
Membangun Dan Memajukan Bisnis Di Indonesia Dengan Inward-Outward Looking

R. Gatot Heru Pranjoto

Universitas Trunojoyo Madura

*E-mail: gatot_pranjoto@yahoo.com

Abstract

The success of a country begins with success in economic development, through the development of industry and business. Industrial and business success is achieved when the national movement for change and build, starting from the government in the running community development programs as well as the level of awareness and high transparency. Government and society must be open and willing to be evaluated based on the results of his efforts on the development of government programs with regard to the potential of each region.

The construction process is very important, starting with the development of human resources, and natural resources in Indonesia, has been very abundant natural resources, but is not followed by the optimization of production, lack of professional actors and state officials (Executive, Legislative, Yudukatif) and businesses, for it must be created by a national program how to generate leadership (leadership) nationwide, as well as how to form a community of professional business people in Indonesia and smart, with the hope of future industrial forming a superior, independent, able to compete in the global market and is able to be host in the land itself.

Keywords: People Development, Continuous Improfement

1. Pendahuluan

Di era globalisasi ditandai dengan tingkat persaingan yang ketat, bahkan tidak terdapat batas yang jelas antar suatu negara, untuk itu dibutuhkan pembangunan yang berkesinambungan dengan membangun bisnis yang efektif dan berbudaya, antara lain melalui pendekatan bagaimana memanfaatkan sumberdaya alam dan sumberdaya manusia dengan metode yang efektif dan efisien. Untuk membangun sumber daya manusia yang efektif dan efisien maka pengembangan sumber daya manusia harus berlandaskan nilai-nilai spiritual dan universal atau *emotional spiritual quotient way* serta melalui pendekatan *plan, do, check, dan action* (PDCA) yang dilanjutkan dengan program standarisasi. Selain hal tersebut bagaimana menanamkan kebijakan dan selalu berfikir untuk jangka panjang

yang efisien dan meningkatkan nilai bisnis atau perusahaan sehingga bermanfaat bagi *stakeholder*, untuk itu perlu dibangun lingkungan pemanufakturan melalui pendekatan *total quality control* (TQC), *total quality manajemen* (TQM), sehingga perusahaan mempunyai keunggulan waktu, mutu, biaya dan sumber daya manusia dan memenangkan persaingan di pasar global.

2. Kajian Teori

2.1. Tujuan Baku Perekayasa Dan Pemanufakturan Maju

Pemanufakturan adalah operasional perusahaan yang dapat menggunakan semua peralatan dan teknik-teknik secara optimal untuk mencapai sasaran bisnis tanpa pemborosan, untuk itu perusahaan atau bisnis harus dapat : Mengeliminasi pemborosan sampai menjadi nol , strategi pemanufakturan yg menggunakan teknologi maju adalah *total quality control* (TQC) dan *total quality manajemen* (TQM).

Dengan melaksanakan *total quality control* (TQC) dan *total quality manajemen* (TQM), diharapkan tujuan entitas pemanufakturan dapat tercapai seperti :

- a. Menentukan struktur aktivitas-aktivitas agar sumber-sumber dapat dimanfaatkan untuk berproduksi dan memasarkan produk secara efisien dan efektif,dalam
- b. Ukuran biaya, mutu, fungsi, tepat waktu dipasar global
- c. Sasaran tersebut dapat dicapai dengan menerapkan teknologi pemanufakturan maju misal *Total Quality Control*, *Just In Time* dan CIM untuk mengeliminasi aktivitas yang boros.

2.2. Just In Time

Adapun yang dimaksud dengan *Just In Time* (JIT) adalah suatu alat manajemen untuk mengeliminasi pemborosan, serta mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap system manajemen biaya. Untuk itu manajemen harus dapat melayani konsumen tepat waktu serta dapat mengeliminasi waktu aktivitas yang tidak bernilai tambah. Umumnya pengembangan dan penerapan *Just In Time* (JIT) untuk pembelian dan pemanufakturan sehingga dalam penerapannya JIT harus diikuti dengan mendesain SMB yang cocok dengan JIT, SMB yg didesain khusus untuk JIT disebut *JIT Costing* atau *Backflush Costing*.

Aspek pokok *Just In Time* (JIT) adalah semua aktivitas yang tidak bernilai tambah terhadap produk/kepuasan konsumen harus dieliminasi. Adanya komitmen untuk selalu meningkatkan mutu menjadi lebih tinggi, selalu diupayakan penyempurnaan berkesinambungan, menekankan pada penyederhanaan aktivitas, dan peningkatan pemahaman terhadap aktivitas, sehingga berbagai pemborosan dapat dieliminasi dengan cara : Memproduksi produk yang sesuai dengan permintaan konsumen dan hanya membeli bahan sesuai dengan kebutuhan produksi. Adapun pengertian konsumen dalam JIT adalah konsumen internal dan konsumen eksternal.

Jangka panjang *Just In Time* (JIT) mempunyai tujuan strategis, menghasilkan laba dan memperbaiki posisi persaingan. Tujuan ini dapat tercapai jika perusahaan dapat menghilangkan aspek biaya konvensional dan kegiatan proses dapat efisien, dengan melakukan:

- a. Pengurangan sediaan
- b. Meningkatkan mutu
- c. Mengendalikan aktivitas agar biaya produksi rendah
- d. Harga murah dan meningkatkan laba
- e. Memperbaiki kinerja pengiriman

Konsep *Just In Time* (JIT) Pemanufakturan, adalah tepat kuantitas, hanya memproduksi sejumlah yang diminta konsumen, memproduksi produk bermutu tinggi, memproduksi produk berbiaya rendah, memproduksi produk berdaur waktu yang cepat, mengirim produk jadi tepat waktu, kegiatan selanjutnya adalah konsep *Just In Time* (JIT) pembelian yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Hanya membeli produk sesuai kebutuhan produksi
- b. Membeli barang yang bermutu tinggi
- c. Membeli barang berharga murah
- d. Pengiriman barang yang dibeli tepat waktu

2.3. Desain Sistem Manajemen Biaya

Mengidentifikasi 10 tujuan baku yang dapat dijadikan basis pemanufakturan teroptimasi, yaitu :

1. Berproduksi untuk memenuhi permintaan
2. Mendeteksi desain produk terbaik
3. Meminimumkan waktu pengiriman produk
4. Mendorong kerusakan menjadi nol
5. Mengoptimalkan penggunaan alat produksi
6. Mendorong waktu nol antara waktu pemanufakturan
7. Mendorong waktu setup nol
8. Memelihara persediaan nol
9. Meminimumkan struktur manajemen
10. Meminimumkan biaya daur hidup total

Bertitik tolak dari 10 aspek tersebut, tujuan mana yang ingin dicapai perusahaan tergantung dari industri, produk, strategi persaingan yang digunakan dan pasarnya, untuk memperoleh keunggulan daya saing perusahaan/organisasi dipengaruhi 2 faktor :

1. Mutu yang tinggi
2. Biaya yang rendah

TQM merupakan salah satu alat untuk mencapai keunggulan daya saing.

2.4. Meningkatkan Mutu Melalui Reformasi

Reformasi adalah proses untuk mengubah, mengatur atau membentuk kembali fungsi-fungsi dan aktivitas-aktivitas organisasi tradisional menjadi organisasi yang berfokus pada kepuasan konsumen, dengan menggunakan paradigma, konsep, alat dan teknik baru agar dapat menghasilkan barang/jasa bermutu tinggi dan berbiaya rendah, melalui :

- a. Teknologi baru
- b. Teknik pemotivasian
- c. Misi baru
- d. Struktur baru

Jika perusahaan dan negara tidak dapat menghasilkan barang/jasa yang bermutu tinggi maka akan terjadi erosi daya saing serius dipasar global : MEE, NAFTA, APEC, Perdagangan Bebas ASEAN, GATT, WTO.

2.5. Reformasi Organisasi

Reformasi organisasi dipengaruhi oleh 2 konsep, yaitu *Total Quality Management* (TQM) atau manajemen mutu total (MMT) dan *Cost management systems* (CMS) atau sistem manajemen biaya, didalam pelaksanaannya system manajemen biaya memungkinkan pengevaluasian dan penyempurnaan *Total Quality Manajemen* secara berkesinambungan. Adapun hubungan antara *Total Quality Manajemen* dengan manajemen biaya adalah :

- a. Manajemen biaya merupakan alat dan sekaligus produk TQM
- b. TQM bermanfaat untuk menghasilkan produk sesuai atau melampaui mutu yang diinginkan konsumen
- c. MB bermanfaat untuk memantau kesuksesan/kegagalan usaha menghasilkan produk bermutu tinggi dan berbiaya rendah
- d. Sebagaimana proses bisnis, manajemen biaya agar efektif, maka harus memusatkan pada konsumen, baik konsumen internal maupun eksternal
- e. Pentingnya TQM dan Manajemen Biaya dalam perusahaan tergantung pada tingkat pengakuan organisasi terhadap pentingnya penyempurnaan mutu secara berkesinambungan dengan biaya semakin rendah.

2.6. Total Quality Management

1. TQM adalah pendekatan sistem, yang terdiri dari desain dan pengembangan, pengadaan masukan, produksi, pemasaran, distribusi dan pelayanan.
2. Mengintegrasikan semua fungsi dan proses dalam organisasi,
 - a. TQM memusatkan tujuan lintas fungsional,
 - b. Teknik manajemen, dan
 - c. Penyempurnaan seluruh organisasi secara berkesinambungan
 - d. Integrasi merupakan ciri khas perusahaan yang menerapkan TQM dan integrasi tersebut tidak pernah berhenti dalam organisasi.
 - e. TQM mengintegrasikan :
 - Berbagai aktivitas *value chain*
 - Keterkaitan dan kemitraan perusahaan-pemasok
 - Keterkaitan dan kemitraan perusahaan dengan konsumen
3. Penyempurnaan mutu barang/jasa secara berkesinambungan, TQM selalu mencari cara untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas berbagai aktivitas untuk mengurangi pemborosan, meningkatkan mutu dan mengurangi biaya.
4. Untuk mencapai kepuasan konsumen, TQM mempunyai tujuan :
 - a. Mencapai kepuasan konsumen
 - b. Nilai konsumen yaitu selisih antara yang diterima konsumen dengan pengorbanan konsumen
 - c. Semakin besar selisih tersebut berarti semakin tinggi kepuasan konsumen.

3. Peranan TQM Dalam Meningkatkan *Competitif Advantage* (Pendekatan SDM)

3.1. Mutu Sebagai Jalan Hidup

- a. Mutu menentukan kejayaan suatu bangsa
- b. Jepang bangkit setelah perang dunia ke II
- c. Jepang merevitalisasi bisnis (mutu-bisnis)
- d. 40 tahun kemudian perusahaan jepang berhasil memburu mutu
- e. Menjadikannya mutu sebagai jalan hidup
- f. Memenangkan persaingan global

Agar mutu menjadi jalan hidup, maka perusahaan harus melakukan :

- a. Menciptakan filosofi pengoperasian yang mendefinisikan mutu sebagaimana didefinisikan oleh para konsumen
- b. Menciptakan gaya manajemen yang mengarahkan perjalanan organisasi kearah mutu
- c. Membantu para karyawan untuk memahami apa yang diinginkan konsumen dan selanjutnya memberi balas jasa pada mereka yang dapat mencapainya

3.2. Menciptakan Filosofi Baru Dalam Pengoperasian

- a. Mutu bukan sebagai pemanis bibir, melainkan sebagai dedikasi
- b. Filosofi pengoperasian baru, adalah perusahaan harus secara serius menggunakan mutu untuk memasuki pasar dengan berfokus pada konsumen dan segala sesuatu yang dikerjakannya di *drive* oleh keinginan untuk mengantisipasi dan melampaui kebutuhan konsumen.
- c. Praktik pemasaran yang mengembangkan pendekatan prioritas dan tujuan internal.
- d. Perusahaan yang demikian (c), biasanya menganggap rendah kepuasan konsumen, dan hanya memikirkan profitabilitas jangka pendek.
- e. Semua strategi pemasaran harus mengalir dari kebutuhan konsumen.
- f. Dalam segmen apapun, konsumen selalu menginginkan produk bermutu.
- g. Konsumen mempertimbangkan konsep mutu berdasar nilai barang dibandingkan dengan harga yang dibayar.
- h. Dengan mempelajari mutu yang diinginkan konsumen dan rentang harga, perusahaan dapat memperoleh informasi yang dapat digunakan sebagai titik pusat kegiatan.

3.2. Memetakan Perjalanan Mutu

Perusahaan yg sukses memburu mutu, mempunyai karakteristik :

- a. Mereka tidak memandang enteng/remeh jawaban pertanyaan atau rumus menuju mutu
- b. Mereka memandang penting penyelesaian masalah, dan mencegah munculnya masalah kedua kali.
- c. Mereka bekerja untuk menjamin agar proses dan aktivitas yang baru memusatkan pada keinginan, kebutuhan dan kepuasan konsumen
- d. Mereka memusatkan penyempurnaan berkesinambungan
- e. Perusahaan yang sukses selalu mempelajari perjalanan berkesinambungan selama keberadaan perusahaan dan perjalanan merupakan pacuan tiada garis akhir.

3.3. Melibatkan Karyawan Dalam Memburu Mutu

Untuk itu organisasi harus bekerja optimal, adapun organisasi yang memburu mutu :

- a. Melibatkan para karyawannya
- b. Menempatkan tekanan strategisnya pada peran karyawan untuk melaksanakan filosofis mutu yang baru
- c. TQM memerlukan fleksibilitas yang tinggi, sering berubahnya bersifat radikal, dan
- d. Setiap orang bukan hanya merasakan perubahan, tetapi ikut bertanggung jawab untuk mendukung TQM
- e. Pemusatan energi semua karyawan adalah penting untuk mengintegrasikan semua aktivitas mutu organisasi secara menyeluruh.

Hasil-hasil strategis :

1. Mutu, adalah pemahaman, penerimaan, pemenuhan dan pelampauan kebutuhan, harapan, dan kepuasan para konsumen, baik konsumen dalam maupun konsumen luar secara berkesinambungan
2. Manajemen harus mendesain pendekatan 2 cabang untuk mencapai mutu :
 - Fokus internal
 - Fokus eksternal

Fokus internal meliputi :

- a. Memenuhi kebutuhan konsumen
- b. Memusatkan perhatian untuk *men-drive* organisasi pada perjalanan kearah mutu
- c. Manajemen harus memelihara fokus pada konsumen, memberi pedoman pada para karyawan agar sadar mengenai apa yang menimbulkan nilai bagi para konsumen.
- d. Para manajer harus bekerja untuk membangun kesadaran para karyawan, dan
- e. Membantu karyawan dari sikap skeptisisme menjadi merasa memiliki atau
- f. Memiliki komitmen secara total terhadap TQM

Focus eksternal : Fokus eksternal membantu organisasi mendefinisikan mutu sesuai keinginan konsumen perusahaan harus bersaing berdasar pengetahuan terbaiknya mengenai perilaku konsumen, dengan alat baru pengukur sukses : Mutu, Kecepatan dan fleksibilitas, Ketertanggapan secara global

- a. Jadi pemahaman dan kepuasan konsumen *men-drive* kesuksesan organisasi sehingga sampai pada konklusi :
- b. Mutu adalah tujuan dari desain dan pengembangan, pengadaan, produksi, pemasaran, distribusi dan pelayanan (*service*) organisasi,

- c. Akhirnya kepemimpinan pasar dimenangkan oleh organisasi yang dapat dengan baik meramalkan kebutuhan, memenuhi keinginan dan dapat memuaskan para konsumennya.

4. Integrasi

Jika perusahaan berdedikasi terhadap mutu, maka akan memulainya dari :

1. Proses kearah integrasi
2. Organisasi harus bekerja untuk menentukan sekumpulan praktik-praktik terbaik
3. Praktik tersebut harus menggunakan pendekatan sebagaimana perusahaan menentukan standarisasi industri, bukan standar internal
4. Dlm persaingan global perusahaan harus menentukan standar industri level global

Proses integrasi mengharuskan manajemen memusatkan perhatiannya pada SDM

1. Merekrut (menyewa) karyawan yang cocok
2. Memperkerjakannya pada posisi yang cocok
3. Membinanya melalui pelatihan dan pengembangan

Mengarahkan organisasi pada kepuasan konsumen dan keunggulan kepemimpinan pasar melalui mutu mengharuskan organisasi dapat menilai diri dan prosesnya, termasuk manusia yang terlibat didalamnya secara objektif, adalah sulit.

5. *Building The Best Indonesian Busines Way*, Dengan Konsep Plan, Do, Check, Action (PDCA)

- a. Tahapan perencanaan (*Plan*), berdasar pada landasan *thinking big, thinking deep, visioner*, dan *ultimate integrity*, agar kegiatan bisnis dibangun dengan landasan nilai yang luhur perwujudan ibadah, amal dan kasih cinta dalam kehidupan dengan niat membangun peradapan dengan rahmatan Tuhan yang Maha Esa, kegiatan usaha dan bisnis yang seimbang dengan tujuan mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat.
- b. Tahapan Pelaksanaan (*Do*), tahapan ini diibaratkan penanaman pohon, maka dimulai dari pembibitan, perawatan, sampai mendapat hasil, serta pengelolaan perubahan yang berkesinambungan, jika terdapat penyimpangan maka diperbaiki segera, semua kegiatan dilakukan sesuai standar dan sistem yang telah ditetapkan. Tahap ini mengacu pada proses, sehingga *key result area* (KRA) dan *key performance indicator* (KPI) proses dapat dilakukan dan diukur secara jelas.
- c. Tahapan Pengecekan (*Check*), melakukan pengecekan, monitor dan mengevaluasi seluruh proses/kegiatan yang dilakukan dengan mengevaluasi ukuran kerja atau

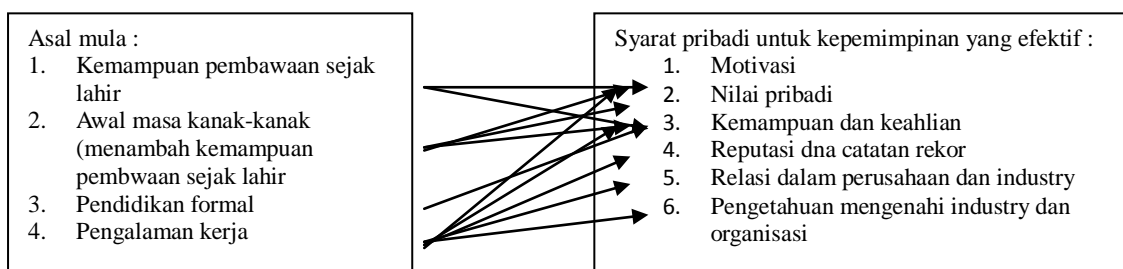
KPI proses dan KPI hasil. Ukuran kerja proses dan hasil yang jelas berdasar *specific, measurable, achievable, reasonable* dan *timely base* (SMART).

- d. Tahapan standarisasi dan tidak lanjut (Action), pada tahapan ini disusun standarisasi dan pembuatan tindak lanjut dari kegiatan yang sudah dilakukan sebelumnya. Suatu proses dan hasil yang baik perlu di standarisasikan agar dapat diperoleh aturan langkah yang nyata atau prosedur kerja, sehingga lebih mudah menjalankan dan menilai kinerja dari system kerja tersebut.

6. Kepemimpinan (Leadership) Berdasar ESQ

Keberhasilan rumah tangga, perusahaan dan negara diawali dari keberhasilan orang perorang secara pribadi, kemudian terakumulasi secara total membentuk kekuatan besar. Jadi dapat disimpulkan bahwa membangun sumber daya manusia baik perorangan maupun kelompok sangat penting, dilain pihak kepemimpinan juga berpengaruh signifikan terhadap perkembangan kualitas sumber daya manusia tersebut.

John P. Kotter, kepemimpinan yang terbentuk sejak anak-anak yang dijabarkan dalam sifat yang diperlukan untuk memberikan kepemimpinan yang efektif dalam bisnis dan kehidupan organisasi seperti dibawah ini :



7. Pembahasan

Mengawali pembahasan ini, kita *outward* ke beberapa negara yang lebih mapan kondisi ekonomi dan bisnisnya seperti, Malaysia, Thailand, Korea Selatan, Cina, India, dimana negara tersebut memiliki road map yang jelas. Motivasi masyarakat, menjalankan nilai-nilai yang dimiliki menuju kemakmuran dan kemajuan bangsanya. Perusahaan yang maju dan kuat, memiliki karyawan yang cerdas, berkarakter dan professional, terdapat pelaku bisnis yang bersih, transparan, berkarakter dan professional

Dibalik bangsa yang maju, terdapat pemangku jabatan (pemimpin) yang kuat dan berwawasan jauh kedepan, dan rakyat yang berkualitas yang mendukung program pembangunan, sehingga untuk membangun kompetensi dan moral anak bangsa, membutuhkan kepemimpinan (leadership) yang mumpuni, visioner, transformative, mempunyai kemampuan teknikal, serta manajerial yang tinggi yang mampu memecahkan masalah dan mengelola potensi secara optimal.

Kondisi saat ini, sumber daya alam melimpah (*natural resources*), penduduk banyak, fondasi pembangunan industri (pangan, papan, sandang, dll) cukup baik. Jaringan infrastruktur (transportasi, telekomunikasi) yang cukup untuk menjangkau semua kota, kecamatan, desa diseluruh wilayah. Budi pekerti dan karakter kurang tangguh, sikap perilaku membentuk budaya yang kurang baik. Belum terlihat jelas bentuk landasan dan struktur karakter bangsa yang secara perlahan tampak aliran budaya dan pengaruh asing memberi warna kental dalam kehidupan ekonomi, industry, social budaya, sehingga tatanan kehidupan orisinal maupun universal perlahan-lahan terkikis. Walaupun Indonesia mempunyai usia kemerdekaan 64 tahun, dimana kondisinya masih tergolong sebagai negara berkembang dan ketinggalan.

Bangsa Indonesia masih tergolong mempunyai daya saing yang lemah, baik secara global maupun regional, ukuran keunggulan suatu produk atau jasa perusahaan, antara lain dapat diukur dengan menggunakan pendekatan : $DS = V - C$, dimana DS merupakan daya saing bangsa, V adalah value atau nilai tambah nyata dalam berbagai aspek (produk-jasa yang dicapai bangsa) dan C adalah cost atau biaya yang dikeluarkan atau diinvestasikan dalam berbagai bidang kehidupan bangsa tersebut. Untuk meningkatkan DS, maka perlu ditingkatkan nilai atau output dari V dan juga harus dapat mengurangi nilai dari biaya atau C, jika C dapat diturunkan maka dapat efisien. Nilai tambah dari produk dan jasa dapat dilihat dari tingkat produktivitas yang dimiliki bangsa tersebut, kuantitas, delivery, dan harga jual, pangsa pasar, teknik kerja dengan ukuran kinerja yang jelas, dan biaya yang dikeluarkan harus berorientasi pada *cost reduction*.

Pendekatan proses mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap daya saing bangsa, dimana keberhasilan perusahaan atau bisnis suatu negara menjadi factor utama untuk memenangkan persaingan pasar dalam era globalisasi. Hal yang sangat penting adalah sumber daya manusia seperti perbaikan sektor pemerintah atau para pejabat pemerintah dan pelaku bisnis yang berkelanjutan. Menurut Prof.Mattias Aroef, Guru Besar ITB, rumusan daya saing adalah sebagai berikut :

Competitive asset	+ Competitive Process	= World Competitiveness
Infrastructure	Quality	Market share
Finance	Speed	Profit
Technology	Customization	Growth
People	Service	Duration

Proses dan aset harus dikelola dengan nilai tinggi, karena jika pengelolaan proses dan aset mempunyai nilai tambah yang tinggi, maka mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap daya saing. Semakin tinggi tatakelola proses dan aset, maka mempunyai dampak pada nilai tambah proses dan aset yang pada gilirannya akan meningkatkan *world competitiveness* (daya saing bangsa atau perusahaan), yang ditandai dengan tingginya pangsa pasar, keuntungan dan laju pertumbuhan usaha.

Sumber daya yang melimpah belum dikelola dengan baik, masih terdapat ketimpangan pengelolaan input, proses dan pencapaian output, tingkat biaya yang dikeluarkan dengan output yang didapat belum sepadan, hal ini menimbulkan inefisiensi.

Jumlah penduduk yang melimpah, belum memberikan kontribusi yang maksimal terhadap produktivitas kerja perusahaan, sehingga besarnya jumlah penduduk berdampak pada murahnya upah kerja, sehingga berdampak pada termarjinalnya pekerja, dilain pihak factor produksi capital belum terserap secara optimal, dimana hal ini ditandai dengan adanya mesin dan peralatan produksi belum terukur produktivitasnya.

Leadership atau kepemimpinan baik pemerintah maupun pelaku bisnis masih melakukan KKN, belum melakukan kepemimpinan yang tegas, berani, sehingga akan berdampak langsung pada rendahnya *value*. Kondisi ini sudah menjamur di Indonesia karena sudah menjadi kultur negatif dan juga kurangnya kompetensi (*lack of skill, knowledge and attitude*), kemalasan dan ketidakpedulian dari berbagai pihak terhadap permasalahan pembangunan terpadu.

Jadi dapat disimpulkan bahwa diperlukan kepemimpinan (leadership) yang kuat, kemampuan teknis, manajerial untuk mengelola permasalahan dalam negeri, regional maupun permasalahan dunia global secara komprehensif dan holistic.

Konsep *One village one product*, merupakan usaha untuk mencapai keunggulan proses dan usaha ini akan tercapai apabila, terdapat kesepakatan bersama sekaligus merupakan gerakan nasional, dimana proses produksi harus mencapai pada titik efisien dan efektif untuk menghasilkan output yang optimal. Pengaturan proses dimulai dengan perencanaan persiapan, pelaksanaan dan evaluasi dan akhirnya akan diketahui produk akhir yang unggul dan akan memberikan hasil yang unggul, seperti yang dilakukan oleh beberapa perusahaan multinasional seperti Toyota Way dengan *Toyota production system*, juga oleh GE Experience (General Electric) dengan melalui pendekatan SIX SIGMA.

Kondisi di Indonesia, saat ini untuk mencapai keunggulan proses untuk menghasilkan produk yang unggul, diperlukan usaha sebagai berikut :

- a. Memadukan kekurangan dan kelebihan masing-masing daerah dengan nilai universal dan spiritual
- b. Meningkatkan motivasi dan kreasi
- c. Masing-masing pebisnis harus dapat meningkatkan nilai perusahaan, sehingga bermanfaat untuk *stakeholder*.
- d. Pengelolaan sumber daya alam dan sumber daya manusia, sesuai dengan kemampuan dan kondisi daerah yang berlandaskan sasaran jangka panjang.
- e. Badan usaha pemerintah maupun swasta (BUMN, BUMD, UKM, IKM, Koperasi) harus menjadi wadah dan menghasilkan produk yang unggul dan mampu bersaing.
- f. Setiap elemen masyarakat harus mampu menilai kinerja proses maupun penilaian kinerja hasil, agar potensi yang ada dimasyarakat dapat terukur dengan jelas.

- g. Eksekutif, legislatif dan yudikatif harus menjabarkan program kegiatan pemerintah/nasional dan betul-betul memahami potensi masing-masing daerah dan bermanfaat bagi pengembangan kesejahteraan masyarakat dan bangsanya.
- h. Lembaga standarisasi dan evaluasi tiap bidang pembangunan harus berfungsi secara professional dan bertanggung jawab.

8. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoritis diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Dibutuhkan gerakan nasional merubah dan mau dirubah baik pejabat negara (eksekutif, legislatif dan yudikatif) dan masyarakat Indonesia, khususnya yang berhubungan dengan transparansi, mentalitas dan kejujuran.
- b. Dibentuk badan atau lembaga evaluasi dimasing-masing bidang kementerian, khususnya kementerian yang berhubungan dengan ekonomi, koperasi-UKM, dan perindustrian.
- c. Mengadakan pelatihan terus-menerus (*people development*), untuk menciptakan masyarakat yang cerdas.
- d. Menghasilkan kegiatan proses yang efektif dan efisien, melalui perbaikan terus-menerus (*continue improvement*).
- e. Pemerintah harus mempunyai leadership dan integritas yang tinggi, dengan mengedepankan konsep *good governance* (*country, corporate, community*, akuntabilitas dan integritas serta kompetensi).

Referensi

- Ari Ginanjar Agustian dan Made Dana Tangkas. (2010). *Building The Best Indonesian Business Way*. PT Arga Tilanta, Jakarta Indonesia.
- Ari Ginanjar. (2010). *Emotional Sepiritual Quotion*. Arga Publising, Jakarta Indonesia.
- Danah Zohar. (2007). *Spiritual Capital, Memberdayakan SQ didunia Bisnis*, PT Mizan Pustaka, Bandung.
- Fandy Tjiptono. (2001). *Prinsip Total Quality Service*. Andi Yogyakarta.
- Imam Supriyono. (2009). *Financial Spiritual Quotion*. Lutfansah Mediatama Surabaya.
- Nasution. (2001). *Manajemen Mutu Terpadu (TQM)*. Ghalia Indonesia.
- Soewarso Hardjosoedarmo. (2001). *Total Quality Management*. Andi Yogyakarta.
- Suyanto. (2007). *Strategic Manajemen, Global Most Admired Companies*. Andi Offset Yogyakarta.