

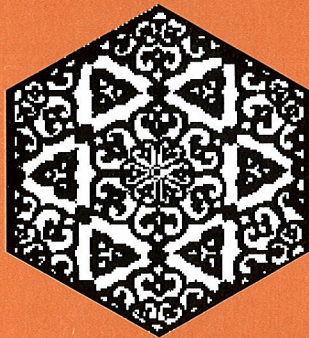
ISSN : 1412-2634

Vol. VII, No. 1, Januari 2008

RELIGI

JURNAL STUDI AGAMA-AGAMA

Agama dan Isu-isu Periferi



**Pembudayaan Pembangunan
Perdamaian Relijius**
Alim Roswantoro

Radikalisme Islam di Indonesia
Ahmad Asroni

Islam dalam Konteks Yahudi
M. Alfatih Suryadilaga

Kahwati Fajri

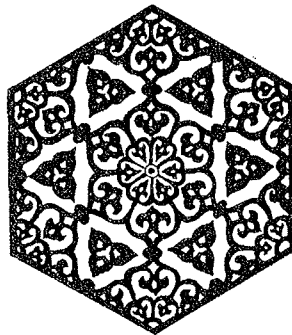
ISSN : 1412-2634

Vol. VII, No. 1, Januari 2008

RELIGI

JURNAL STUDI AGAMA-AGAMA

Agama & Isu-isu Periferi



**Pembudayaan Pembangunan
Perdamaian Religijs**
Alim Roswanto

Radikalisme Islam di Indonesia
Ahmad Asroni

Islam dalam Konteks Yahudi
M. Alfatih Suryadilaga

RELIGI

Vol. VII, No. 1, Januari 2008

CATATAN REDAKSI

- ARTIKEL**
- 1** Pembudayaan Pembangunan Perdamaian
Relijius
Alim Roswanto
- 15** Radikalisme Islam di Indonesia
(Tawaran Solusi untuk Mengatasinya)
Ahmad Asroni
- 35** Islam Dalam Konteks Yahudi
(Studi atas Pemikiran John Wansbrough
dalam *Qur'anic Studies*)
M. Alfatih Suryadilaga
- 46** Gerakan Jamiat Kheir 1900 - 1942
Nafilah Abdullah
- 64** Manajemen Bagi Usaha Kecil:
Antara Kebutuhan dan Tantangan
Rahmat Fajri
- 75** Gempa Bumi: Antara Mitologi Religius dan
Sains Modern
Masroer Ch Jb & Taqibul Fikri Niyartama
-

- RISET** **87** MANAJEMEN YANG BERMORAL
(Studi atas Manajemen Konservatif
PT. Gudang Garam di Kediri)
Dian Nur Anna
-

- RESENSI** **106** Apokaliptik Politik Amerika
Fikry
-

MANAJEMEN BAGI USAHA KECIL: Antara Kebutuhan dan Tantangan

Rahmat Fajri

ABSTRAK

Perekonomian Indonesia lebih banyak didominasi oleh sektor informal, setidaknya bila dilihat dari jumlah tenaga kerja yang dapat diserap. Sektor informal ini terdiri dari usaha rumah tangga, usaha kecil, menengah, dan pertanian. Kelemahan usaha kecil terletak pada ketidakformalannya sehingga banyak menjadi kendala dalam mengakses modal dari Bank. Kelemahan ini mesti diatasi, setapak-demi setapak, dengan menerapkan manajemen usaha, baik secara administratif, terlebih lagi filosofi yang mendasari suatu usaha, yang pada akhirnya diterjemahkan dalam kebijakan bisnisnya. Dengan demikian usaha kecil ini akan tetap eksis, bersaing dengan sektor modern yang memang sejak semula lebih unggul.

A. Pendahuluan

Sejak tahun delapan puluhan secara sosiologis manajemen di Indonesia belum merupakan gejala yang cukup nyata. Hal ini terjadi sebagai akibat maupun pertanda dari belum berkembangnya ekonomi. Usaha yang berkembang di Indonesia kebanyakan adalah sektor rumah tangga, usaha kecil dan pekerjaan swakarya. Dengan demikian, jika memakai ukuran formalitas ekonomi maka pada dasarnya perekonomian di Indonesia adalah perekonomian informal.¹ Dalam hal ini dapat dilihat pada tiga pengertian manajemen. Pertama, adalah hubungan sosial yang terdapat dalam badan-badan usaha, antara yang memimpin dan yang dipimpin, dalam suatu hirarki. Gejala ini eksistensinya masih terbatas. Orang yang berstatus sebagai pengusaha dengan buruh tetap, hanya mencakup 1,8% dari seluruh angkatan kerja. Dalam usaha rumah tangga, hubungan seperti itu ada, akan tetapi itu dilakukan dengan anggota rumah tangga, sehingga sulit dikatakan sebagai manajemen. Pengertian yang kedua, adalah proses yang menyangkut fungsi-fungsi teknis dan fungsi kontrol sosial. Fenomena ini bisa dikatakan lebih terbatas adanya. Sebab

¹M.Dawam Rahardjo, *Etika Ekonomi dan Manajemen*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1990), 90.

dalam skala usaha kecil, fungsi-fungsi manajemen yang lengkap belum dirasakan perlu. Pemilik maupun operator perusahaan-perusahaan kecil belum memerlukan perencanaan, sehingga fungsi-fungsi selanjutnya pun dilakukan tidak atas dasar perencanaan tersebut.

Pengertian ketiga, manajemen dalam kaitannya dengan kaum manajer sebagai elit sosial yang merupakan hasil dari proses pengelompokan sosial berdasarkan lapangan kerja.² Tentu dengan semakin bertambahnya lulusan Perguruan Tinggi, jenis profesi ini akan semakin banyak diisi oleh manajer-manajer bangsa Indonesia. Meskipun demikian, top manajer perusahaan-perusahaan besar di Indonesia tampaknya masih saja, sebagian, diisi profesional asing, terlebih lagi di era pasar bebas sekarang.

Apakah realitas tersebut masih menjadi gambaran kondisi sebenarnya dalam perekonomian Indonesia. Makalah ini akan membahas filsafat dan manajemen kaitannya dengan sektor usaha kecil yang banyak menyerap tenaga kerja di luar sektor pertanian, sehingga bisa diasumsikan bahwa jika manajemen telah diterapkan dan menjadi budaya kerja dalam usaha kecil maka perekonomian Indonesia akan dapat bersaing di era global.

B. Filsafat dan Kebijakan Manajemen

Sesungguhnya filsafat yang dimiliki sebuah perusahaan akan sangat menentukan arah dan keberhasilan usaha yang ada. Filsafat manajemen dipahami sebagai suatu sistem dari berbagai kepercayaan untuk membimbing suatu organisasi dalam kaitannya dengan sasaran, standar prestasi, dan hubungannya dengan masyarakat. Dalam batasan filsafat manajemen ini terkandung sejumlah ide-ede yang berhubungan, sekumpulan pengetahuan, dan serangkaian sikap yang terintegrasi.³ Filsafat ini pada gilirannya harus disederhanakan melalui sejumlah kebijakan dan peraturan-peraturan perusahaan.

Adapun kebijakan perusahaan dapat dipahami sebagai suatu pernyataan tentang garis pedoman untuk mengambil keputusan dan arah tindakan yang ditentukan guna menangani persoalan, misalnya : manajemen tiap tahun akan meninjau kembali upah karyawan dengan mempertimbangkan tingkat upah dalam masyarakat, perubahan biaya hidup, dan profitabilitas perusahaan⁴ dan kebijakan

²M. Dawam Rahardjo, *Etika...*, *Ibid.*

³Eugene J. Benge, *Pokok-pokok Manajemen Modern*, terj. Rochmulyati Hamzah, (Jakarta: PPM, 1994), 181-182.

⁴Eugene J. Benge, *Pokok-pokok...*, *Ibid.*

lain yang pada prinsipnya disesuaikan dengan filsafat yang melandasi usahanya. Sebagai ilustrasi di sini akan dikemukakan beberapa filsafat perusahaan.

National Gobel sebuah perusahaan patungan yang didirikan oleh (alm) Th. M. Gobel dengan National (Matsushita) Jepang, yang bergerak pada jalur industri elektronik untuk melayani kebutuhan konsumen, memulai usahanya dengan hasil renungan filosofis pendirinya, yakni menyimak perikehidupan pohon pisang.⁵ Gobel tidak sedang meneladani pohon pisang, namun ia menyimak rangkaian karakteristik dan tabiat alamiahnya. Dari hasil renungannya, ia berusaha menerjemahkan hasil bacaannya menjadi serangkaian unsur-unsur dasar filsafat pribadinya. Dan ini, kemudian dirintis dan dikembangkan menjadi filsafat usaha, yang dijadikan landasan bagi budaya korporat di lingkungan perusahaan yang bernaung pada National Gobel.

Ia melihat kenyataan bahwa pohon pisang tidak pernah tumbuh sebatang sendiri, akan tetapi selalu tumbuh berumpun dan merumpun. Kenyataan itu kemudian diterjemahkan sebagai sebuah keteguhan dalam persatuan, kebersamaan dan konsistensi, yakni kebersamaan yang konsisten sepanjang masa, berkesinambungan dari generasi ke generasi. Sebelum layu dan mati, pohon pisang juga selalu memproses kehidupan anak turunannya, yang bermunculan di sekitarnya. Pohon ini juga tidak akan mati sebelum menghasilkan buah, dan terus akan bersemi meskipun dipangkas berkali-kali.⁶

Secara ekologis dan sosial, pohon pisang dalam kenyataan bermanfaat bagi manusia, makhluk hidup dan alam sekitarnya. Merenungkan kenyataan-kenyataan tersebut, sebagai seorang muslim, almarhum Gobel memiliki misi *berbakti lewat industri*, atau dengan kata lain, “membiara” dalam industri. Dan oleh penerusnya, penghayatan terhadap filsafat pohon pisang tersebut dirumuskan menjadi filsafat yang mendasari budaya korporat yang diyakini dapat membentuk insan pemikir, pejuang, dan pengusaha yang memiliki semangat berkorban dan berperilaku.⁷

1. Taat akan misi yang disandang, bertanggung jawab secara berjenjang.
2. Berkarya efisien dan efektif, berinteraksi sosial dan ekologis atas semangat timbal balik yang saling menguntungkan.
3. Teguh bersatu dalam kebersamaan dan mengembangkan diri dalam generasi yang berkesinambungan.

⁵Ahmad S. Adnan Putra, “Nilai-nilai Islam dan Budaya Korporat” dalam Firdaus Efendi *et al* (Ed.), *Nilai dan Makna Kerja dalam Islam*, (Jakarta: Nuansa Insani, 1999), 124.

⁶Ahmad S. Adnan Putra, “Nilai-nilai...”, 125.

⁷Ahmad S. Adnan Putra, “Nilai-nilai...”, 126-128.

Untuk memberikan kesempatan kepada generasi berikutnya, dengan segala kerelaan Gobel mengundurkan diri dan memberikan kursi kepemimpinan sebagai top-eksekutif, dengan menyumbangkan sebagian dari dividen yang menjadi haknya bagi kesejahteraan keluarga karyawan sebesar 25%, ahli waris 25%, dan reinvestasi 50%.

Sementara itu, mitra patungannya, Konosukse Mastsushita menganut filsafat air mengalir yang memiliki tabiat: selalu mengalir ke tempat yang lebih rendah, selalu berpermukaan rata, dan memberikan kehidupan. Sebagai landasan filosofis budaya korporat ini mampu memotivasi untuk selalu berprestasi selangkah lebih maju ke depan, selalu mengejar perbaikan dan terus berupaya agar konsumen terpuaskan.

Bagi seorang Musa Asy'ari yang memulai usaha penjualan dan pengecoran logam baja, dengan mendirikan usaha "Baja Kurnia" pada tahun 1978, mendasarkan kepada suatu filosofi *menjual diri pribadi*. Menjual diri dalam arti seorang pengusaha adalah orang yang menjual gagasan, semangat, komitmen, kesungguhan, niat baik, dan orang yang dapat memberikan nilai tambah yang bermanfaat bagi konsumen. Apabila diri sudah laku dijual maka barang apa pun yang dijual akan ikut laku.⁸ Dan esensi kewirausahaan adalah keteladanan yang memungkinkan berkembangnya potensi-potensi dan peluang ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan bersama, yang didasarkan kepada komitmen moral yang tinggi yakni *kejujuran, keterbukaan, dan kebersamaan*.⁹

Jika M. Gobel memberikan 25% dividen hasil usahanya bagi keluarga karyawan, maka hingga saat ini yang dilakukan Musa Asy'ari dalam menjalankan usahanya adalah memberikan gaji di atas UMP (Upah Minimum Propinsi), mengansurakan karyawan, memberikan bantuan pendidikan bagi karyawan dan keluarganya dalam meningkatkan keilmuan dan ketrampilan, mengirimkannya untuk menunaikan ibadah haji, dan memberikan sebagian keuntungan perusahaan bagi pimpinan perusahaan (*profit sharing*). Dan sebagai muslim yang taat, setiap tahunnya mengeluarkan zakat. Pengeluaran zakat ini bagi Musa menjadi alat tawar dalam membayar pajak. Sebab secara faktual adalah tidak adil jika pengusaha muslim yang taat membayar zakat dikenai proporsi pajak yang sama, seperti yang dikenakan pada pengusaha lain pada umumnya.

Filosofi dan paradigma manajemen lama yang semata-mata berorientasi duniawi sudah saatnya untuk digeser dengan orientasi dan motivasi ukhrawi. Ilmu

⁸Musa Asy'arie, *Islam, Etos Kerja dan Pemberdayaan Ekonomi Umat*, (Yogyakarta: Lesfi, 1997), 92-94.

⁹Musa Asy'arie, *Islam...*, 94-97.

managemen tidak lagi dalam pengertian *getting things done through the people*, melainkan *getting God-will done by the people*. Tugas CEO pada pengertian kedua bukan sebagai pusat koordinasi yang harus dijalankan krunya tanpa terkecuali, melainkan sekadar sebagai fasilitator sebuah lingkungan kerja yang sesuai dengan spirit moral, yang dapat dipertanggungjawabkan di hadapan manusia dan Tuhan. Kru tidak pada posisi pasif, sebaliknya turut memberikan masukan dan pemikiran. Dampak dari perubahan tersebut diharapkan terciptanya *God Corporate Governance* di mana standar praktik-praktik perusahaan dituntut derajat transparansi dan akuntabilitas yang jauh lebih tinggi dari sekedar terciptanya *good corporate governance*.¹⁰

C. Usaha Kecil

Sesungguhnya sebelum krisis ekonomi terberat menerpa, sepanjang sejarah ekonomi Indonesia (1997-1999), Pembangunan Jangka Panjang (PJP) I (1969-1994) telah menghasilkan perubahan yang mendasar.¹¹ *Pertama*, pada ekonomi makro adalah berubahnya struktur dari ekonomi terpimpin menjadi ekonomi terbuka. Perubahan ini berimplikasi pada diterapkannya prinsip anggaran berimbang dan dinamis, sistem devisa bebas, penanaman modal dalam dan luar negeri, dan kebijakan ekonomi makro yang berhati-hati. *Kedua*, pada ekonomi mikro ditandai dengan berubahnya orientasi pembangunan dari politik menjadi ekonomi. Perubahan tersebut berimplikasi pada menguatnya struktur ekonomi nasional dari ekonomi tradisional menjadi ekonomi modern. Dalam struktur ekonomi ini pertanian didukung oleh industri yang makin kuat, perdagangan yang makin berkembang, dan *berkembangnya usaha kecil-menengah yang makin tangguh*, sehingga kebutuhan pokok terpenuhi secara merata.

Menguatnya struktur ekonomi nasional dari ekonomi tradisional ke ekonomi modern, dalam perkembangannya, usaha kecil dan menengah sebagai bagian sektor informal agaknya tidak dapat mengikuti laju pertumbuhan sektor modern seperti konglomerat, bahkan cenderung dan selalu tersubordinasi. Hal ini disebabkan oleh kekuatan ilmu pengetahuan, teknologi, modal, dan SDM yang dikuasai oleh pelaku ekonomi superior (modern). Meskipun tersubordinasi, pelaku ekonomi tradisional di pedesaan tetap berupaya mengembangkan tatanan sosial ekonomi yang sesuai dengan sistem nilai dan sistem budaya mereka,¹² sebagai

¹⁰A.Riawan Amin, *The Celestial Management*, (Jakarta: Senayan Abadi Publishing, 2007), xiv.

¹¹Gunawan Sumodiningrat, *Pemberdayaan Sosial: Kajian Ringkas Tentang Pembangunan Manusia Indonesia*, (Jakarta: Kompas, 2007), 1.

¹²Edy Suandi Hamid, *Modul Sistem Ekonomi*, (Jakarta: UT, 2007), 5.20.

bentuk resistensi terhadap sistem modern atau bagian dari struktur ekonomi nasional.

Tidak terjadinya *trickle down effect* perubahan ke ekonomi modern, kesenjangan antarsektor, secara teoritis menjadi bukti kebenaran tesis pembangunan dualistik. Dualisme menunjukkan serangkaian kondisi yang berbeda, di mana sektor yang superior dan yang inferior tinggal bersama dalam suatu tempat, namun hubungan keduanya sedemikian rupa sehingga yang superior sedikit dan tidak mengangkat yang inferior.¹³

Namun demikian, sesungguhnya sektor informal adalah sektor yang dapat menampung sebagian besar pelaku ekonomi, mulai dari sektor pertanian dalam arti luas, sektor perdagangan, dan sektor jasa lainnya. Sektor informal mengisi dua pertiga dari sistem perekonomian nasional. Struktur ini merupakan bagian yang strategis di dalam sistem ekonomi nasional. Jumlah pekerja yang dapat diserap sektor informal pada tahun 2005 mencapai 61 juta orang atau 64 persen dari seluruh penduduk yang bekerja. Dan disebabkan penyerapan tenaga kerja sektor formal yang tidak signifikan, angka tersebut dapat meningkat dari waktu ke waktu.¹⁴ Fungsi industri kecil terletak pada penyerapan tenaga kerja tersebut.

Industri kecil merupakan bagian dari industri, dengan jumlah tenaga kerja yang terlibat di dalamnya berkisar antara 5-19 orang. Seperti halnya di negara-negara berkembang pada umumnya, di Indonesia industri kecil memiliki ciri sebagai berikut: (a) skala usahanya kecil, baik modal, tenaga kerja, maupun potensi pasarnya; (b), berlokasi di pedesaan dan kota-kota kecil atau di pinggiran kota besar; (c) tenaga kerja berasal dari daerah sekitar dan direkrut melalui proses magang; (d) pola bekerja *part time*; (e) ada keterbatasan dalam adopsi teknologi; (f) status usahanya adalah milik pribadi/keluarga; (g) modal tergantung pada modal sendiri; (h) pengelolaan usaha dan administrasi masih sederhana; (i) tidak memiliki izin usaha; dan (j) strategi usaha dipengaruhi oleh kondisi lingkungan yang berubah-ubah dengan cepat.¹⁵ Dalam perkembangannya industri kecil telah berperan dalam

¹³Gunawan Sumodiningrat, *Pemberdayaan...*, 11. Meskipun sejak tahun 1970-an muncul konsep *growth with distribution* yang disamping “mengendalikan” yang besar melalui kebijakan fiskal, pemberian santunan, tetapi dibarengi dengan “mengangkat” kelompok kecil, namun sampai sekarang usaha kecil semakin termarginalisasi.

¹⁴Edy Suandi Hamid, *Modul...*, 5.21.

¹⁵Destha T.Raharjana, “Siasat Usaha Kaum Santri: Ekonomi Moral dan Rasional dalam Usaha Konfeksi di Mlangi, Yogyakarta” dalam Heddy Shri Ahimsa-Putra (Peny.), *Ekonomi Moral, Rasional dan Politik dalam Industri Kecil di Jawa: Esei-esai Antropologi Ekonomi*, (Yogyakarta: Kepel Pres, 2003), 64-66.

perluasan kesempatan berusaha dan kesempatan kerja di daerah pedesaan, menanggulangi kemiskinan dan dalam peningkatan ekspor.

Pada umumnya level pengusaha muslim adalah kabupaten/kota madya,¹⁶ baik dalam perdagangan maupun sektor usaha industri, sehingga dalam berkompetisi baik nasional maupun global mereka kurang siap, ketinggalan, dan terpuruk ke pinggir. Akan tetapi, seperti yang ada di kabupaten Klaten, sektor ini mampu menyumbangkan produk domestik bruto yang terus meningkat dari tahun ke tahun.¹⁷ Untuk bersaing dengan pengusaha Tionghoa, kelemahan mencolok adalah kurang cepatnya mengadaptasi bentuk usaha korporasi. Hal ini berbeda dengan pengusaha Tionghoa, yang demi menghindari perselisihan ahli waris di kemudian hari, mereka mengadopsi manajemen/organisasi korporasi, di samping keunggulan lain: saling percaya mempercayai di kalangan Tionghoa lebih besar, jaringan distribusi lebih baik, dan lebih pandai mengontrol buruh dengan cara mengikat buruh dengan pinjaman (utang) serta memberikan upah lebih tinggi, terutama kepada buruh trampil.¹⁸

Berdasarkan ciri-ciri industri kecil di atas, di sini dapat dipertanyakan, bagaimana pengorganisasian atau pola manajemen yang diterapkan sehingga dapat menghasilkan produk yang diinginkan.

Pada kasus usaha konfeksi di Mlangi misalnya, muncul pola-pola perilaku yang terbentuk dan digunakan untuk mengatasi masalah yang langsung ditemui dalam menjalankan usaha.¹⁹ Pertama, modal, yang diartikan sebagai segala sesuatu yang dibutuhkan dalam mengawali usaha, seperti uang, bahan baku dan peralatan produksi. Pada umumnya pengusaha konfeksi Mlangi memulai usaha dengan modal (uang) milik pribadi, sebagian mereka, ada modal yang merupakan tabungan yang dikumpulkan dari hasil kerja sebelumnya. Selanjutnya dalam mengembangkan usaha, sebagian kecil dari mereka mendapatkan bantuan modal dari bank, lembaga pemerintah atau instansi tertentu, misalnya dari Dinas Perindustrian, Bank Pembangunan Daerah, Bank Rakyat Indonesia, dan Perusahaan Listrik Negara. Namun demikian, kebanyakan belum pernah mendapatkan bantuan modal disebabkan karena tiadanya agunan, belum dimilikinya izin usaha (HO), rekening

¹⁶Lihat M. Amien Rais, *Taubid Sosial: Formula Menggempur Kesenjangan*, (Bandung: Mizan, 1998), 223.

¹⁷Musa Asy'arie, *Islam...*, 102.

¹⁸Lance Castles, *Tingkah Laku Agama, Politik dan Ekonomi di Jawa: Industri Rokok Kudus*, terj. J.Sirait, (Jakarta: Sinar Harapan, 1982), 144-144.

¹⁹Destha T. Raharjana, *Siasat Usaha...*, 113-126.

koran, laporan penjualan dan surat-surat lainnya yang harus disertakan dalam pengajuan kredit. Adapun sesama pengusaha, mereka sebatas pinjam-meminjam bahan baku. Bagi mereka yang belum memiliki peralatan produksi (mesin jahit) dapat diatasi dengan menyewa.

Kedua, dalam melakukan proses produksi, pengusaha konfeksi Mlangi melakukan beberapa tindakan: survei, *nembak*, dan menyerahkan pekerjaan kepada buruh. Survei pasar dilakukan untuk mengetahui sasaran konsumen/pasar yang membutuhkan konfeksi Mlangi, dengan melihat-lihat atau bertanya kepada pedagang, model yang sedang digemari konsumen di pasar Beringharjo dan di kawasan pedagang kaki lima di jalan Malioboro. Biasanya sebuah model atau motif konfeksi yang sedang “naik daun” bertahan dua sampai tiga tahun, setelah itu ditinggalkan konsumen. Lazimnya pengusaha konfeksi Mlangi akan meniru (*nembak*) model atau motif yang sedang laku di pasaran. Tindakan ini menunjukkan rendahnya kreatifitas pengusaha konfeksi untuk membuat model baru. Sebagian pengusaha atau mereka yang tidak memiliki mesin jahit atau tidak memiliki keterampilan menjahit akan menyerahkan pekerjaan kepada tukang buruh jahit mengerjakannya di rumah. Hal ini dilakukan untuk menekan biaya produksi.

Ketiga, produk. Pada umumnya hasil produksi konfeksi Mlangi tergolong jenis konfeksi “kasar”, karena itu jarang dijual di toko/art shop. Pengusaha konfeksi tidak banyak yang menitipkan di toko disebabkan biasanya pembayarannya memakai cara konsinyasi, yaitu pembayaran barang yang telah laku dilaksanakan satu bulan terhitung sejak barang diterima pihak toko dan barang yang tidak laku dapat dikembalikan kepada pengusaha konfeksi.

Keempat, pembagian kerja. Usaha konfeksi Mlangi merupakan usaha kecil yang dipimpin oleh pemiliknya sendiri. Ada beberapa jenis pekerjaan yang tetap dilakukan oleh pemilik yaitu: mencari bahan baku, mencari perlengkapan, dan memasarkan hasil produksi. Adapun menjahit, menyablon, memasang kancing, memasang tali dan lain-lain dikerjakan oleh tenaga kerja/buruh.

D. Manajemen Usaha Kecil

Seperti terlihat di atas bahwa manajemen dalam arti administratif di kalangan pengusaha kecil masih belum diterapkan sepenuhnya, seperti belum adanya izin usaha (HO), rekening koran, laporan penjualan dan lain-lain. Terlebih lagi jika ditilik dari apa yang dikemukakan oleh Henri Fayol (1916)²⁰ tentang pembagian

²⁰Eugene J. Benge, *Pokok-pokok...*, 47.

utama dalam manajemen yakni: perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian, dan pengendalian. Hal ini terjadi lantaran masyarakat Indonesia, berbeda dengan masyarakat Amerika Serikat, Inggris dan Belanda yang menganut kultur individualistik, mereka menganut kultur kolektif, yang memiliki karakter sebagai berikut:²¹

1. Ikatan antara pemilik dan pekerja adalah ikatan moral, bukan ikatan bisnis.
2. Pekerja kebanyakan adalah anggota keluarga
3. Lebih mengutamakan suasana harmoni.
4. Lebih mengutamakan pendapat umum, dan
5. Kewajiban dipikul bersama.

Kegamangan masyarakat Indonesia secara kultural, dari kultur agraris berubah menuju kultur industri memang harus segera diatasi. Namun demikian, ada kecenderungan di kalangan industri kecil sendiri berupa makin rendahnya solidaritas di bidang ekonomi, yakni terjadinya persaingan yang tidak sehat di antara pengusaha satu dengan yang lainnya. Persaingan yang tidak sehat ini sesungguhnya lebih banyak diciptakan oleh para pedagang²² untuk mendapatkan harga yang termurah, dengan cara mengadu pengusaha industri kecil yang satu dengan yang lain.

Di samping itu, akses pelaku usaha kecil dan menengah terhadap proses akuntansi dan pemasaran berbasis teknologi informasi masih rendah. Di DIY yang secara statistik ekonomi masyarakat digerakkan dan didominasi unit UKM, baru 10% yang memanfaatkan kemudahan dan fungsi *e-mail* dan *website*. Hal ini disebabkan faktor kemampuan sumber daya manusia dan pola pemasaran yang telah berjalan dianggap masih cukup memadai, sehingga belum menganggap perlu Teknologi Informasi (TI).²³

Untuk mendorong laju perekonomian, Bank Indonesia mendirikan Data Informasi Bisnis Indonesia (DIBI) sebagai pusat informasi bisnis, yang diharapkan dapat membantu para pelaku usaha UMKM. Bagi pelaku UMKM kehadiran DIBI dapat menambah wawasan yang dapat melahirkan ide mengenai peluang usaha baru hingga kebutuhan ekspansi usaha. Sementara bagi bank, DIBI dapat mendorong kreatifitas dalam menyalurkan kredit.²⁴ Dengan demikian diharapkan

²¹Jan Hendrik Peters dan Lenny van Ameijde, *Hospitality in Motion: State of the Art in Service Management*, (Jakarta: Gramedia, 2003), 95-96.

²²Yang "mengobok-obok" harga produk industri kecil adalah pedagang dari etnis Tionghoa (non-pribumi). Musa Asy'arie, *Islam,...*, 104-106.

²³Lihat *Kompas* 31 Juli 2007.

²⁴Lihat *PERBANAS NEWS* no. 73 Juli-Agustus 2007.

UMKM semakin *bankable*. Akan tetapi, pendirian DIBI oleh BI dirasa tidak cukup untuk membantu menggerakkan sektor riil, terutama UMKM, lantaran BI tidak memiliki pasukan yang dapat langsung membina UMKM. Di sini lah peran pemerintah seharusnya membina unit-unit usaha tersebut.

Di samping itu, untuk pembinaan UMKM di daerah Istimewa Yogyakarta, terutama dalam membantu intermediasi dengan perbankan peran Asosiasi Konsultan Keuangan Mitra Bank (KKMB) cukup besar. Kendala administrasi pembukuan yang baik dan kepemilikan rekening koran untuk mendapatkan tambahan modal dari bank sebagian dapat diatasi, asalkan pihak UMKM jujur selama pendampingan. Berkat pendampingan ini, selama tahun 2006 saja telah tersalur miliaran rupiah, dan sejak awal tahun 2007 beberapa bank telah meminta dicarikan UMKM yang baik untuk dibiayai.²⁵ Dan jika pembiayaan semacam ini terus membesar, maka sektor riil akan tumbuh dengan pesat.

E. Penutup

Agar usaha kecil bisa meningkat ke usaha menengah maka diperlukan keberanian para pemilik usaha untuk menerapkan manajemen yang lebih profesional, sehingga pekerjaan dapat terdistribusikan secara proporsional pada karyawan sesuai dengan kemampuannya masing-masing, dan pemilik usaha tidak terlalu banyak ragam beban pekerjaan yang harus dikerjakan sendiri. Manajemen yang dimotivasi ukhrawi akan lebih dapat membangun suasana kerja yang lebih baik dari pada yang dimotivasi duniawi semata. Namun demikian yang juga harus terus diupayakan adalah mengefektifkan komunikasi sesama pengusaha kecil, meningkatkan kewiraswastaan, mencari peluang pasar, dan menambah modal.

Daftar Pustaka

- A. Riawan Amin, *The Celestial Management*, Jakarta: Senayan Abadi Publishing, 2007.
Castles, Lance, *Tingkah Laku Agama, Politik dan Ekonomi di Jawa: Industri Rokok di Kudus*, terj. J. Sirait, Jakarta: Sinar Harapan, 1982
Benge, Eugene J., *Pokok Manajemen Modern*, terj. Rochmulyati Hamzah, Jakarta: PPM, 1994.
Edy Suandi Hamid, *Modul Sistem Ekonomi*, Jakarta: UT, 2007.
Firdaus Efendi (Ed.), *Nilai dan Makna Kerja dalam Islam*, Jakarta: Nuansa Insani, 1999.

²⁵www.umkm-yogya.com diakses 27 Juni 2008.

- Gunawan Sumodingrat, *Pemberdayaan Sosial*, Jakarta: Kompas, 2007.
- M. Amien Rais, *Tauhid Sosial: Formula Menggempur Kesenjangan*, Bandung: Mizan, 1998.
- M. Dawam Rahardjo, *Etika Ekonomi dan Manajemen*, Yogyakarta: Tiara Wacana, 1990.
- Musa Asy'arie, *Etos Kerja dan Pemberdayaan Ekonomi Umat*, Yogyakarta: Lesfi, 1997.
- Peters, Jan Hendrik dan Lenny van Ameijde, *Hospitality in Motion: State of the Art in Service Management*, Jakarta: Gramedia, 2003.
- PERBANAS NEWS NO. 73 Juli- Agustus, 2007.
- www.umkm-yogya.com

*Drs. Rahmat Fajri, M.Ag., Staf Pengajar Jurusan Perbandingan Agama Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.