas pemikiran Freire tentang kesadaran seseorang akan keadaan (realitas) yang sedang dialaminya, khususnya ketertindasan struktural dan kemiskinan, serta relevansinya terhadap proses penyadaran dan penggalan potensi masyarakat yang dilakukan oleh seluruh komponen masyarakat secara bersama-sama dengan tujuan memenuhi kebutuhan serta mencari solusi atas permasalahan yang dihadapinya.

Masyarakat telah mengalami kemajuan dari masa ke masa. Perkembangan

dan kemajuan tersebut tidak dapat dihindari lagi, karena sudah merupakan tuntutan zaman dan disebabkan oleh semakin pesatnya serta majunya ilmu pengetahuan dan teknologi (berupa alat komunikasi, informasi dan lain sebagainya) yang telah diakses dan digunakan oleh masyarakat serta sudah menjadi suatu kebutuhan primer dalam kehidupan masyarakat. Dan ditandai juga dengan maraknya pembangunan di segala lini kehidupan manusia. Kemajuan zaman yang diekspresikan melalui ilmu pengetahuan, teknologi, budaya, modernisasi dan maraknya pembangunan ini, di satu sisi hanyalah memberikan kontribusi kesejahteraan pada sebagian kecil penduduk dunia. Sementara itu, kejayaan sebagian kecil manusia di belahan dunia ini seringkali menelan dan mengorbankan sebagian besar manusia lainnya ke lembah kemiskinan (terutama kalangan komunitas petani, buruh, nelayan dan usaha kecil seperti pedagang kaki lima). Sebagai contoh, berdirinya sebuah mall dan super market mengakibatkan termarjinalnya para pedagang kaki lima, begitu juga dengan dikeluarkannya kebijakan pemerintah tentang pengimport-an beras mengakibatkan turunnya harga beras dan merugikan para petani, yang mayoritas menjadi usaha penduduk Indonesia. Masalah-masalah di atas merupakan permasalahan sosial yang mesti dicari akar permasalahannya serta dicari solusi yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut. Selain itu, komersialisasi pendidikan dan ketidakjelasan subsidi dari negara untuk pendidikan merupakan masalah sosial yang di alami masyarakat khususnya bagi kaum miskin. Implikasi dari komersialisasi pendidikan adalah mahalnya biaya pendidikan sehingga menyebabkan orang-orang miskin tidak dapat menyekolahkan anaknya di sekolah yang bagus dan bermutu. Dan lebih parah lagi, pendidikan tidak berorientasi pada proses penyikapan terhadap masalah-masalah sosial, akan tetapi lebih mengarah kepada pentransferan ilmu dan teori-teori. Pendidikan tidak mengarah dan mengajarkan murid-muridnya akan kesadaran dari ketertindasan, akan tetapi lebih mengarah kepada pembodohan dan pelanggaran terhadap penindasan yang dilakukan oleh struktural. Pendidikan adalah sebuah ikhtiar yang bisa menyadarkan seseorang dari ketertindasan dan ketidakadilan baik yang dilakukan oleh

struktural maupun yang dilakukan oleh kultural.

Kalau kita cermati lebih mendalam, permasalahan sosial yang terjadi dalam kehidupan masyarakat bukanlah semat-mata disebabkan oleh adanya penyimpangan perilaku atau masalah kepribadian (masalah personal/individual), melainkan juga akibat masalah struktural, kebijakan yang keliru, tidak konsistennya implementasi kebijakan dan partisipasi serta kesadaran masyarakat yang kurang. Kondisi seperti ini, mendorong masyarakat berada dalam dalam situasi struktural yang tidak bebas untuk berkreasi dan mengekspresikan aspirasi dan pikiran/ide dalam kehidupannya serta mengakibatkan masyarakat dalam kondisi tidak berdaya (*powerless*). Seperti masalah kemiskinan dan komersialisasi pendidikan di atas, yang lahir tidak hanya disebabkan oleh masalah individual, seperti orang-orang miskin yang bodoh, malas, tidak punya etos kerja yang tinggi, tidak memiliki *global skill*, atau pemahaman tentang kemiskinan sebagai nasib (*culture of poverty*) atau budaya kemiskinan. Namun pada aspek lain, kemiskinan dan komersialisasi pendidikan itu ada karena kesalahan kebijakan struktural yang melanggengkan atau bahkan kemiskinan dan komersialisasi pendidikan itu memang diciptakan dan dilanggengkan oleh struktur yang memihak pada penguasa, misalnya karena tujuan politik, ekonomi atau untuk meligitimasi kekuasaan agar mudah untuk menindas orang yang berada di bawah kekuasaannya.

Bagaimana mengatasi kemiskinan dan masalah sosial lainnya serta bagaimana strategi yang akan digunakan dalam proses perubahan? Tergantung ideologi apa yang dipakai. Akan tetapi, yang terpenting adalah bagaimana masyarakat dapat melakukan perubahan sosial lewat aksi kolektif, pengembangan masyarakat (*community development*), serta melakukan aksi bersama dalam wujud gerakan sosial (*social movement*) sampai pada aksi revolusi (*revolution*), sehingga masyarakat mampu keluar dari permasalahan sosial yang menghinpit mereka.

Sejak krisis tahun 1998, kegiatan anak jalanan di Indonesia semakin meningkat, mulai di alun-alun, bioskop, jalan raya, simpang jalan, stasiun kereta api, terminal, pasar, pertokoan, dan mall. Kini, sosok anak-

anak di Indonesia tampil dalam kehidupan yang kian tak menggembirakan. Kondisi anak-anak yang kian terpuruk sudah bisa dilihat dari tampilan fisiknya saja.

Siapa yang Disebut Anak Jalanan ?

Anak jalanan adalah seseorang yang masih belum dewasa (secara fisik dan psikis) yang menghabiskan sebagian besar waktunya di jalanan dengan melakukan kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan uang guna mempertahankan hidupnya yang terkadang mendapat tekanan fisik atau mental dari lingkungannya. Umumnya mereka berasal dari keluarga yang ekonominya lemah. Anak jalanan tumbuh dan berkembang dengan latar kehidupan jalanan dan akrab dengan kemiskinan, penganiayaan, dan hilangnya kasih sayang, sehingga memberatkan jiwa dan membuatnya berperilaku negatif. Kasus-kasus kekerasan (fisik, psikologis, maupun seksual) yang dialami oleh anak jalanan hingga terungkap ke publik hanyalah sebuah fenomena “gunung es” dari kasus-kasus kekerasan yang sebenarnya sering terjadi di dalam kehidupan anak-anak jalanan. Oleh karena itu, tidaklah terlalu berlebihan bila dikatakan bahwa anak jalanan senantiasa berada dalam situasi yang mengancam perkembangan fisik, mental dan sosial bahkan nyawa mereka. Di dalam situasi kekerasan yang dihadapi secara terus-menerus dalam perjalanan hidupnya, maka pelajaran itulah yang melekat dalam diri anak jalanan dan membentuk kepribadian mereka.

Ketika mereka dewasa, besar kemungkinan mereka akan menjadi salah satu pelaku kekerasan. Tanpa adanya upaya apapun, maka kita telah berperan serta menjadikan anak-anak sebagai korban tak berkesudahan. Menghapus stigmatisasi di atas menjadi sangat penting. Sebenarnya anak-anak jalanan hanyalah korban dari konflik keluarga, komunitas jalanan, dan korban kebijakan ekonomi pemerintah yang tidak becus mengurus rakyat. Untuk itu kampanye perlindungan terhadap anak jalanan perlu dilakukan secara terus menerus setidaknya untuk mendorong pihak-pihak di luar anak jalanan agar menghentikan aksi-aksi kekerasan terhadap anak jalanan.

Pemberdayaan Anak Jalanan

Sebenarnya anak jalanan tidak berbeda dengan anak yang lainnya, mereka juga mempunyai potensi dan bakat. Pada masa anak-anak seperti itu otak yang memuat 100-200 milyar sel otak siap dikembangkan serta diaktualisasikan untuk mencapai tingkat perkembangan potensi tertinggi. Pada perkembangan otak manusia mencapai kapasitas 50 % pada masa anak usia dini. Kita telah benar-benar melupakan hak anak-anak untuk bermain, bersekolah, dan hidup sebagaimana lazimnya anak-anak lainnya. Mereka dipaksa orang tua untuk merasakan getimnya kehidupan. Mereka tumbuh dan berkembang dengan latar kehidupan jalanan dan akrab dengan kemiskinan, penganiayaan, dan hilangnya kasih sayang, sehingga memberatkan jiwa dan membuatnya berperilaku negatif.

Pasal 9 ayat (1) UU No. 23 tahun 2002 tentang perlindungan anak menyebutkan; "Setiap anak berhak memperoleh pendidikan dan pengajaran dalam rangka pengembangan pribadinya dan tingkat kecerdasannya sesuai dengan minat dan bakatnya". Pemenuhan pendidikan itu haruslah memperhatikan aspek perkembangan fisik dan mental mereka. Sebab, anak bukanlah orang dewasa yang berukuran kecil. Anak mempunyai dunianya sendiri dan berbeda dengan orang dewasa. Kita tak cukup memberinya makan dan minum saja, atau hanya melindunginya di sebuah rumah, karena anak membutuhkan kasih sayang. Kasih sayang adalah fundamen pendidikan. Tanpa kasih, pendidikan ideal tak mungkin dijalankan. Pendidikan tanpa cinta seperti nasi tanpa lauk, menjadi kering hambar, tak menarik.

Pendidikan pada hakekatnya bertujuan membentuk karakter anak menjadi anak yang baik. Khusus untuk anak jalanan pendidikan luar sekolah yang sesuai adalah dengan melakukan proses pembelajaran yang dilaksanakan dalam wadah rumah singgah. Rumah singgah sebagai tempat pemusatan sementara yang bersifat non formal, dimana anak-anak bertemu untuk memperoleh informasi dan pembinaan awal sebelum dirujuk ke dalam proses pembinaan lebih lanjut rumah singgah didefinisikan sebagai perantara anak jalanan dengan pihak-pihak yang akan membantu mereka. Rumah singgah

merupakan proses non formal yang memberikan suasana pusat resosialisasi anak jalanan terhadap sistem nilai dan norma di masyarakat. Tujuan dibentuknya rumah singgah adalah resosialisasi yaitu membentuk kembali sikap dan perilaku anak yang sesuai dengan nilai-nilai dan norma yang berlaku di masyarakat dan memberikan pendidikan dini untuk pemenuhan kebutuhan anak dan menyiapkan masa depannya sehingga menjadi masyarakat yang produktif. Peran dan fungsi rumah singgah bagi program pemberdayaan anak jalanan sangat penting. Secara ringkas fungsi rumah singgah antara lain: 1. Sebagai tempat perlindungan dari berbagai bentuk kekerasan yang kerap menimpa anak jalanan dari kekerasan dan perilaku penyimpangan seksual ataupun berbagai bentuk kekerasan lainnya. 2 Rehabilitasi, yaitu mengembalikan dan menanamkan fungsi sosial anak. 3 Sebagai akses terhadap pelayanan, yaitu sebagai persinggahan sementara anak jalanan dan sekaligus akses kepada berbagai pelayanan sosial seperti pendidikan, kesehatan dll. Lokasi rumah singgah harus berada ditengah-tengah masyarakat agar memudahkan proses pendidikan dini, penanaman norma dan resosialisasi bagi anak jalanan.

Pengembangan Masyarakat

Pengembangan masyarakat adalah sebuah ikhtiar praksis untuk mengarahkan masyarakat kepada kemandirian, sehingga mereka mampu menganalisa sendiri isu-isu sosial serta dapat menemukan solusi atas permasalahan mereka. Pengembangan masyarakat (*community development*) sebagai satu contoh aksi sosial dalam menyelesaikan problem sosial dan memberi perhatian yang besar pada perubahan masyarakat, yakni perubahan menuju ke arah yang lebih baik. Perubahan tersebut dimulai dari tingkat personal masyarakat, sampai pada level sosial melalui perubahan institusi sosial yang ada dalam masyarakat. Pada tingkat personal masyarakat, dibutuhkan kesadaran dari diri masyarakat, karena tanpa kesadaran perubahan dalam masyarakat tidak akan tercapai. Untuk itu sangat diperlukan perubahan pada tingkat personal masyarakat, demi tercapainya kesejahteraan di masyarakat. Banyak tokoh yang mempelopori perubahan di dalam masyarakat, baik dari segi pemikiran (ide)

maupun dari segi aksi sosialnya. Di antaranya adalah: Nabi Muhammad SAW, Paulo Freire, Karl Marx. Dan banyak lagi tokoh-tokoh lain yang sangat berpengaruh di dalam masyarakat. Mereka berkeyakinan bahwa perubahan yang dilakukan oleh masyarakat harus dimulai dari perubahan atas dirinya sendiri dan mempunyai kesadaran akan masalah yang dihadapinya (realitas) serta berkeinginan untuk merubah keadaan (realitas) tersebut agar menjadi lebih baik. Nabi Muhammad SAW dan Karl Marx adalah dua sosok yang telah mampu merubah peradaban manusia, dari ketertindasan menjadi masyarakat yang berdaya, serta mampu mempengaruhi pola pikir dan tindakan banyak orang. Sampai hari ini setidaknya pengaruh itu masih tertanam kuat dalam pikiran dan tindakan bahkan hati umat manusia di seluruh pelosok dunia.

Ajaran Nabi Muhammad SAW mampu melahirkan masyarakat yang ideal pada waktu itu, terdiri dari orang-orang yang tidak mementingkan diri sendiri, dan selama tiga puluh tahun berhasil bereksperimen dalam melaksanakan demokrasi sejati di dunia berdasarkan persamaan, keadilan, dan moralitas. Nabi Muhammad SAW tidak hanya melakukan revolusi keimanan dengan menimbulkan kesadaran dalam diri seseorang tentang pentingnya perubahan, melainkan juga melakukan protes terhadap realitas sosio-kultural masyarakat Arab, seperti masalah perbudakan, pembelaan terhadap wanita dan hak-haknya (gender). Dari uraian di atas, dapat dipahami bahwa salah satu inti dari ajaran Nabi Muhammad SAW lebih menonjolkan pada ranah penguatan keimanan (tauhid) seseorang terhadap Allah SWT dengan menanamkan akidah, yakni kepercayaan terhadap sang pencipta (monoteisme).

Begitupun Karl Marx setelah dua abad wafatnya dia masih menyanggah seorang filosof yang tidak hanya mampu berteori saja, akan tetapi bisa menggerakkan umat manusia, serta teorinya mampu mempengaruhi hampir semua disiplin ilmu pengetahuan dewasa ini. Pikiran-pikiran Karl Marx merupakan salah satu teori yang paling komprehensif tentang manusia dan masyarakat yang pernah dikenal dunia ilmu pengetahuan. Marxisme menjelaskan hampir semua aspek kehidupan sosial dan individu (hakekat manusia), ekonomi, agama, politik, filsafat, stratifikasi sosial dan lain sebagainya. Bayangan

masyarakat yang dicita-citakan oleh Marx mirip seperti impian setiap orang di mana saja dan kapan saja, yakni tercapainya tatanan masyarakat yang bebas dari ketertindasan dan ketidakadilan oleh struktural maupun kultural. Marx juga berkeyakinan bahwa perubahan masyarakat harus dimulai dari dirinya sendiri yakni kesadaran akan ketertindasan. Namun pemikiran Karl Marx lebih mengarah kepada keadilan dan kebebasan manusia dalam berkreasi dan memproduksi (ekonomi) tanpa ada penindasan, baik secara struktural (kebijakan) maupun kultural.

Berbeda dengan Paulo Freire, seorang pemikir, konseptor pendidikan dan organisatoris politik kebangsaan Brazil, menyadari betapa pentingnya "Kesadaran Manusia" terhadap suatu perubahan dalam masyarakat, sehingga Paulo Freire mencetuskan Teori Kesadaran yang dimiliki oleh masyarakat, karena kesadaran merupakan kunci yang harus dimiliki masyarakat agar perubahan dapat tercapai. Dengan adanya kesadaran yang dimiliki masyarakat, maka akan sangat mudah untuk menyelesaikan problem-problem sosial yang ada di masyarakat. Kesadaran akan terwujud melalui "Proses Pendidikan Sosial", yang menempatkan pelajar sebagai subyek bukan obyek dan menjadikan realitas sosial sebagai materi pembelajaran serta bersifat dialogis yang berorientasi pada terwujudnya kesadaran kritis dalam diri individu masyarakat. Freire juga mencetuskan idenya tentang proses penyadaran melalui pendidikan sosial serta memberikan gambaran tentang proses perubahan diri seseorang dari satu kesadaran menuju ke kesadaran lain.

Freire menganalogikan kesadaran manusia menjadi kesadaran magis, naif, dan kritis (Fakih, 2001: 23-24). Kesadaran *pertama* kesadaran magis (*magical conciousness*) adalah kesadaran masyarakat yang tidak mampu melihat kaitan antara satu faktor dengan faktor lainnya. Misalnya masyarakat miskin yang tidak mampu melihat kaitan antara kemiskinan mereka dengan sistem politik dan kebudayaan. Kesadaran magis lebih melihat faktor di luar manusia (natural maupun supranatural) sebagai penyebab dari ketidakberdayaannya. Proses pendidikan yang menggunakan logika ini tidak memberikan kemampuan analisis, kaitan antara sistem dan struktur terhadap suatu

permasalahan masyarakat. Siswa secara dogmatis menerima "keberanian" dari guru, tanpa ada mekanisme untuk memahami "makna" ideologi dari setiap konsepsi atas kehidupan masyarakat.

Kesadaran *kedua* adalah kesadaran naif (*naïval consciousness*) yang lebih melihat aspek manusia menjadi akar permasalahan dalam masyarakat. Dalam kesadaran ini masalah etika, kreativitas, *need for achievement* dianggap sebagai penentu perubahan sosial. Jadi dalam menganalisis mengapa suatu masyarakat miskin, bagi mereka disebabkan karena salah masyarakat itu sendiri. Oleh karena itu, *man power development* adalah sesuatu yang diharapkan sebagai pemicu perubahan. Pendidikan dalam konteks ini juga tidak mempertanyakan sistem dan struktur, bahkan sistem dan struktur yang ada dianggap sudah baik dan benar yang merupakan faktor *given*, oleh sebab itu tidak perlu dipertanyakan lagi. Tugas pendidikan adalah bagaimana membuat dan mengarahkan agar murid bisa masuk beradaptasi dengan sistem yang sudah benar tersebut.

Kesadaran *ketiga* dan terpenting dalam pendidikan Freire adalah kesadaran kritis (*critical consciousness*) yang lebih melihat aspek sistem dan struktur sebagai sumber masalah. Pendekatan struktural menghindari *blaming the victims* dan lebih menganalisis secara kritis struktur dan sistem sosial, politik, ekonomi, budaya dan implikasi pada masyarakat. Paradigma kritis dalam pendidikan, yaitu melatih murid untuk mampu mengidentifikasi ketidakadilan dalam sistem dan struktur yang ada, kemudian mampu melakukan analisis bagaimana sistem dan struktur itu bekerja, serta bagaimana mentransformasikannya. Tugas pendidikan dalam paradigma kritis adalah menciptakan ruang dan kesempatan agar peserta didik terlibat dalam proses penciptaan struktur yang secara fundamental baru dan lebih baik.

Analogi Freire di atas yang mengandung tingkat kesadaran manusia telah menunjukkan bahwa tindakan manusia tergantung pada pemahaman mereka tentang kenyataan. Setiap tindakan pemahaman menentukan setiap tindakan tanggapan. Jika manusia mempunyai kesadaran magis, mereka bertindak secara magis dan gagal untuk keluar dari penindasan. Jika pemahaman mereka naif, tindakan-tindakan mereka dapat dengan

mudah direduksi menjadi irasionalitas. Jika pemahaman mereka atas kenyataan adalah pemahaman yang kritis, tanggapan mereka bisa jadi transitif, yaitu suatu kombinasi dari refleksi dan tindakan dalam praksis yang autentik (Collins, 2002: 109).

III. KESIMPULAN

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pertama, berdasarkan filsafat pendidikan kontemporer dan paradigma pendidikan kritis Paulo Freire, konsep pendidikan Freire tentang kaum tertindas dapat dijelaskan dengan memahami empat unsur, antara lain: *Pertama*, dengan memahami budaya bisu kaum tertindas, konsientisasi pedagogi kaum tertindas, pendidikan hadap-masalah sebagai pembebasan kaum tertindas, dan pendidikan pengkodean sebagai praksis kaum tertindas. *Kedua*, pedagogi pengharapan, menurut Freire, mempunyai dua unsur, yaitu: 1) Sikap kritis, atau tidak puas, dengan kenyataan yang sudah ada. Kalau kita tidak kritis dan sudah puas, pengharapan tidak dibutuhkan, hanya menyesuaikan diri dengan status quo; 2) Kepercayaan. Dalam pendidikan kaum tertindas, kepercayaan dipahami sebagai dunia yang penuh dengan penderitaan orang tertindas yang dapat berubah. Karena itu, konsep teori penyadaran Freire dapat menjadi alternatif pemecahan masalah pendidikan anak jalanan melalui munculnya kesadaran dan pengharapan yang didasarkan pada transformasi sosial dari struktur-struktur yang tidak adil kepada dunia yang lebih adil dan baik.

Selain itu, anak jalanan masih berpeluang untuk mengubah nasibnya melalui belajar; karena itu perlu menggali sumber atau pendukung program. Agar anak-anak jalanan mau mengikuti program, maka sumber belajar harus bersikap empati dan mampu meyakinkan kepada mereka, bahwa program pendidikan tersebut benar-benar mendukung pengembangan diri mereka. Untuk itu, penguasaan terhadap karakteristik dan kebutuhan belajar anak-anak jalanan akan sangat membantu para sumber belajar untuk bersikap empati kepada mereka.

Pendidikan menjadi faktor penting dalam membuka kesadaran masyarakat. Melalui pendidikan akan diperoleh pemahaman akan penyebab ketertindasan

mereka selama ini dan bahkan akan mampu menghasilkan upaya untuk membebaskan belenggu ketertindasan tersebut. Partisipasi masyarakat dalam proses perubahan berencana menjadi semakin besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Isbandi Rukminto. 2002. *Pemikiran-pemikiran dalam Pembangunan Kesejahteraan Sosial*. Jakarta: Lembaga Penerbit FE-UI
- Badan Pusat Statistik. 2009. *Table of Social Welfare Statistics*. Jakarta: BPS (<http://bps.go.id>) (Accessed 20 Juni 2009)
- Budiningsih, C. Asri. 2005. *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: Rineka Cipta
- Dilla, Sumadi. 2007. *Komunikasi Pembangunan Pendekatan Terpadu*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Freire, Paulo. 1984. *Pendidikan, Pembebasan, Perubahan Sosial*. Jakarta: PT Sangkala Pulsar.
- Freire, Paulo. 2005. *Politik Pendidikan, Kebudayaan, Kekuasaan, dan Pembebasan*. 2005. Yogyakarta: Read
- Yunus, Firdaus. 2005. *Pendidikan Berbasis Realitas Sosial (Paulo Freire dan YB Mangunwijaya)*. 2005. Yogyakarta: Logung Pustaka

MEMBANGUN ETIKA DAN MORAL DALAM PROSPEK BISNIS GLOBAL SUATU TINJAUAN TEORI

Syamsu Alang

BSI

Jl. Kamal Raya No. 18 Ringroad Barat, Cengkareng Jakarta Barat

Email: syamsualang@yahoo.com

Abstract

Business constitutes one of phenomenon which happen deep the need cycle human will mark sense interaction for meeting ambition and wish to human economic activity factors it own. Business is economic activity. That don't despite activity or production activity, buy, exchange, merchant, market, work to employ, and humanity interaction another, for the purpose get gain or profit for viability and gathering adequately fund divides business agent activity performing (businessman) that own. Manner carries on business is default assess that as guidance or basis for manager and whole employee in decision making and runs ethical business. Manner and business paradigm is world different one have while it is revamped as manner paradigm concerning with business or coordinating among manner with unrealized. Regubrly admits sentral of economic viewpoint in carries on business, need shortly be added marks sense viewpoint any other again that may not be ignored, which is moral viewpoint. Good business (good business) not only business that advantages. Good business is also good business ethical ala and moral particularly enter global business prospect.

Keywords : Ethics, Morality, Global Business

Bisnis merupakan salah satu fenomena yang terjadi dalam siklus kebutuhan manusia akan adanya interaksi untuk memenuhi hasrat dan keinginan terhadap faktor-faktor kegiatan ekonomi manusia itu sendiri. Bisnis adalah kegiatan ekonomis. Yang tidak terlepas dari aktivitas atau kegiatan produksi, pembelian, tukar-menukar, jual-beli, memasarkan, bekerja-mempekerjakan, dan interaksi manusiawi lainnya, dengan maksud memperoleh keuntungan atau laba untuk kelangsungan hidup serta mengumpulkan cukup dana bagi pelaksanaan kegiatan pelaku bisnis (*businessman*) itu sendiri. Etika bisnis adalah standar-standar nilai yang menjadi pedoman atau acuan bagi manajer dan segenap karyawan dalam pengambilan keputusan dan mengoperasikan bisnis yang etik. Paradigma etika dan bisnis adalah dunia yang berbeda sudah saatnya dirubah menjadi paradigma etika terkait dengan bisnis atau mensinergikan antara etika dengan laba. Dengan tetap mengakui sentral dari sudut pandang ekonomis dalam bisnis, perlu segera ditambahkan adanya sudut pandang lain lagi yang tidak boleh diabaikan, yaitu sudut pandang moral. Bisnis yang baik (*good business*) bukan saja bisnis yang menguntungkan. Bisnis yang baik adalah juga bisnis yang baik secara etik dan moral terutama memasuki prospek bisnis global

Kata Kunci: Etika, Moral, Bisnis Global.

I. PENDAHULUAN

Dalam struktur masyarakat modern segala kegiatan akan pemenuhan kebutuhan hidup dan ekonomi sering kali dikaitkan dengan prinsip untung dan rugi disamping itupun tidak akan lepas dari prinsip kepuasan, keterkaitan itu berdampak kepada dinamisasi kehidupan usaha atau bisnis yang kian mengglobal.

Bisnis global menuntut peranan etika dalam interaksinya, mengingat suatu tindakan dalam kegiatan bisnis akan diterima dengan kepedulian sosial ekonomi (*economic social concerned*) yakni masyarakat adalah konsumen.

Sebagai objek dalam kegiatan ekonomi suatu kegiatan bisnis itu sendiri memiliki andil yang besar memajukan bisnis/usaha. Bisnis yang tidak memperhatikan kondisi dan keadaan masyarakatnya sebagai

objek dalam hal pemenuhan kebutuhan dan kepuasan akan berdampak kepada kelanjutan dan dinamisasi bisnis dimasa depan.

Kebutuhan dan kepuasan juga berkaitan dengan peranan bisnis itu sendiri yakni apakah berperan sebagai struktur ekonomi yang akan selalu berorientasi kepada pencapaian keuntungan atau laba semata ataukah memiliki peran pula sebagai sosial ekonomi yakni tetap memperhatikan dan tidak mengabaikan etika, rasa keadilan dalam praktik-praktik bisnis yang terpuji atau *moral*.

Bisnis yang beretika adalah suatu kegiatan ekonomi sosial yang berjalan dengan lurus diatas dasar koridor moral melalui pencapaian keuntungan yang wajar dan adil bagi masyarakat konsumen sebab ia adalah merupakan pula faktor penentu kesuksesan suatu bisnis, dikatakan kunci utama kesuksesan adalah reputasinya sebagai pengusaha yang memegang teguh integritas dan kepercayaan pihak lain. Maka dapatlah dipastikan bahwa bisnis yang berorientasi dalam etika dan moral akan menjamin kelangsungan bisnis itu sendiri terutama dimasa bisnis global sekarang ini dimana banyak pebisnis yang hadir menawarkan solusi dan harapan dalam pemenuhan kebutuhan ekonomi masyarakat melalui berbagai tawaran yang kian menarik saja. Pertanyaannya bagaimanakah membangun etika dan moral dalam bisnis global ?

II. TINJAUAN PUSTAKA

Untuk dapat memasuki dalam bisnis yang beretika maka sangatlah perlu memahami beberapa pengertian dan pandangan tentang etika, hal ini diperlukan agar pemahaman etika dan pola keterkaitan dengan bisnis yang akan dan sedang dijalankan akan mengarah kepada maksud dan tujuan diadakan bisnis itu sendiri bagi pengusaha (*businessman*) maupun masyarakat pengguna jasa bisnis (konsumen) agar bersinergi tanpa ada yang dikecilkan atau dicurangi serta berat sebelah.

Pengertian etika berbeda dengan etiket. Etiket berasal dari bahasa Prancis *Etiquette* yang berarti tata cara pergaulan yang baik antara sesama manusia. Sedangkan etika berasal dari bahasa latin yang berarti falsafah moral dan merupakan cara hidup yang benar dilihat dari sudut budaya, susila dan agama.

Etika berasal dari bahasa Yunani *Ethos* yang dalam bentuk jamaknya berarti

adat istiadat atau kebiasaan. Yaitu kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. Hal tersebut berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain. Kebiasaan tersebut lalu terungkap dan dalam perilaku berpola yang terus berulang sebagai sebuah kebiasaan.

Pandangan etika-bisnis menurut Business and Society–Ethics and Stake Holder Management (Buchholtz) (Rindjin, Ketut. 2004) : Etika adalah disiplin yang berhubungan dengan hal-hal yang disebut baik dan buruk yang berhubungan dengan kewajiban dan penegakan moral. Etika juga bisa dianggap sebagai perangkat nilai dan prinsip moral. Moralitas adalah sistem perilaku. Etika bisnis berkaitan erat dengan praktik benar atau salah (etika), baik atau buruk (moral), indah atau jelek (estetika).

Dalam kamus besar bahasa Indonesia yang baru, dikatakan bahwa etika adalah :

1. Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral
2. Kumpulan azas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak
3. Nilai mengenai benar dan salah yang dianut oleh suatu golongan atau masyarakat.

Dapat dipahami pengertian etika identik dengan pengertian moralis, yaitu sama-sama sebagai suatu sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang diinstitutionalisasi dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang sering berulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana lazimnya sebuah kebiasaan.

Menurut Franz Magnus Suseno (1987:77), etika (*ethics*) merupakan salah satu disiplin pokok dalam filsafat yang disebut sebagai filsafat tingkah laku (filsafat moral), ia merefleksikan bagaimana manusia harus hidup agar berhasil menjadi sebagai manusia. Karena etika adalah refleksi kritis terhadap moralitas, maka etika tidak bermaksud membuat manusia bertindak sesuai dengan moralitas begitu saja.

Etika memang pada akhirnya mengharap agar orang bertindak sesuai dengan nilai dan norma moral yang berlaku,

tetapi kesesuaian itu bukan semata-mata karena tindakan yang baik itu diperintahkan oleh moralitas (oleh nenek moyang, guru, orang tua bahkan oleh Tuhan), melainkan karena ia sendiri tahu dan sadar bahwa hal tersebut memang baik bagi dirinya dan baik bagi orang lain. Ia sadar secara kritis dan rasional bahwa ia memang sepatasnya bertindak seperti itu. Atau sebaliknya, kalau ia akhirnya bertindak tidak sesuai dengan nilai norma moral tertentu, itu dilakukan karena alasan-alasan tertentu yang dapat dipertanggungjawabkan secara moral dan bukan karena sekadar ikut-ikutan atau mau beda. Dengan kata lain, etika sebagai ilmu menuntut orang untuk berperilaku moral secara kritis dan rasional. Dengan menggunakan bahasa Nietzsche, etika sebagai ilmu menghimbau orang untuk memiliki moralitas tuan dan bukan moralitas hamba.

Menurut Tim Penulis Rasda Karya 1995, etika (*ethics*) yang berasal dari bahasa Yunani *ethikos* mempunyai beragam makna : *Pertama* sebagai analisis konsep-konsep mengenai apa yang harus, mesti lugas. Aturan-aturan moral, benar, salah, wajib, tanggung jawab. *Kedua* pencairan ke dalam watak moralitas atau tindakan-tindakan moral. *Ketiga* pencairan kehidupan yang baik secara moral.

Menurut K. Bertens dalam buku Pengantar Etika Bisnis (2000:32-33) merumuskan pengertian etika kepada tiga pengertian, yakni:

Pertama, etika sebagai praktis yakni nilai-nilai dan norma-norma moral sejauh dipraktekkan atau justru tidak dipraktekkan walau semestinya dipraktekkan, dapat dikatakan juga adalah apa yang dilakukan sejauh sesuai atau tidak sesuai dengan nilai dan norma moral.

Kedua, etika sebagai refleksi yakni pemikiran moral, yang menyoroti dan menilai baik buruknya perilaku orang.

Ketiga, etika sebagai cabang filsafat yang mempelajari baik buruknya perilaku manusia.

Menurut Ahmad Amin memberikan batasan bahwa etika atau akhlak, adalah ilmu yang menjelaskan arti yang baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada lainnya. Menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat.

Definisi bisnis dan etika menurut pandangan budaya agama Islam. Kata bisnis dalam Al-Qur'an yaitu al-tijarah dan dalam bahasa Arab *tijarah* berawal dari kata dasar *t-j-r*, *tajara*, *tajran wa tijarata*, yang bermakna berdagang atau berniaga. *At-tijaratun walmunjar* yaitu perdagangan, perniagaan (menurut kamus al-munawwir). Menurut ar-Raghib al-Asfahani dalam al-mufradat fi gharib Al-Qur'an. *At-Tijarah* bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Sedangkan menurut Ibnu Farabi yang dikutip ar-Raghib, *fulanun tajrun bi kadza*. Berarti seseorang yang mahir dan cakap yang mengetahui arah dan tujuan yang diupayakan dalam usahanya, yang terdapat dalam Al-Qur'an Surat Al-baqarah ayat 282 :

" Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah [179] tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya, dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar, dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). Jika tak ada dua orang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka yang seorang mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan

(yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha mengetahui segala sesuatu.

[179] Bermuamalah ialah seperti berjualbeli, utang piutang, atau sewa menyewa dan sebagainya.

Bisnis (*Business*) yang dimaksudkan menurut Munir Fuady (Pengantar Hukum Bisnis, 2005:2) adalah suatu urusan atau kegiatan dagang, industri atau keuangan yang dihubungkan dengan produksi atau pertukaran barang atau jasa, (Abdurrachman, 1991:150) dengan menempatkan uang dari para entrepreneur dalam resiko tertentu dengan usaha tertentu dengan motif untuk mendapatkan keuntungan (Friedman, Jack P. 1987:66).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berbisnis Dalam Era Global

Suatu konsep mengatakan bahwa konteks bisnis tidak dapat terlepas dari serangkaian kegiatan atau aktivitas produksi, pembelian, penjualan maupun pertukaran barang dan jasa yang mana melibatkan orang atau perusahaan. Bisnis dimaksud diarahkan bagaimana dapat menghasilkan laba untuk kelangsungan hidup serta mengumpulkan cukup dana bagi pelaksanaan kegiatan bisnismen tersebut.

Kemajuan luar biasa teknologi dan informasi memberikan peran signifikan dalam kegiatan bisnis, ternyata globalisasi dan teknologi telah mendorong seleksi alamiah yang mengarahkan kepada “siapa yang terkuat pasti yang akan bertahan” karena pada dasarnya keberhasilan bisnis dalam pasar akan didapat oleh pelaku bisnis yang dapat menyesuaikan diri dengan persyaratan lingkungan saat ini, yakni mereka yang mampu memberikan apa yang menjadi permintaan pasar dan siap dibeli orang

Baik sebagai individu, bisnis, kota, bahkan seluruh negara harus menemukan cara menghasilkan nilai yang dapat dipasarkan (*marketable value*) yaitu barang dan jasa yang menarik minat beli orang.

Keterkaitan Sinergi Antara Keuntungan Dan Etika Bisnis

Kepentingan utama bisnis adalah menghasilkan keuntungan maksimal bagi

shareholders namun etika yaitu sikap baik dan sopan juga sangatlah diperlukan.

Menurut Doug Lennick dan Fred Kiel, 2005 (dalam Itpin, 2006) penulis buku *Moral Intelligence*, berargumen bahwa “Perusahaan-perusahaan yang memiliki pemimpin yang menerapkan standar etika dan moral yang tinggi terbukti lebih sukses dalam jangka panjang”.

Hal yang sama juga dikemukakan miliuner Jon M Huntsman, 2005 (dalam Itpin, 2006) dalam buku *Winners Never Cheat*, dikatakan kunci utama kesuksesan adalah reputasinya sebagai pengusaha yang memegang teguh integritas dan kepercayaan pihak lain.

Rukmana (2004) menilai praktik bisnis yang dijalankan selama ini masih cenderung mengabaikan etika, rasa keadilan dan kerap kali diwarnai praktik-praktik bisnis yang tidak terpuji atau *moral hazard*

Baswir (2004) berpendapat bahwa pembicaraan mengenai etika dan moral bisnis sesungguhnya tidak terlalu relevan bagi Indonesia. Dapat disimpulkan bahwa berbisnis sama artinya dengan menyiasati hukum

Pentingnya Etika Dalam Dunia Bisnis

Perubahan perdagangan dunia yang kian mengglobal, menuntut segera adanya pembenahan etika bisnis agar tatanan ekonomi dunia semakin membaik karena pada umumnya nampak didalam kegiatan bisnis tidak jarang berlaku konsep tujuan menghalalkan segala cara baik itu tindakan berbau kriminal sekalipun akan ditempuh untuk mencapai suatu tujuan. Terjadinya tindakan tercela dalam serangkaian kegiatan bisnis makin hari kian meningkat ini dapat dilihat dengan kerapnya melakukan tindakan *mark-up*, ingkar janji, tidak mengindahkan masyarakat, tidak memperhatikan sumber daya alam maupun berbagai tindakan negatif antara lain kolusi dan suap merupakan segelintir contoh pengabaian para pelaku usaha terhadap etika bisnis tersebut.

Tata hubungan yang erat antara bisnis dan masyarakat yang tidak terpisahkan itu membawa serta etika-etika tertentu dalam tindakan bisnisnya, baik itu antara sesama pelaku bisnis maupun etika bisnis terhadap masyarakat dalam hubungannya langsung maupun tidak langsung. Prinsip-prinsip etika bisnis terwujud dalam satu pola hubungan

yang bersifat interaktif. Hubungan ini tidak hanya dalam satu negara, tetapi meliputi berbagai negara yang terintegrasi dalam hubungan perdagangan dunia yang nuansanya kini telah berubah seiring dengan kemajuan sektor dunia bisnis.

Pentingnya etika bisnis berlaku untuk kedua perspektif, baik lingkup makro maupun mikro yaitu sebagai berikut:

1. *Perspektif Makro*

Pertumbuhan suatu negara tergantung pada *market system* yang berperan lebih efektif dan efisien daripada *command system* dalam mengalokasikan barang dan jasa. Jika salah satu subsistem dalam *market system* melakukan tindakan atau perilaku yang kurang atau tidak etis, maka hal ini pula akan dapat mempengaruhi keseimbangan sistem dan bahkan akan dapat menghambat pertumbuhan sistem dimaksud secara makro.

2. *Perspektif Bisnis Mikro*

Dalam lingkup ini perilaku etik identik dengan kepercayaan atau trust. Dalam lingkup mikro terdapat rantai relasi di mana supplier, perusahaan, konsumen, dan karyawan saling berhubungan kegiatan bisnis yang akan berpengaruh pada lingkup makro. Tiap mata rantai penting dampaknya untuk selalu menjaga etika, sehingga kepercayaan yang mendasari hubungan bisnis dapat terjaga dengan baik.

Standar moral merupakan tolok ukur etika bisnis, dimensi etik merupakan dasar kajian dalam pengambilan suatu keputusan bisnis. Etika bisnis akan cenderung memfokuskan pada etika terapan daripada etika normatif. Dua prinsip yang digunakan sebagai acuan dimensi etik dalam pengambilan keputusan, yakni :

1. Prinsip konsekuensi

(Principle of Consequentialist)

Adalah konsep etika yang berfokus kepada konsekuensi dari tindakan pengambilan suatu keputusan, artinya bahwa keputusan dinilai etik atau tidaknya berdasarkan dampak atau konsekuensi dari keputusan tersebut.

2. Prinsip tidak konsekuensi

(Principle of Nonconsequentialist)

Adalah serangkaian peraturan yang diterapkan sebagai petunjuk ataupun panduan pengambilan keputusan etik yang

berdasar pada bukan akibat, yang akan dapat mengakibatkan antara lain :

- a. Prinsip Hak, merupakan bagian dasar dari martabat manusia untuk menerima akibat dari suatu tindakan yang berkaitan dengan apa yang telah dilakukannya, menjamin hak asasi manusia yang berhubungan dengan kewajiban untuk tidak saling melanggar hak orang lain.
- b. Prinsip Keadilan, biasanya prinsip ini akan terkait dengan isu hak, kejujuran dan kesamaan yang dibagi menjadi 3 jenis yakni:

1. *Keadilan distributive*

Yaitu suatu keadilan yang sifatnya menyeimbangkan alokasi benefit dan beban antara kelompok sesuai dengan kontribusi yang diberikan baik berupa tenaga dan pikiran terhadap benefit. Benefit biasanya berupa pendapatan, pekerjaan, kesejahteraan, pendidikan dan waktu luang dengan konsekuensi beban yang terdiri dari tugas kerja, pajak dan kewajiban sosial.

2. *Keadilan retributive*

Yaitu suatu keadilan yang terkait dengan retribusi berupa ganti rugi dan hukuman atas suatu kesalahan tindakan, dimana seseorang atau individu akan terkena tanggung jawabnya atas konsekuensi negatif dari tindakan yang dilakukannya kecuali jika tindakan tersebut dilakukannya atas adanya paksaan ataupun tekanan dan ancaman dari pihak lain.

3. *Keadilan Kompensatoris*

Yaitu suatu keadilan yang erat kaitannya dengan kompensasi bagi pihak yang dirugikan, kompensasi yang diterima dapat berupa perlakuan medis, pelayanan dan atau barang penebus kerugian. Masalah akan dapat terjadi apabila suatu kompensasi yang dimaksud tidak dapat menebus dan memenuhi dari kerugian yang dimaksud sebagai contoh kehilangan nyawa manusia tidak akan tertebus dengan kompensasi fisik karena tidak akan dapat mengembalikan makna hak dari

objek kerugiannya yakni hak untuk hidup.

Hal-hal yang harus diperhatikan juga dalam menciptakan etika bisnis Menurut Dalimunte (2004) dalam menciptakan etika bisnis, menganjurkan untuk memperhatikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pengendalian diri (*Self Control*), artinya bahwa pelaku-pelaku bisnis mampu mengendalikan diri mereka masing-masing untuk tidak memperoleh apapun dari siapapun dan dalam bentuk apapun. Disamping itu pelaku bisnis sendiri tidak mendapatkan keuntungan dengan cara ataupun tindakan main curang atau memakan pihak lain dengan menggunakan keuntungan tersebut, meskipun keuntungan yang diperoleh tersebut merupakan hak bagi pelaku bisnis, tetapi penggunaannya juga harus memperhatikan kondisi masyarakat sekitarnya, inilah etika bisnis yang etik.
2. Pengembangan tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*), Pelaku bisnis dituntut secara moral untuk peduli dengan keadaan masyarakat, bukan hanya dalam bentuk uang dengan jalan memberikan sumbangan, melainkan lebih kompleks, artinya sebagai suatu contoh kesempatan yang dimiliki oleh pelaku bisnis untuk menjual pada tingkat harga kisaran tinggi sewaktu terjadi kondisi *excess demand* harus dapat menjadi perhatian dan kepedulian bagi pelaku bisnis dengan tidak memanfaatkan kondisi ataupun keadaan yang merupakan kesempatannya untuk dapat meraup atau mendapat keuntungan yang berlipat ganda. Oleh karena itu pelaku bisnis dalam keadaan ini (*excess demand*) harus dapat mengembangkan pola dan memanasikan sikap toleransi dan tanggung jawab terhadap masyarakat sekitarnya, tanggung jawab sosial bisa dalam bentuk kepedulian terhadap sesama masyarakat disekitarnya terutama dalam hal pendidikan, kesehatan, pemberian latihan keterampilan dan lain-lain.
3. Mempertahankan jati diri, tidak mudah mempertahankan jati diri dan tidak terombang-ambing oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi yang merupakan bagian dari usaha menciptakan etika bisnis, namun tidak berarti etika bisnis anti perkembangan informasi dan teknologi, akan tetapi justru harus dikembangkan atau dimanfaatkan untuk meningkatkan kepedulian bagi golongan yang lemah dan tidak kehilangan budaya yang dimiliki akibat adanya transformasi informasi dan teknologi tersebut.
4. Menciptakan persaingan yang sehat, jika dipahami bahwa persaingan dalam dunia usaha/bisnis perlu untuk meningkatkan efisiensi serta kualitas, namun persaingan tidak mematikan yang lemah, dan sebaliknya harus terdapat jalinan erat antara pelaku bisnis besar dan golongan menengah kebawah, sehingga dalam perkembangannya perusahaan besar dapat memberikan *Spread Effect* terhadap perkembangan sekitarnya.
5. Menerapkan suatu konsep "Pembangunan Berkelanjutan", bisnis yang panjang akan memperhatikan keuntungan yang berimbang dan tidak hanya memikirkan keuntungan hanya pada saat sekarang saja. Sesungguhnya bisnis yang cekatan adalah dapat meng-eksploitasi lingkungan secara maksimal mungkin dengan upaya selalu mempertimbangkan lingkungan dan keadaan dimasa yang akan datang walaupun masa saat sekarang adalah merupakan kesempatan untuk memperoleh secara maksimal keuntungan yang dapat diperoleh.
6. Menghindari sifat 5K (*Katabelece, Kongkalikong, Koneksi, Kolusi dan Komisi*), apabila pelaku bisnis sudah mampu menghindari sikap ini maka kita akan yakin tidak akan terjadi apa yang dinamakan korupsi, manipulasi dan segala bentuk kecurangan dalam dunia bisnis ataupun kasus pencemaran nama bangsa dan negara.
7. Mampu menyatakan yang benar itu benar, menegakkan prinsip dan menyadari akan kekurangan yang dimiliki suatu bisnis adalah tidak mudah karena proses terjalannya suatu komunikasi bisnis kadang mengharuskan tindakan yang menyimpang merupakan bagian dari mempermudah bisnis, tergantung pada bagaimana menggunakannya sebagai sarana yang jujur dan tidak main belakang dengan menghalalkan koneksi dan

- katabelece serta kongkalikong dalam hal yang salah dan merugikan pihak terkait.
8. Menumbuhkan sikap saling percaya antar golongan pengusaha, menciptakan kondisi yang kondusif harus dengan sikap saling percaya (*trust*) antara yang kuat dan lemah, sehingga yang lemah akan dapat berkembang bersama dengan pengusaha yang besar dan sudah mapan karena selama ini terkonotasi bisnis yang besar akan menekan bisnis kecil dan lemah hingga tidak dapat berkembang.
 9. Konsekuen dan konsisten dengan aturan main bersama, semua konsep bisnis yang telah ditetapkan tidak akan dapat terlaksana jika tidak konsekuen dan konsisten dengan etika tersebut, sementara itu ada oknum baik pengusaha maupun pihak lain mencoba untuk melakukan kecurangan demi kepentingan pribadi hal ini akan menggugurkan etika dalam berbisnis dan seharusnya ini tidak dilakukan serta tidak ada toleransi akannya.
 10. Memelihara satu kesepakatan, menumbuhkembangkan nilai kesadaran dan rasa memiliki serta memelihara kesepakatan tersebut terhadap apa yang telah disepakati adalah suatu cara dan langkah positif untuk menciptakan etika bisnis dan jika hal tersebut dapat dilaksanakan dan dimiliki oleh semua pihak akan memberikan rasa ketentraman dan kenyamanan dalam berbisnis.
 11. Menuangkan ke dalam hukum positif, perlunya etika bisnis dituangkan dalam hukum positif menjadi peraturan perundang-undangan, dimaksudkan untuk menjamin adanya kepastian hukum dari etika bisnis seperti halnya proteksi atau suatu perlindungan umum terhadap pengusaha lemah. Sangat diharapkan dalam dunia bisnis adanya moral dan etika bisnis terutama semakin pesatnya perkembangan bisnis yang kian mengglobal dan kompetitif.

***Business Ethics* : Merupakan Suatu Kategori Global**

Masalah etika dalam bisnis global dapat diklasifikasikan ke dalam lima kategori, yakni:

Suap (*Bribery*), adalah tindakan tidak berupa menawarkan, memberi, menerima, atau meminta sesuatu yang berharga dengan tujuan mempengaruhi tindakan seseorang dalam menjalankan kewajiban publik, yang dimaksudkan memanipulasi seseorang dengan membeli pengaruh yang dilakukan dengan membayar sejumlah uang atau barang maupun pembayaran kembali setelah transaksi terlaksana.

Paksaan (*Coercion*), adalah tekanan, batasan, dorongan dengan paksa atau dengan tindakan berupa ancaman kepada seorang individu maupun kelompok dengan cara antara lain mempersulit suatu keadaan yang tidak semestinya.

Penipuan (*Deception*), adalah tindakan memperdaya, menyesatkan yang dilakukan secara sengaja dengan mengucapkan atau melakukan kebohongan.

Pencurian (*Theft*), Adalah merupakan tindakan mengambil sesuatu yang bukan haknya atau mengambil property (fisik atau konseptual) milik orang lain tanpa adanya persetujuan dari pemiliknya.

Diskriminasi tidak jelas (*Unfair Discrimination*), adalah suatu perlakuan tidak adil ataupun suatu tindakan penolakan terhadap orang-orang tertentu yang disebabkan oleh ras, jenis kelamin, kewarganegaraan, atau agama, dimana halnya merupakan suatu kegagalan untuk memperlakukan semua individu dengan kesetaraan tanpa adanya suatu perbedaan yang beralasan antara mereka yang disukai dan tidak disukai.

Membangun Bisnis Ber-Etika

Bisnis (*business*) sebagaimana dimaksudkan merupakan bagian suatu kegiatan ekonomi individu maupun kelompok dalam masyarakat struktur modern yang melakukan kegiatan atau aktivitasnya dalam lingkup mikro maupun makro akan selalu berhubungan dengan apa yang dinamakan untung dan rugi namun persepsi untung dan rugi dimaksudkan adalah sejauhmana segala tindakan bisnis menyentuh garis kewajaran, kejujuran dan keadilan bagi masyarakat sekitarnya sebagai konsumen.

Etika berbisnis dipandang selalu dapat berbenturan dengan maksud dan tindakan bisnis yang cenderung melanggar dan menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal, sedangkan etika

memandang suatu tindakan tidak boleh melanggar hak-hak dan ketentuan moral yang berlaku bagi seluruh aktivitas masyarakat dalam suatu tatanan kehidupan sosial dan ekonomi.

Tindakan apapun untuk tujuan apapun dan dalam bentuk apapun akan dianggap melanggar etika jika pada penerapannya menjangkau segi-segi negatif termasuk diantaranya aksi suap, koneksi, kolusi bahkan komisi yang tentu diantaranya merupakan aturan normatif dan budaya bagi sebagian bisnis dan perilaku normal bagi dunia bisnis.

Dipastikan dewasa ini konsumen bangkit secara cerdas dapat menilai serangkaian bisnis dan kegiatannya mempengaruhi penilaian etik dan moral, sesungguhnya bisnis akan tidak bertahan lama apabila sudah terindikasi dipastikan telah bertindak tidak etis, sedangkan bisnis yang jujur dan wajar secara tindakan serta menerapkan kaidah etis dalam penerapan bisnisnya cenderung akan mendapat simpatik dan dukungan dari masyarakat sekitar selaku konsumen. Karena jalannya roda usaha / bisnis akan tergantung seberapa jauh dukungan dapat diperolehnya.

Karakteristik bisnis dalam siklusnya memiliki beberapa keutamaan sebagai ciri yang menandai pebisnis yang beretika, yaitu : menurut Robert C. Solomon (K. Bertens, 2000:75)

1. **Kejujuran** (*sincerity*)

Dikatakan sebagai keutamaan yang paling utama harus dimiliki dan dijunjung tinggi oleh pelaku bisnis, orang yang mempunyai keutamaan kejujuran tidak akan melakukan tindakan kebohongan atau menipu dalam segala jenis transaksi bisnisnya meskipun hal tersebut mudah untuk dilakukannya. Ingat bahwasanya keutamaan kejujuran melarang seorang pebisnis menipu kolega, relasi, mitra dan sekitarnya dalam rangka mendapatkan kepuasan berupa keuntungan semata meskipun itu kecil nilainya akan berdampak sangat besar. Kejujuran menuntut keterbukaan dan bersedia memberikan keterangan dalam kebenaran, agama Islam memerintahkan pula kepada umat manusia untuk berperilaku jujur dalam berbisnis (surat Al-Baqarah-282).

2. **Kewajaran** (*fairness*)

Sikap wajar ataupun kesediaan untuk memberikan apa yang wajar kepada setiap orang maksudnya adalah apa yang wajar dan bisa disetujui oleh semua pihak yang terlibat dalam suatu transaksi.

3. **Kepercayaan** (*trust*)

Kepercayaan harus dapat ditempatkan dalam hubungan atau relasi timbal balik, pelaku bisnis yang memiliki keutamaan ini dapat mengandaikan bahwa mitranya memiliki keutamaan yang sama pula, karena pebisnis kriteria dimaksud bertolak dari pengandaian bahwa mitranya tersebut pantas diberikan kepercayaan atau bersifat bonafide sebagaimana dirinya terhadap mereka.

4. **Keuletan** (*resilient/toughness*)

Seorang pebisnis harus tangguh dalam setiap situasi dalam kondisi yang paling sulit sekalipun. Harus sanggup mengadakan negosiasi yang terkadang rumit dan seru tentang prospek bisnis dalam proyek atau transaksi yang bernilai besar. Juga harus berani mengambil resiko kecil ataupun besar, karena perkembangan banyak faktor yang tidak dapat dipastikan bahkan hanya dapat diramalkan sebelumnya.

Serangkaian kegiatan-kegiatan dan keutamaan diatas akan menuntun kita sebagai pebisnis kecil maupun besar untuk selalu bertindak etis dan memperhatikan nilai moral dalam masyarakat, sebagai konsekuensi apabila ingin mendapatkan dukungan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan memperpanjang umur bisnis hingga pada kadar yang tidak memungkinkan bisnis tersebut dapat bertahan, namun yakin bahwa bisnis yang beretika akan sukses dalam jangka waktu yang panjang.

Study Kasus

PT. Group Central Cipta Murdaya (CCM) merupakan perusahaan sepatu merk Nike yang terletak di kawasan Pasar Kemis, Tangerang. PT. Group CCM merupakan milik pengusaha terkenal Sri Hartati Murdaya yang menduduki urutan 16 orang terkaya versi majalah Forber 2006 dengan kekayaan US\$ 430 juta (Rp 3.8 triliun) yang sedang mengalami konflik karena telah diduga melanggar aturan kepabeanaan. Beberapa kontainer milik perusahaan Sri

Hartati murdaya berisi sekitar 6.500 pasang disita aparat Bea dan Cukai pada akhir maret 2006. Akibat peristiwa tersebut perusahaan milik Sri Hartati Murdaya tersebut mengalami kerugian sebesar Rp. 10 miliar. Bos Group CCM ini tidak ingin penyitaan kontainernya terungkap di media massa dengan alasan takut para pemesan produk sepatunya di Luar Negeri akan menghentikan pesannya. Karena akan mengurangi pemasukannya hampir Rp.1 triliun dari sepuluh juta pasang sepatu yang di ekspornya tiap tahun.

Dari perhitungan awal, potensi kerugian memang hanya Rp. 612 juta. Tapi, **“menurut Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2006 tentang Kepabeanan, perusahaan itu bisa terkena denda maksimal 1.000 persen atau 10 kali lipat dari total bea masuk yang belum dibayar”**. Itu berarti, perusahaan milik Sri Hartati Murdaya tersebut akan besar kemungkinan harus membayar denda sedikitnya Rp. 6 miliar. Dalam mengeksplor Sri Hartati Murdaya tidak mengalami kesulitan tertentu, karena ada campur tangan orang dalam pemerintah (indikasi tindakan KKN). Akibat kasus Nike ini ribuan karyawan mengalami nasib yang tidak jelas. Banyak cara sudah mereka tempuh namun pihak perusahaan menyatakan tidak akan mem-PHK karyawannya. Akan tetapi sampai sekarang kasusnya tidak ada akhir yang jelas, begitu pula dengan karyawannya.

Implikasi Kasus

Pelanggaran etika dan bisnis dalam kasus ini yakni upaya manipulatif pajak keluar masuk barang melalui bea dan cukai mungkin saja pernah dilakukan mengingat besarnya angka yang harus disetorkan kepada kas Negara yang apabila tidak dilakukan dengan semestinya akan membuat sebagian orang (oknum) yang terlibat dalam kasus ini akan diuntungkan dengan tindakannya (korupsi, kolusi, dan nepotisme) yakni memperkaya diri sendiri, dampaknya terlihat bahwa banyak orang yang menjadi korban (calon PHK) dan kerugian kas Negara (pendapatan Pajak) akibat tindakan segelintir orang (oknum) yang jelas tidak bertanggung jawab.

IV. KESIMPULAN

Bisnis sebagai bagian kehidupan ekonomi masyarakat pada awalnya berperan sebagai sarana dalam pemenuhan kebutuhan akan barang dan jasa, sejalan dengan perkembangannya maka bisnis mengorientasikan diri kepada hal yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fisik namun beranjak kepada pencapaian tingkat kepuasan bagi perusahaan berupa keuntungan atau laba (*profit*).

Bisnis global menuntut peranan etika dalam interaksinya, mengingat suatu tindakan dalam kegiatan bisnis akan diterima dengan kepedulian social ekonomi (*economic social concerned*) dimana masyarakat konsumen sebagai objek dalam kegiatan ekonomi suatu kegiatan bisnis itu sendiri memiliki andil yang besar memajukan bisnis atau usaha.

Pandangan etika dalam bisnis merupakan panduan normatif bagi suatu bisnis yang tidak hanya mendahulukan keuntungan diatas segalanya, namun tetap memperhatikan hubungan interaktif sosial ekonomi sebagai satu bagian yang tidak terpisahkan termasuk didalamnya kajian agama akan mentoleril segala kegiatan operasi bisnis yang beradab, jujur dan wajar dalam mengejar manfaat dan makna bisnis itu sendiri (tujuan bisnis).

Dewasa ini bisnis yang tidak memperhatikan masalah etika dan moralitas dalam tindakan operasinya, akan banyak ditinggalkan karena keberadaban terhadap manusia secara individu sebagai konsumen dan objek bisnis secara moral adalah merupakan bagian dari bisnis itu sendiri dimana mereka yang dimaksudkan sebagai masyakat sosial dan ekonomi adalah bagian yang tidak terpisahkan memiliki andil yang besar memajukan bisnis/usaha dan mempengaruhi kualitas pelayanan serta kelangsungan bisnis atau usaha dimasa yang akan datang. Kuncinya Membangun Etika dan Moral Dalam Bisnis Global. *Red-“SUG”*

DAFTAR PUSTAKA

Baswir, Revrison. 2004. *Etika Bisnis*. Kompas Senin, 08 Maret 2004. Jakarta: PT Gramedia.

- Dalimunthe, Rita F. 2004. *Etika Bisnis*. Website Google: *Etika Bisnis dan Pengembangan Iptek*.
- Doug Lennick dan Fred Kiel. 2005 (dalam Itpin, 2006). *Moral Intelligence*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fuad M, H Christine. 2003. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fuady, Munir. 2005. *Pengantar Hukum Bisnis*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- New Jersey: Prentice Hall. Edisi ke-2 hal.99-116.
- Rindjin, Ketut. 2004. *Etika Bisnis dan Implementasinya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rukmana. 2004. *Etika Bisnis-Prinsip Ekonomi Syariah*. Makalah Disajikan pada Seminar “*Etika Bisnis-Pandangan Islam*” yang diselenggarakan oleh Ikatan sarjana Ekonomi Indonesia Cabang Bandung, sabtu 6 Maret 2004.
- John, Boatright. 1993. *Ethics and the Conduct of Business*. New Jersey: Englewood Cliffs, Prentice Hall, hal. 91-125.
- Jon M Huntsman. 2005. (dalam Itpin, 2006), *Winners Never Cheat*, MQ.S Publishing.
- K. Bertens. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Manuel Velasquez. 1988. *Business Ethics: Concept and Cases*. Englewood Cliffs.
- Suseno, Frans Magnis. 1987. *Etika Dasar. Masalah Pokok Filsafat Moral*. Yogyakarta: Kanisius.
- Tim Penulis Rasda Karya. 1995. *Pengantar Etika*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. (<http://hmdwibowo.blogspot.com>)

**PENGUNAAN SISTEM BUKU AGENDA ELEKTRONIK DALAM PERSURATAN
GUNA MENCAPAI EFISIENSI KERJA KARYAWAN
(Studi kasus pada Yayasan Tifa Jakarta)**

Slamet Heri Winarno

ASM BSI

Jl. Kramat Raya No.168 Jakarta Pusat

Email: slamet_heri@yahoo.com

Abstract

We know that the use of electronic agenda book as a letter management media contribute in employee efficiency. The work efficiency covered this book are labor efficiency, which requires faster to distribute and search for letters, space efficiency, which letter file cabinet is no longer necessary, cost efficiency which minimize salary, office equipment, , and space rent for document facility.

Keywords: Elektronik Agenda BookLetter, Work Efficiency

Penggunaan buku agenda yang dilakukan secara elektronik sebagai media pengelolaan surat memberikan sumbangan yang banyak dalam hal efisiensi kerja karyawan. Efisiensi yang dihasilkan dari penggunaan buku agenda secara elektronik tersebut meliputi unsur tenaga dimana hanya membutuhkan satu orang untuk proses pengelolaan surat. Efisiensi waktu yaitu waktu yang dibutuhkan relatif jauh lebih cepat dalam pendistribusian dan penemuan kembali. Efisiensi ruang dimana tidak diperlukannya lagi tempat penyimpanan surat, semua dokumen sudah disimpan dalam sistem. Efisiensi biaya yaitu dapat menekan biaya untuk gaji karyawan, perlengkapan dan peralatan kantor, dan biaya sewa tempat penyimpanan dokumen.

Kata Kunci: Buku Agenda Elektronik, Surat, Efisiensi Kerja

I. PENDAHULUAN

Dewasa ini semua aspek kehidupan manusia tidak terlepas dari peran teknologi yang terus berkembang dengan pesat sesuai dengan kebutuhan manusia. Salah satu diantaranya perkembangan teknologi dalam bidang informasi dan komunikasi. Kebutuhan masyarakat akan informasi sekarang ini merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan yang modern. Dengan demikian pesatnya perkembangan teknologi dalam bidang informasi saat ini mengikuti kebutuhan yang ada di masyarakat.

Pada umumnya dunia bisnis di era globalisasi semakin tak terhindarkan dari penggunaan pemanfaatan kemajuan teknologi informasi yang secara luas membuka peluang bagi pengaksesan, pengelolaan, dan pendayagunaan informasi dalam volume yang besar secara cepat dan akurat yang hasil akhirnya akan menghasilkan efisiensi kerja bagi para karyawan. Sekarang ini banyak dari masyarakat luas yang telah menggunakan teknologi informasi dari yang paling sederhana

sampai dengan penggunaan teknologi yang mutakhir.

Sejalan dengan semakin tingginya arus pertukaran informasi dalam perkantoran dan meningkatnya kebutuhan kecepatan dalam penyampaian informasi, maka dibutuhkan alat bantu untuk memenuhi kebutuhan tersebut, salah satunya dengan penggunaan buku agenda secara elektronik sebagai media pengelolaan surat yang dapat dikelola secara sederhana maupun secara modern. Buku agenda elektronik, memungkinkan adanya persuratan yang dilakukan secara elektronik.

Persuratan elektronik mempunyai beberapa kelebihan, yaitu mendapat respon lebih cepat, pengumpulan informasi yang lebih baik, konsisten dan mudah dicari kembali, memudahkan pengambilan keputusan yang lebih cepat dan akurat, meningkatkan kualitas layanan publik, menyediakan komunikasi jarak jauh dan lain sebagainya yang berfungsi sebagai penunjang terlaksananya efisiensi pekerjaan perkantoran terutama dalam proses pengelolaan surat.

Persuratan elektronik merupakan perangkat lunak yang mampu melakukan distribusi, penyimpanan dan pengambilan informasi baik berupa suara, data maupun gambar secara elektronik. Bentuk persuratan elektronik sangat berperan besar bagi pelaksanaan tugas-tugas seorang karyawan dalam perkantoran yang berhubungan dengan tugas-tugas administrasi atau kesekretariatan, misalnya pekerjaan yang dilakukan oleh seorang administrator dalam menangani tugas-tugas rutin yang meliputi jadwal kegiatan, memo, surat undangan, laporan, bahan pidato, pembuatan proposal permintaan dana, serta persuratan sejenis lainnya.

Hal ini juga meliputi pembuatan buku agenda untuk surat masuk dan surat keluar secara elektronik cukup memberikan peran yang besar bagi efisiensi kerja karyawan saat ini.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Buku Agenda, Lembar Disposisi dan Routing Slip.

Marjo (2000) mengemukakan buku agenda adalah buku tempat mencatat surat masuk dan surat keluar. Era globalisasi saat ini memungkinkan pengelolaan buku agenda dilakukan secara elektronik yang pada dasarnya memiliki konsep yang sama dengan teknik buku agenda konvensional atau manual. Pencatatan dengan buku agenda pada dasarnya dilakukan oleh organisasi yang kecil, tetapi dapat juga dilakukan pada lembaga atau kantor yang sudah besar karena adanya buku agenda

juga dapat memberikan manfaat yang besar dalam pengendalian surat.

Tujuan pembuatan buku agenda antara lain: 1) agar surat tidak mudah hilang dan dapat terkontrol dengan baik, 2) untuk mengetahui surat masuk dan surat keluar setiap hari, 3) untuk memudahkan penyimpanan surat-surat agar terkontrol.

Menurut Saiman (2002), keterangan-keterangan yang perlu dicatat dalam buku agenda antara lain: 1) tanggal hari diterimanya surat-surat atau catatan kantor yang masuk atau pun surat-surat atau catatan kantor yang keluar, 2) nomor urut agenda surat-surat atau catatan kantor yang masuk atau keluar, 3) asal surat yang masuk, 4) alamat yang dituju untuk surat-surat yang keluar, 5) perihal dan persoalan (isi) surat secara ringkas, 6) tanggal yang tercantum dalam surat, 7) catatan (keterangan) lain tentang kedudukan surat di dalam pemrosesannya, misalnya: disampaikan kepada unit tertentu untuk diselesaikan dengan segera, 8) jika instansi, organisasi, kantor atau perusahaan telah menggunakan sistem pola klasifikasi atau sistem pengkodean, maka kode dan nama masalah (*subject heading*) harus dicatat pula serta 9) lampiran, disebut macam dan jumlahnya.

Sugiarto dan Wahyono (2005) mengemukakan terdapat dua jenis buku agenda yaitu:

Buku agenda tunggal, yaitu buku agenda yang memuat daftar surat masuk sekaligus surat keluar dalam suatu format.

Tabel 1. Format Buku Agenda Bentuk Tunggal

No	Tgl	MK	Surat		Dari	Kepada	Isi Ringkas	Ket.
			Nomor	Tanggal				

Sumber : Sugiarto dan Wahyono (2005)

Buku agenda berpasangan, yaitu buku agenda yang lembar kanan untuk surat masuk

dan sebelah kiri untuk surat keluar. Formatnya adalah sebagai berikut :

Tabel 2 Format Buku Agenda Berpasangan

No.	Tgl. Agd.	Tgl. Srt.	No. Srt	Dari	Isi ringkasan	Ket.	No.	Tgl. Keluar	Tgl. Srt	No. Srt	Ke	Isi Ringkas	Ket

Sumber : Sugiarto dan Wahyono (2005)

Secara konvensional penggunaan buku agenda adalah untuk mencatat hal-hal yang terdapat pada setiap dokumen atau surat, bila pencatatan kedalam buku agenda telah selesai maka akan dilampirkan lembar disposisi pada surat tersebut (jika diperlukan).

Marjo (2000) menjelaskan lembar disposisi merupakan petunjuk atau perintah singkat mengenai kelanjutan surat yang ditulis oleh kepala kantor, biasanya diparaf atau diberi tanda tangan. Lembar disposisi diperlukan sebagai alat pengendalian dalam distribusi penyelesaian suatu dokumen. Apabila peredaran dokumen tersebut harus melalui berbagai pejabat dan berbagai bagian, maka berkas itu sebaiknya dilengkapi dengan lembaran beredar (*Routing Slip*).

Persuratan

Menurut Finoza (2004), surat adalah informasi tertulis yang dapat dipergunakan sebagai alat komunikasi tulis yang dibuat dengan persyaratan tertentu.

Pengertian lain tentang surat diungkapkan oleh Marjo (2000) bahwa surat adalah : 1) alat komunikasi tertulis, atau sarana untuk menyampaikan pernyataan maupun informasi secara tertulis dari pihak satu kepada pihak yang lain. Informasi tersebut bisa berupa pemberitahuan, pernyataan, permintaan, laporan, pemikiran, sanggahan dan lain sebagainya, dan 2) sehelai kertas atau lebih yang digunakan untuk mengadakan komunikasi atau hubungan tertulis.

Surat juga merupakan alat komunikasi tertulis yang berasal dari satu pihak dan ditujukan kepada pihak lain untuk menyampaikan warta atau pesan. (Saiman, 2002)

Sementara yang dimaksudkan dengan surat menyurat atau korespondensi adalah kegiatan saling berkirim surat oleh perseorangan atau oleh organisasi, sementara para pelakunya disebut koresponden. (Finoza, 2004)

Sesuai dengan perkembangan era globalisasi bidang informasi dan komunikasi surat tidak hanya berbentuk salinan kertas yang tercetak (*hardcopy*) saja tetapi juga berbentuk *file* elektronik atau menggunakan *microfilm* (*softcopy*). Untuk dapat memiliki kepastian hukum mengenai pengalihan dokumen perusahaan yang dibuat diatas kertas atau sarana lainnya, misalnya disket atau pita magnetik ke dalam mikrofilm maka pemerintah mengeluarkan Undang-Undang nomor 88 Tahun 1999 tentang "Tata Cara Pengalihan Dokumen Perusahaan Ke Dalam Mikrofilm Atau Media Lainnya dan Legalisasi" yang menyebutkan bahwa dokumen perusahaan atau organisasi adalah data, catatan, dan atau keterangan yang dibuat dan atau diterima oleh perusahaan atau organisasi dalam rangka pelaksanaan kegiatannya, baik tertulis diatas kertas atau sarana lain, maupun terekam dalam bentuk corak apapun yang dapat dilihat, dibaca, atau didengar. Hal ini dilakukan agar pengaturan dan tata cara pengalihan dokumen perkantoran dilaksanakan secara sederhana tanpa mengurangi kepastian hukum bagi pihak pengguna.

Berdasarkan penjabaran diatas, maka dapat disimpulkan bahwa surat merupakan alat untuk menyampaikan suatu informasi dari seseorang kepada pihak lain dengan menggunakan media tertulis baik secara manual maupun elektronik.

Fungsi dan Penggolongan Surat

Marjo (2000) mengatakan bahwa fungsi surat yang aktif dalam kehidupan masyarakat sehari-hari terbagi menjadi empat yaitu: 1) sebagai wakil atau duta dari penulis atau sipengirim surat, 2) sebagai bahan bukti, 3) sebagai pedoman untuk mengambil keputusan lebih lanjut, dan 4) alat pengingat.

Sebagai alat komunikasi tulis, surat sangat beraneka ragam wujud, jenis, nama dan sifatnya. Penggolongan surat menurut Finoza (2004) dibagi atas : 1) Penggolongan surat menurut wujudnya terbagi atas : surat bersampul, kartu pos, warkat pos, telegram dan teleks, memo dan nota, surat tanda bukti,

faksimile, dan *electronic mail (e-mail)*, 2) Penggolongan surat menurut pemakaiannya terdiri atas : surat pribadi, surat pemerintah, surat bisnis, dan surat sosial, 3) Penggolongan surat menurut banyaknya sasaran yang dituju meliputi : surat biasa, surat edaran dan surat pengumuman, 4) Penggolongan surat menurut isi dan maksudnya, 5) Penggolongan surat menurut sifatnya, terbagi atas : surat biasa, surat konfidensial, dan surat rahasia, 6) Penggolongan surat menurut urgensi penyelesaiannya, meliputi : surat biasa, surat segera/ekspres, dan surat kilat, 7) Menurut prosedur pengurusan surat, terdiri atas : surat masuk, dan surat keluar.

Pengorganisasian Surat

Pengorganisasian surat dan sistem penyimpanan termasuk dalam proses pengelolaan surat. Di dalam pengorganisasian surat, membicarakan siapa yang melakukan pengelolaan surat dalam suatu organisasi. Hal ini diperhatikan agar pengaturan surat dan penanggungjawabnya dapat diketahui secara jelas.

ROUTING SLIP							
Harap dibaca berkas-berkas yang terlampir dan meneruskan kepada pejabat-pejabat tersebut dalam daftar ini							
Surat Nomor : tanggal							
Dari Bagian :							
DIKIRIM		TINDAKAN			Tanggal Terima	Tanggal Diteruskan	Paraf
Nama	Bagian	Mengetahui	Jawaban	Usul			
Dikembalikan lagi ke bagian tanggal							
Catatan.							
.....							
.....							
.....							
.....							
Pimpinan							
.....							
.....							
.....							

Sumber : Sugiarto dan Wahyono (2005)

Gambar 1. Lembar *Routing Slip*

Dengan demikian pembagian tugas dan wewenang pengelolaan surat dapat dilaksanakan sebaik-baiknya dalam suatu organisasi. Dengan adanya kejelasan siapa

yang mengelola dan siapa yang bertanggungjawab, maka kegiatan pengelolaan surat dapat dilakukan dengan tertib. Hal ini juga untuk mengantisipasi saling melempar

tanggungjawab dalam pengelolaan surat yang dapat menyebabkan ketidakefektifan pengelolaan surat secara umum.

Menurut Sugiarto dan Wahyono (2005) pengorganisasian surat dapat dilakukan dengan tiga cara : 1) *asas sentralisasi* yaitu sistem pengelolaan surat yang dilakukan secara terpusat dalam suatu organisasi, 2) *asas desentralisasi* yaitu pengelolaan surat yang dilakukan pada setiap unit kerja dalam suatu organisasi, artinya semua unit yang ada mengelola suratnya masing-masing, dan 3) *asas kombinasi sentralisasi – desentralisasi*, yaitu penanganan surat yang masih aktif dipergunakan atau dikelola di unit kerja masing-masing pengolah, dan surat yang sudah kurang dipergunakan di sentral surat.

Efisiensi Kerja Karyawan

Menurut The Liang Gie (2000) efisiensi adalah suatu asas dasar tentang perbandingan terbaik antara suatu usaha dengan hasilnya. Perbandingan ini dapat dilihat dari 2 (dua) segi yaitu : 1) segi usaha, suatu kegiatan dapat dikatakan efisien kalau sesuatu hasil tertentu tercapai dengan usaha yang sekecil-kecilnya lima unsur yang dapat disebut sumber-sumber kerja seperti pikiran, tenaga, waktu, ruang, benda, termasuk uang, 2) segi hasil, dapat dikatakan efisien jika dengan sesuatu usaha tertentu memberikan hasil yang sebanyak-banyaknya, baik mengenai mutu ataupun jumlah satuan hasil itu.

Sedangkan efisiensi menurut Ernawati (2004) berarti tepat guna, yaitu bagaimana kita menggunakan berbagai sumber daya yang ada dengan baik sehingga akan memberikan hasil. Dalam pengertian lain, efisiensi berarti juga penghematan.

Penelaahan dan aktivitas untuk mencapai efisiensi kerja telah lazim disebut *work simplification* (secara harafiah berarti penyederhanaan kerja) dalam kepustakaan dunia barat. Usaha mencapai efisiensi kerja atau *work simplification* di dunia barat itu berlandaskan ide pokok bahwa "selalu terdapat suatu cara yang lebih baik untuk melaksanakan sesuatu pekerjaan".

Dalam perkembangan selanjutnya *work simplification* diterapkan pula pada pelaksanaan pekerjaan tatasaha di kantor-kantor sehingga dikenal pula istilah "*paperwork simplification*" (secara harafiah

berarti penyederhanaan pekerjaan kertas). Segegap usaha penyederhanaan dalam bidang tatasaha ini cukup kiranya dicakup dalam pengertian efisiensi perkantoran.

Jadi, efisiensi kerja pada umumnya merupakan perwujudan dari cara-cara kerja yang memungkinkan tercapainya perbandingan terbaik antara usaha dan hasil, yaitu cara-cara bekerja yang efisien. Efisiensi kerja seorang karyawan menunjukkan tentang penggunaan tenaga, pikiran dan kemampuan yang seminimal mungkin, karena penggunaan tenaga, pikiran dan kemampuan yang tidak tepat akan mengakibatkan kerugian pada karyawan terkait dan perusahaan, terlebih untuk seorang sekretaris ataupun asisten administrasi yang pekerjaannya merupakan pekerjaan yang bersifat terus-menerus.

III. METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisa kualitatif dengan melakukan studi pustaka (*library research*) serta pengamatan (*observation*) terhadap objek penelitian dengan mengambil sampel data pada Yayasan Tifa Jakarta.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan Buku Agenda Elektronik dalam Penanganan Surat

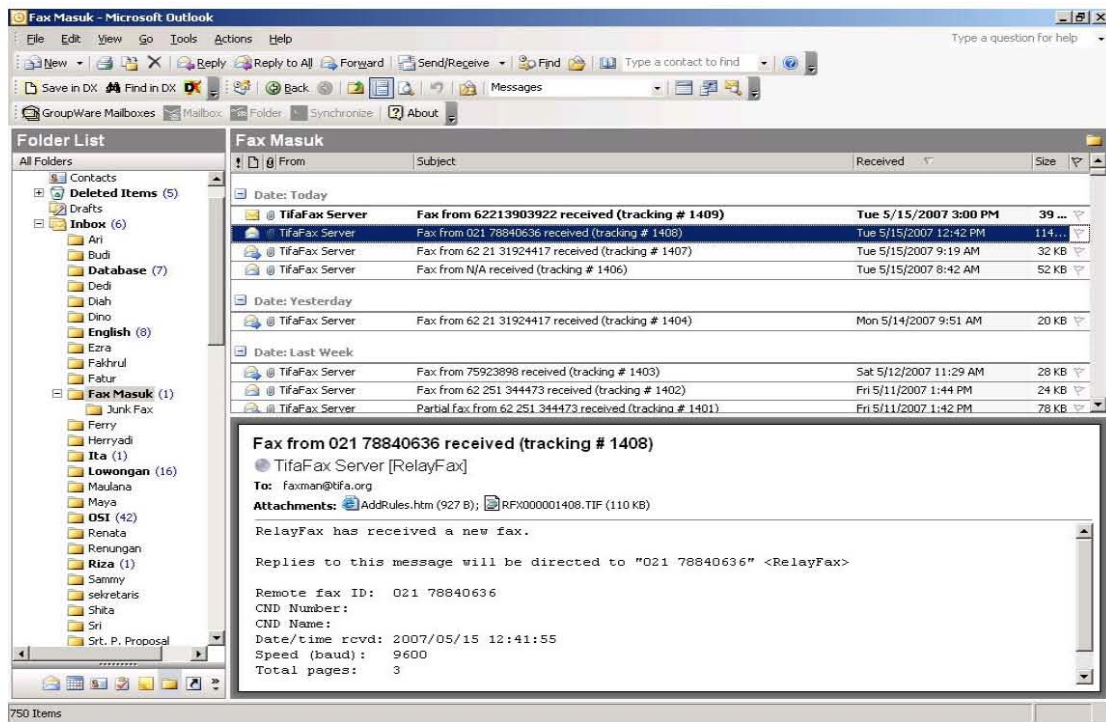
Proses penanganan surat masuk dan surat keluar menggunakan sistem buku agenda elektronik dapat menggunakan bantuan perangkat lunak (*software*) berupa *microsoft excel*, *microsoft outlook* dan program internet (*e-mail*).

Prinsip dasar dari penggunaan buku agenda elektronik adalah bagaimana merubah bentuk fisik surat atau dokumen menjadi sebuah file, sehingga dalam pengelolaannya ke dalam buku agenda tersebut hanya dilampirkan file surat masuk atau surat keluar yang telah di *scan* dan disimpan secara elektronik berupa sebuah lampiran (*attachment*).

Penanganan Surat Masuk

Prosedur penanganan surat masuk dilakukan dengan cara : 1) **Penerimaan Surat Masuk**, penerimaan surat masuk adalah surat yang masuk dan diterima biasanya oleh bagian *front office* melalui kurir yang diteruskan ke bagian yang bertugas mengelola surat tersebut untuk dicatat kedalam buku agenda yang dilakukan secara elektronik, lalu setelah itu didistribusikan ke bagian yang dituju. Surat yang masuk biasanya meliputi seluruh berkas berupa surat, proposal, brosur, buku, jurnal, majalah surat kabar, laporan dan berkas tertulis lainnya yang dikirimkan baik melalui pos, kurir, *e-mail* dan elektronik faks. Untuk penanganan surat masuk secara elektronik yang diperlukan adalah mesin *scanner*, dan

aplikasi *software file* gambar (*.*bmp*, *jpg*, *tif*) atau dokumen (*.*doc*, *txt*, *pdf*). Yang harus dilakukan pertama kali ketika menerima surat masuk adalah mengklasifikasikan surat-surat tersebut. Hal ini meliputi meneliti dahulu nama dan alamat yang tercantum pada setiap sampul atau nama yang dituju dalam elektronik faks untuk memastikan bahwa surat itu benar-benar ditujukan kepada perusahaan atau kantor yang bersangkutan, hal ini perlu dilakukan untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam pengiriman surat. Elektronik faks yang digunakan umumnya terhubung langsung dengan *microsoft outlook*. Jadi elektronik fax mempunyai bentuk yang hampir serupa dengan *e-mail* sehingga mempermudah dalam melakukan pendistribusiannya.



Sumber : Yayasan Tifa Jakarta

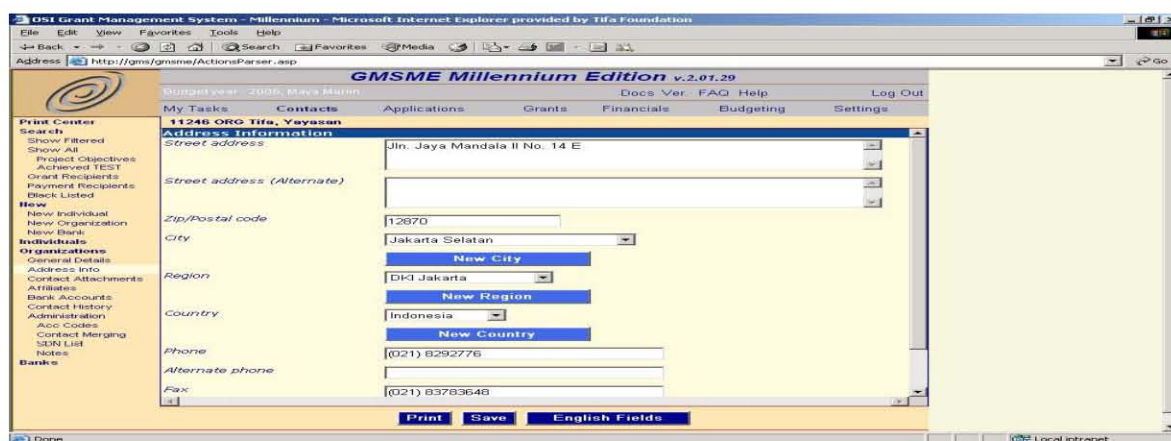
Gambar 2. Elektronik Faks

2) **Penyortiran Surat**, surat masuk manual yang diterima oleh *front office*, sementara surat elektronik diterima melalui *e-mail*. Selanjutnya dilakukan penyortiran terhadap surat-surat tersebut. Surat-surat yang masuk secara manual akan ditangani terlebih dahulu. Surat-surat tersebut disusun berdasarkan atas surat-surat penting, proposal, laporan

keuangan, laporan kegiatan program, surat-surat mengenai tindak lanjut proposal, dan surat-surat pribadi. Langkah-langkah yang harus dilakukan dalam penanganan penyortiran surat: (a) semua amplop bertanda "pribadi" atau "rahasia" tidak boleh dibuka dan harus diteruskan kepada yang bersangkutan, apabila salah membuka surat,

maka amplop direkatkan kembali dengan selotip lalu beri catatan kecil “*sorry, opened by mistake*”, (b) surat-surat yang bersifat dinas, untuk dibuka karena sifatnya tidak rahasia, (c) setiap surat yang masuk diberikan tanggal penerimaan surat berupa stempel *received* + tanggalnya, hal ini dipandang perlu karena mengandung unsur legalitas, (d) surat yang masuk diperiksa apakah mempunyai alamat pengirim dan apakah lampiran-lampiran yang dimaksud didalam surat telah terlampir, alamat dan nama *contact persons* baru yang terdapat di surat tersebut dimasukkan ke dalam program *database* yang bernama *Grant Management System*

Millenium (GMSme) setelah dilakukan *cross check* terlebih dahulu. 3) **Penyimpanan Surat**, pada saat melakukan penyortiran untuk surat masuk baik secara manual maupun secara elektronik, dilakukan juga proses penyimpanan *file*. Surat masuk secara manual di-*scan* terlebih dahulu untuk mengubahnya dari bentuk manual menjadi bentuk elektronik. Penyimpanan surat masuk manual yang telah berubah menjadi *file* elektronik tersebut disimpan secara elektronik dalam bentuk *file* gambar bentuk *jpg, tif*, atau dokumen bentuk *doc, pdf*.



Gambar 3. *Grant Management System Millenium* (GMSme)

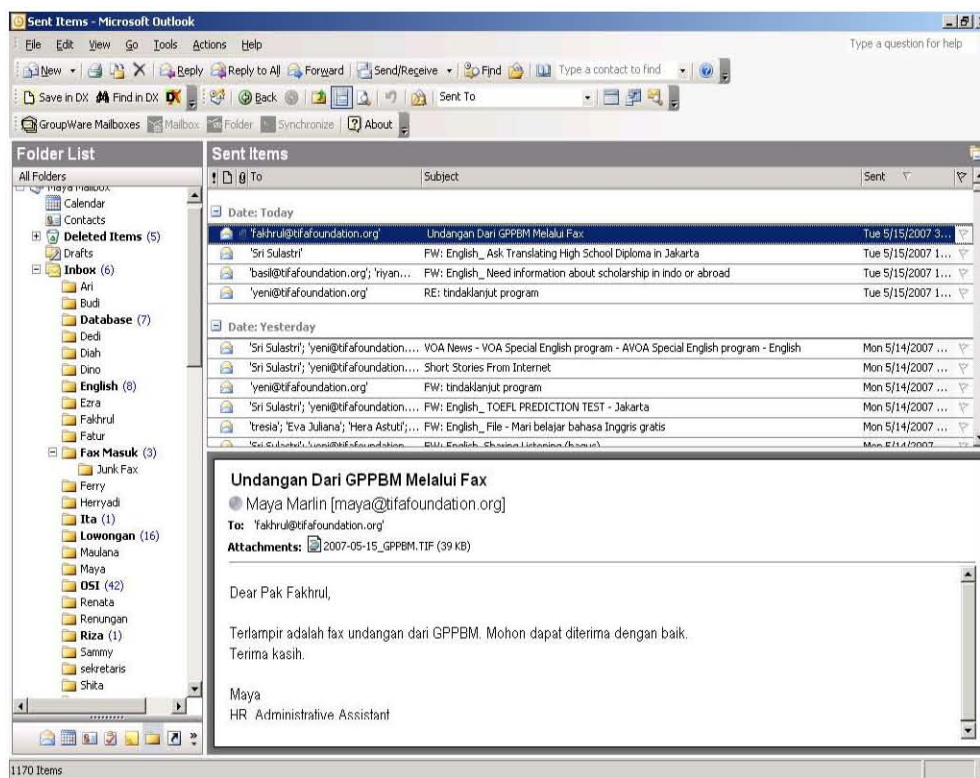
Sumber : Yayasan Tifa Jakarta

Sistem penyimpanan dokumen elektronik tersebut menggunakan campuran antara sistem tanggal dan sistem abjad berupa nama lembaga yang mengirimkan surat tersebut, misalnya 2007-05-12 *Ford Foundation.jpeg*. Untuk surat masuk melalui elektronik faks and *e-mail* disimpan dalam *folder* yang berbeda. Bukan di *folder Electronic File*, melainkan di *Folder Electroni c Fax and e-mail*. Penamaan *file*-nya sama dengan *file* surat masuk untuk elektronik fax and *e-mail*. Yang berbeda hanyalah *folder* untuk menyimpannya saja dan juga untuk *file* gambar. *Folder* tersebut berisi bentuk *file* gambar *tiff.** dan *pdf*, sementara untuk *Electronic File* berisi bentuk gambar *jpeg*, dan *pdf*. 4) **Pencatatan Surat**, setelah melalui proses klasifikasi, penyortiran dan penyimpanan, selanjutnya adalah proses

pencatatan yang dilakukan pada buku agenda dengan menggunakan *microsoft excel*. Pencatatan dalam buku agenda sangat penting karena dalam buku agenda terlampir *file* surat dalam bentuk elektronik sebagai *attachment* atau lampiran disetiap surat yang masuk dan keluar. Pencatatan dilakukan untuk surat-surat yang penting saja (biasanya dibuat dalam jangka waktu satu tahun). Agar proses pencatatan surat efektif biasanya digunakan format buku agenda kembar yang dilakukan secara elektronik. Buku agenda kembar di sini artinya buku agenda yang digunakan untuk mencatat surat masuk dan surat keluar dibuat secara terpisah, sehingga buku agenda ini berjumlah dua buah. Data yang ada dalam surat-surat masuk tersebut dicatat kedalam buku agenda, dan 5) **Pendistribusian surat**, pendistribusian surat untuk elektronik faks dan

e-mail tidak memerlukan *routing slip*, karena setelah proses penyimpanan *file* secara elektronik, surat-surat elektronik tersebut segera didistribusikan melalui *e-mail* kepada bagian yang terkait atau dituju oleh surat elektronik tersebut. Berikut ini adalah contoh

dari pengiriman elektronik fax melalui *e-mail*.



Sumber : Yayasan Tifa Jakarta

Gambar 4. Buku Agenda Surat Masuk

Sumber : Yayasan Tifa Jakarta

Gambar 5. Pengiriman Elektronik Faks Melalui *e-mail*

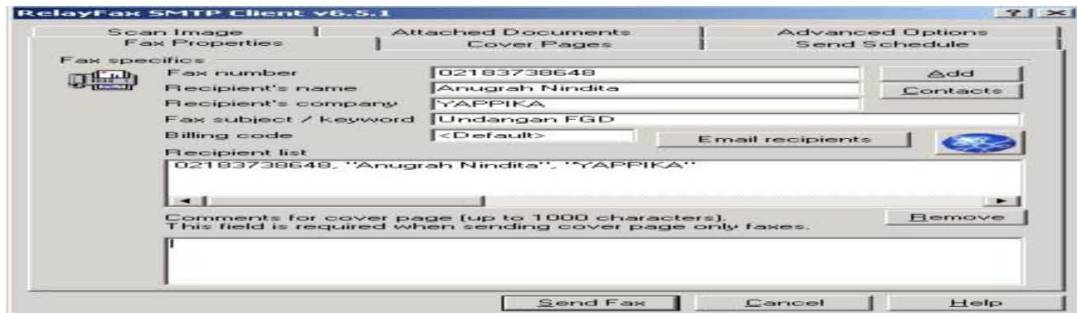
Penanganan Surat Keluar

Prosedur penanganan surat keluar menggunakan buku agenda elektronik tidaklah berbeda dengan penanganan surat keluar. Hal ini disebabkan buku agenda elektronik yang digunakan berbentuk kembar dimana bentuk dan cara kerjanya sama hanya pengoperasiannya dibuat terpisah. Proses penanganan surat keluar tersebut antara lain : 1) **Pembuatan konsep surat**, pada bagian ini surat di konsep sesuai dengan kebutuhan menyangkut perihal dan pihak yang akan

dituju, 2) **Pengetika surat**, konsep yang telah disetujui untuk selanjutnya diubah dalam format surat yang formal, 3) **Penyimpanan surat**, surat keluar dari masing-masing bagian akan di-*scan* terlebih dahulu untuk disimpan dalam bentuk file (*.*bmp jpg, tif*) atau dokumen (*.*doc, txt, pdf*) dan dicatat pada buku agenda elektronik tiap staf yang berwenang untuk membuat surat diharapkan untuk membuat surat sesuai dengan format dan kategori surat yang sudah ditentukan, 4) **Pencatatan surat**, setelah penyimpanan selanjutnya adalah mencatat segala keterangan

mengenai surat tersebut kedalam buku agenda elektronik surat keluar. Untuk memudahkan penggunaan buku agenda surat keluar harus disimpan dalam satu *file* dengan buku agenda surat masuk, atau dapat dikatakan *sheet*

Incoming Letter terletak di sebelah kiri, dan disebelahnya adalah *Sheet Outgoing Letter*. Jadi kedua *sheet* tersebut terletak berdampingan satu sama lain.



Gambar 6. Buku Agenda Keluar

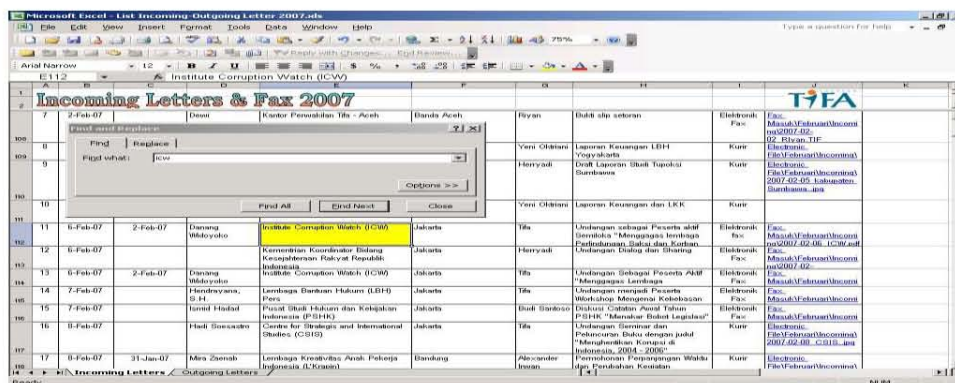
Sumber : Yayasan Tifa Jakarta

5) **Pengiriman surat**, jika surat tersebut bukan surat rahasia dan merupakan surat yang bersifat segera atau berupa pemberitahuan dapat menggunakan *electronic facsimile* dapat pula melalui *e-mail* terutama dalam berhubungan dengan pihak luar yang

mempunyai akses untuk fasilitas *internet*. Cara pengiriman surat melalui *e-mail* sekarang ini sudah umum digunakan oleh perusahaan-perusahaan termasuk untuk surat-surat resmi dan tidak resmi.

The image shows a Microsoft Excel spreadsheet titled 'List Incoming-Outgoing Letter 2007.xls'. The spreadsheet has columns for 'No.', 'No. of Letter', 'Date of Letter', 'Date of Outing', 'From', 'To', 'Organization', 'Address', 'Subject', 'Remarks', and 'Reference'. The data is organized by month: FEBRUARY and MARET. The table contains several rows of outgoing letters and fax records.

No.	No. of Letter	Date of Letter	Date of Outing	From	To	Organization	Address	Subject	Remarks	Reference
FEBRUARY										
1	001/Fin-Grants/II/2007	23-Feb-07	23-Feb-07	Yeni Oktiani	Amran Amier	Aliansi Jurnalis Indonesia (AJI) Kota Palu	Palu	Surat Pengantar 2 buah perijinan kerjasama yang asli	Kurir	Electronic, File\Febuaru\Outgoing\2007-02-23_AJI_Palu_ipa
2	PO001C/Tifa/II/2007	26-Feb-07	1-Mar-07	Riza Boris	78%	Piets Computer Laden	Jakarta	Revisi Pemrintan Pembalan Perangkat Komputer dan Software	Langsung	Electronic, File\Febuaru\Outgoing\2007-02-26_Piets_Computer_Laden.ipa
MARET										
1	002/Fin-Grants/III/2007	5-Mar-07	5-Mar-07	Yeni Oktiani	Alvon Kumia Palma	Lembaga Bantuan Hukum (LBH) Padang	Padang	Surat pengantar untuk pengembalian bukti keuangan yang tidak dapat diakomodir	Kurir	Electronic, File\Maret\Outgoing\2007-03-05_LBH_Paku.ipa
2	PO-LBH/25/Tifa/III/2007	5-Mar-07	5-Mar-07	Samuel Gultom	Abdullah HS	Lembaga Pengembangan Masyarakat (LPM) Danul Ulum	-	Penyelenggaraan Review Ran-HAM	E-mail	Electronic, File\Maret\Outgoing\2007-03-05_Abdullah_HS.ipa
3	PO-LBH/25/Tifa/III/2007	7-Mar-07	7-Mar-07	Samuel Gultom	Yohanes DA Masopus	-	-	Penyelenggaraan Review Ran-HAM	E-mail	Electronic, File\Maret\Outgoing\2007-03-



Sumber : Yayasan Tifa Jakarta

Gambar 7. Pengiriman Surat Menggunakan Elektronik Faks.

Efisiensi Kerja Karyawan

Penggunaan buku agenda secara elektronik dapat memberikan efisiensi pada beberapa unsur terutama terhadap efisiensi karyawan pengelola surat terutama dalam hal :

- 1) **Efisiensi Tenaga**, dapat terlihat pada sedikitnya tenaga yang digunakan untuk melakukan pendistribusian surat karena *file* elektronik dapat dikirim melalui *e-mail* yang dapat dilakukan tanpa harus meninggalkan meja kerja, memudahkan penemuan surat kembali tanpa harus menggunakan tenaga ekstra seperti halnya ketika menggunakan sistem manual. Penemuan surat kembali ini tidak saja dapat dilakukan oleh karyawan pengelola surat, namun juga oleh staf atau karyawan lain karena penyimpanannya menggunakan sistem *sharing folder* yang terhubung melalui jaringan LAN. Hal ini mempermudah pekerjaan karyawan pengelola surat karena staf dapat melihat dan mencari sendiri data yang dibutuhkan tanpa harus tergantung pada karyawan pengelola surat tersebut, dan pengelolaan surat secara elektronik dapat menghemat tenaga kerja yang dibutuhkan karena cukup dilakukan oleh satu orang saja,
- 2) **Efisiensi Waktu**, pengiriman surat dan faks secara elektronik jauh lebih cepat mengingat teknologi pengiriman menggunakan elektronik surat (*e-mail*) yang dikirim langsung ke alamat *e-mail*

staf yang dituju. Penemuan kembali surat atau fax yang dibutuhkan juga membutuhkan waktu yang relatif jauh lebih cepat, cukup dengan menggunakan tombol CTRL + F pada buku agenda maka kursor akan mengarah pada file yang dicari,
- 3) **Efisiensi Tempat**, buku agenda yang dilakukan secara elektronik merupakan pengelolaan surat elektronik secara sederhana. Semua data surat masuk dan surat keluar tersimpan di dalam buku agenda. Melalui buku agenda elektronik tidak diperlukannya lagi tempat penyimpanan surat seperti gudang, *box file*, *filing cabinet*, beserta perlengkapan yang dibutuhkan dalam proses pengelolaan surat hal ini dikarenakan semua *file* dalam buku agenda cukup disimpan secara elektronik pada *hard-disk* komputer. Untuk mengantisipasi kehilangan data, perlu dilakukan *back-up* setiap bulannya terhadap semua data surat yang masuk dan keluar. Setiap tahun, data-data yang ada di buku agenda elektronik dapat dipindahkan ke dalam *compact disk (CD)*. CD tersebut disimpan di dalam brankas untuk menjaga keamanan atau mengantisipasi resiko kehilangan data misalnya terbakar atau terkena banjir, dan
- 4) **Efisiensi Biaya**, efisiensi biaya dengan adanya buku agenda secara elektronik dapat menekan biaya untuk: biaya menggaji karyawan atau sumber daya yang digunakan. Apabila menggunakan pengelolaan surat secara manual, maka membutuhkan sumber daya lebih dari satu karena prosesnya lebih

rumit, biaya pembelian peralatan dan perlengkapan kantor, pengelolaan surat secara elektronik tidak membutuhkan peralatan dan perlengkapan kantor dalam pengelolaan surat seperti *binder clips*, *paper clips*, pulpen, penggaris, kertas, tinta, *box file*, amplop, dan yang lebih luas sebagai tempat penyimpanan surat. Penggunaan buku agenda secara elektronik dapat menghemat biaya penyewaan tempat penyimpanan karena semua *file* sudah berbentuk elektronik dan dapat disimpan dalam media yang berukuran kecil seperti *hard-disk*, CD, DVD, atau media penyimpanan elektronik lainnya.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan hal-hal antara lain : 1) penanganan surat masuk dan surat keluar dengan menggunakan buku agenda elektronik sebagai media pengelolaan surat secara elektronik terbukti dapat meningkatkan efisiensi pada unsur tenaga dimana hanya membutuhkan satu orang staf saja dalam pengelolaan surat yang dilakukan secara sentralisasi, 2) buku agenda elektronik memudahkan penemuan kembali surat dengan waktu yang cepat dibandingkan dengan sistem manual sehingga memberikan efisiensi dalam hal waktu baik kepada petugas pengelola surat dan juga staf yang menggunakannya, 3) buku agenda elektronik tidak membutuhkan ruang untuk penyimpanan surat surat karena sudah dalam bentuk elektronik maka cukup disimpan dalam media penyimpanan yang lebih kecil. Seperti CD-ROM, DVD, atau VCD, hal ini memungkinkan terjadinya efisiensi untuk

sebagainya. Hal ini dikarenakan semua *file* telah berbentuk elektronik, biaya penyewaan tempat penyimpanan file atau gudang, pengelolaan surat secara manual atau konvensional membutuhkan ruang

ruang penyimpanan, 4) buku agenda elektronik menghemat biaya pembelian peralatan dan perlengkapan pengelolaan surat, seperti kertas, map, *ordner*, *filing cabinet*, dan lain-lain.

SARAN

Saran-saran yang dapat diberikan bagi pengembangan sistem pengelolaan surat ini antara lain : 1) perlu dipertimbangkan media penyimpanan menggunakan *hard-disk* berbentuk *flash disc* dimana media penyimpanan ini memiliki keuntungan diantaranya walau ukurannya kecil, namun kapasitas penyimpanannya besar sehingga tidak akan menggunakan ruang yang banyak untuk menyimpannya diruangan tersendiri, 2) agar penyimpanan data-data elektronik lebih aman, sebaiknya menggunakan media penyimpanan yang faktor keamanannya dapat terjangkau, sehingga tidak memerlukan biaya bila akan menggunakan software tersebut yang faktor keamanan data-datanya pun sudah terjamin, 3) untuk mengikuti perkembangan teknologi yang terbaru terutama yang mempermudah pekerjaan yang berhubungan dengan surat menyurat, hendaknya perlu diperhatikan pemberian kesempatan kepada karyawan agar dapat mengikuti perkembangan yang ada saat ini dengan mengirimkan karyawan untuk mengikuti training dan pelatihan terkait

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Komunikasi dan Informasi. *Panduan Manajemen Sistem Dokumen Elektronik dan Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan e-Government (INPRES No.3 Tahun 2003)*. [http://www.depkominfo.go.id/2006/01/01/depkominfo-penerapan-e-government/] (diakses 22 Juni 2009)
- Ernawati, Ursula. 2004. *Pedoman Lengkap Kesekretarisan Untuk Sekretaris dan Calon Sekretaris*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Finoza, Lamuddin. 2004. *Aneka Surat Sekretaris dan Bisnis Indonesia Edisi Revisi*. Jakarta : Diksi Insan Mulia
- The Liang Gie. 2000. *Administrasi Perkantoran Modern Edisi Ketujuh*. Yogyakarta : Liberty

- Marjo, Y.S. 2000. *Surat-surat Lengkap Cetak dan Kedelapan*. Jakarta : Setia Kawan
- Ramelan. 2005. *Panduan Lengkap Menulis Surat Bisnis Modern. Seri Komunikasi Bisnis*. Jakarta : PPM.
- Saiman. 2002. *Manajemen Sekretaris Cetak dan Pertama*. Jakarta : Ghalia
- Sugiarto, Agus 'et all'. 2005. *Manajemen Persuratan Modern Dari Konvensional ke Basis Komputer edisi pertama*. Yogyakarta: Gava Media
- Yayasan Tifa. 2002. *Manual Sistem Manajemen Internal Administrasi dan Dokumentasi Keuangan Komunikasi*. Yayasan Tifa.

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Dahlia Sarkawi, Lahir di Jakarta 5 Desember 1969, pendidikan S1 IKIP Jakarta, bergabung di Bina Sarana Informatika sejak Oktober 1993, email: dahlia_sarkawi@yahoo.com.

Dede Apriyanti, Lahir di Jakarta, 10 April 1982, Pendidikan S1 di Universitas Mercu Buana, Fakultas Komunikasi, Jurusan Hubungan Masyarakat, bergabung di Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika sejak Maret 2008, pengalaman bekerja di Divisi Bisnis Kartu Kredit PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk dan menjadi Pembicara pada event Training For Trainer Teenager 2008 Remaja Ceria Propinsi Banten.

Denny Erica, Lahir di Jakarta, 27 Desember 1976, pendidikan Universitas Mercu Buana (Sarjana Ekonomi), Universitas Negeri Jakarta (Akta IV), Universitas Mercu Buana (dalam proses pascasarjana Magister Manajemen), email: denny_eca@yahoo.co.id

Halimatusa'diah, Lahir di Jakarta, 20 Juli 1980, pendidikan S1 UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, bergabung dengan Bina Sarana Informatika menjadi staff akademik, email: halimah_sadiyah78@yahoo.com

Heni Rohaeni, Lahir di Bandung 14 Juni 1982, pendidikan S1 (Strata Satu) Jurusan Administrasi Negara Di Universitas Nurtanio Bandung, pada saat sedang melanjutkan studinya pada Magister Saint Konsentrasi Administrasi Publik Pada Universitas Krisna Dwipayana (UNKRIS) Jakarta, bergabung di Akademi Bina Sarana Informatika sejak Maret 2008.

Nazwirman, Lahir di Palembang 26 Oktober 1972, Pendidikan S2, Tulisan ilmiah yang pernah diterbitkan: Majalah Ilmiah WIDIA tahun 26 No. 290 November 2009. ISSN : 0251 - 2800, hal 36 - 40, "*Peranan Teknologi Informasi Dalam Perdagangan Melalui Jaringan Elektronik (E-Commerce)* ", Majalah Ilmiah WIDIA tahun 26 No. 289 Oktober 2009. ISSN : 0251 - 2800, hal 43 - 51, "*Analisa Faktor Fundamental Yang Mempengaruhi Resiko Saham* ", Majalah Ilmiah WIDIA tahun 26 No. 286 Juli 2009. ISSN : 0251 - 2800, hal 15 - 19, "*Perdagangan Internasional Dalam Perspektif Islam* ", Majalah Ilmiah WIDIA tahun 26 No. 285 Juni 2009. ISSN : 0251 - 2800, hal 38 - 43, "*Pentingnya Penggunaan dan Pengembangan E-learning Pada Pendidikan Tinggi* ", Majalah Ilmiah WIDIA tahun 26 No. 283 April 2009. ISSN : 0251 - 2800, hal 29 - 34, "*Peningkatan Ekonomi Rumah Tangga dan Peran Lembaga Keuangan Syariah* ", Majalah Ilmiah WIDIA tahun 26 No. 282 Maret 2009. ISSN : 0251 - 2800, hal 56 - 60, "*Sukuk Sebagai Instrument Investasi dan Pembiayaan Berdasarkan Syariah* ", Majalah Ilmiah WIDIA tahun 26 No. 281 Pebruari 2009. ISSN : 0251 - 2800, hal 56 - 60, "*Perspektif IMF dan Bank Dunia* ", Majalah Ilmiah Makara, Sosial Humaniora, Vol. 12, No. 2, Desember 2008: 98-106, "*Penilaian Harga Saham Dengan Price Earning Ratio (Per): Studi Kasus Pada Saham Industri Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia*", Majalah Pilar Nusa Mandiri Vol IV, No. 2 September 2008. ISSN : 1978 - 1946, hal 45 - 52, "*Metode Meningkatkan Lulusan Bermutu Pada Perguruan Tinggi Berdaya Saing Global*", Majalah Ilmiah WIDIA tahun 25 No. 274 Juli 2008. ISSN: 0251 - 2800, hal 9 - 17, "*Perspektif Bumi Terhadap Dampak Pemanasan Global*", Majalah Ilmiah WIDIA tahun 25 No. 273 Juni 2008 Sekolah "Pasar Modal" kelas basic diselenggarakan Bursa Efek Indonesia, Jakarta kelas Basic. ISSN : 0251 - 2800, hal 22 - 27, "*Pengembangan Ekonomi yang Islami*", Majalah Ilmiah PERSPEKTIF Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika. Vol V No. 2, April 2007/. ISSN : 1411 - 8637, hal 1 - 10, "*Obligasi Ritel Indonesia (ORI) Dalam Pemahaman Investasi*", Majalah Ilmiah Widya April 2007/ No. 259 Tahun XXIV. ISSN : 0251 - 2800, hal 18 - 24, "*Kepemimpinan Yang Berwawasan Global Dan Langkah Strategi Dalam Mengemban Tanggungjawab Bisnis*", Majalah Ilmiah Widya Juni 2006/ No. 249 Tahun XXIII. ISSN : 0251 - 2800, hal 11 - 19, "*Mentalitas Dasar Dalam Penerapan TQM*", email: erwin_nazwirman@yahoo.com.

Rachmat Adi Purnama, Lahir di Jakarta 26 Nopember 1970, pendidikan Strata 1 STMIK Budi lulus tahun 1997, tulisan yang telah diterbitkan: Mempercepat Usia Proyek Menggunakan Metode PERT dan CPM Untuk Pengembangan Sistem Aplikasi Komputer, Jurnal Paradigma Vol XI No. 2 September 2009 Meramal Masa Depan Mikroprosesor, Jurnal Paradigma Vol II no. 2 Desember 1999, Peran Penting Protokol Dalam Komunikasi Data Pada Sistem Jaringan Komputer, Jurnal Paradigma Vol IV No. 1 Januari 2001, membuat buku ajar dengan judul Manajemen Proyek penerbit BSI 1999, membuat buku ajar dengan judul Komunikasi Data penerbit BSI 1998.

Restiawan Permana, Lahir di Jakarta 15 Mei 1983, S-1 Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta, bergabung di Akademi Bina Sarana Informatika sejak Maret 2008.

Slamet Heri Winarno, Lahir di Jakarta, 13 Januari 1976, S1 Manajemen, tulisan ilmiah yang pernah diterbitkan: "Menumbuhkan Kreativitas Di Tempat Kerja" pada Majalah Bina Prestasi (ISSN 1410-0924) Edisi 24 Tahun 2004, "Menumbuhkan Keberanian Diri Menuju Kesuksesan" pada Majalah Bina Prestasi (ISSN 1410-0924) Edisi 30 Tahun 2006, "Mencermati Timbulnya Kebosanan Kerja" pada Majalah Bina Prestasi (ISSN 1410-0924) Edisi 37 Tahun 2006, "Memenangkan Pasar Melalui Perencanaan Strategis Berorientasi Pemasaran" pada Jurnal Ekonomi Perspektif (ISSN 1411-8637), Vol. IV No.1 September 2006, "Peranan Biaya Dalam *Managerial Decision Making* (Pengambilan Keputusan Manajerial)" pada Jurnal Ekonomi Perspektif (ISSN 1411-8637), Vol. V No.1 Januari 2007, "Analisa Rasio Keuangan: Suatu Metode Pengukuran Kinerja Keuangan Perusahaan" pada Jurnal Ekonomi Perspektif (ISSN 1411-8637), Vol. V No.3 Agustus 2007, "Analisa Aspek Teknis Dalam Studi Kelayakan Proyek" pada Jurnal Ekonomi Perspektif (ISSN 1411-8637), Vol. V No.1 Februari 2008, "Meningkatkan Kinerja Pemasaran Produk Melalui Penciptaan Customer Satisfaction" pada Jurnal Ekonomi Perspektif (ISSN 1411-8637), Vol. V No.3 September 2008, email slamet_heri@yahoo.com.

Syamsu Alang, Lahir di Jakarta 13 Juni 1975, memperoleh gelar sarjana sosial dari Fakultas Ilmu Administrasi, jurusan ilmu administrasi niaga, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta pada tahun 1997. Saat ini sedang mengikuti pendidikan program pascasarjana S-2 jurusan ilmu administrasi niaga. Pengalaman praktisi sebagai *Warehouse Manager* pada PT. Daejoo Leports Indonesia, Personalia Manager PT. Bumi Citra Nusantara (BCN GROUP) hingga kini sebagai investor dan konsultan, Wirausaha kafe & Restoran (Dapoer Kite®). Saat ini aktif mengajar di Bina Sarana Informatika (ASM, AKOM, AMIK), Dosen Luar Biasa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta (Untag'45) Fakultas Ilmu Administrasi.