

Keinovatifan Manufaktur Produk Tiongkok

by Sihar Tigor Benjamin Tambunan

Submission date: 20-May-2024 04:40AM (UTC+0700)

Submission ID: 2383381506

File name: 26k-Keinovatifan_manufaktur_produk_tiongkok_1.pdf (1.46M)

Word count: 2117

Character count: 15400

OPINI

Mewaspada Reifikasi Puasa

JATI DIRI

Mendesakan Transformasi Pajak

TLADA sejahtera sebuah bangsa jika tidak bebas pemungutan dan penggunaan pajaknya. Penerimaan pajak yang rendah akan mengganggu lingkungan sekitar ketidakefektifannya. Tak cukup biaya untuk membangun fasilitas publik. Tak ada dana untuk memelihara struktur leviat pendidikan dan kesehatan rumah.

Masalahnya, sudah puluhan tahun pemungutan pajak besar-besaran di kebun binatang. Yang disasar itu itu saja. Sudah ada perubahan dalam satu dekade terakhir. Namun, masih saja ada belong-bolong di sana-sini. Bukan belong kecil. Tapi belong-bolong besar.

Belong-bolong besar itu akan lebih parah apabila undang-undang dikoreksi di level pemerintahan. Bahkan, tidak dikoreksi pun sudah menjadi masalah apabila belongnya tidak efektif.

Pada titik ini, transformasi perpajakan menjadi sebuah kerucut. Baru-baru ini presiden telah memberikan kewenangan penuh kepada Ditjen Pajak untuk membuka rekening bank. Ini adalah penanda berakhirnya era perhasihan bank.

Bagi nasabah kaya, bisa jadi kebijakan tersebut merupakan sebuah tekanan keras setelah baru saja dipaksa mengikuti amnesti pajak. Setelah distruksi mengenai harta, memindahkan dana dari mancanegara, negara lain yang akan memaksakannya. Ini adalah sebuah kerucut yang di dunia yang hampir melihat batas negara jika terkait dengan lalu lintas finansial.

Kini kita sedang menanti dibawanya paket revisi Undang-Undang Perampokan. Yang paling krusial tentu saja UU Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP). Ini adalah induk dari segala aturan perpajakan. Di sana terdapat hak-hak dan kewajiban pembayar pajak dan fiskus. Di sana pula ketentuan hukuman dibawakan.

Salah satu yang akan dibahas adalah pemisahan Ditjen Pajak dari Kemenkeu. Merupakan badan sendiri di bawah presiden. Jika itu terjadi, akan sama dengan IRS (Internal Revenue Service) di AS yang terpisah dari Treasury Department atau Kemenkeu. Selain sebagai bentuk transformasi kelembagaan, Kemenkeu kita memang diliputi terlalu banyak beban dan kewenangan. Saat ini Kemenkeu punya wewenang sebagai otoritas fiskal yang mengorganisir, memonitoring, yaitu memonitoring dan mengelola utang, serta mengelola aset negara. Kekusaan yang luar biasa. Jika Ditjen Pajak dipisah, selain bisa lebih fokus, juga bisa menyelaraskan kewenangan menteri keuangan. (*)

DUA pekan menjelang puasa, harga kebutuhan merangkak naik. Sebuah stasiun televisi swasta telah menayangkan iklan kopi yang menggambarkan pria berserban menikmati biji hijau di atas meja dengan ucapan selamat berpuasa. Jelas, bulan suci ini akan mengubah pola konsumsi dan menu utama. Alih-alih mengurangi asupan, justru tingkat permintaan terhadap sembilan bahan pokok makin naik. Sementara iklan minuman memperlihatkan konsumsi yang lain, tanda berupa jubah dan serban.

Mengingat hal serupa acap kali terjadi, kita perlu menghidupkan pembacaan agar kehadiran puasa secara kualitas dan kuantitas bisa memengaruhi kehidupan pemenuhan. Pernyataan Alain de Botton dalam *The News: A User Manual* (2014) layak ditimbang. Agama sejatinya memahami dualisme antara kebutuhan lahir dan batin. Betapa pun ia mencoba memengaruhi orang beriman melalui jalan spiritual, ia juga mengapresiasi fungsi yang mungkin dimainkan dalam membentuk karakter dengan makanan khas, pakaian, perjalanan (haji dalam Islam), dan praktik-praktik dekori interior.

Sejati, pelaksanaan nilai-nilai agama dalam bentuk material adalah reifikasi, yaitu tindakan memperlakukan sesuatu yang bukan

benda sebagai sesuatu yang bisa dimaba, ditah, dan disentuh. Puasa tidak hanya ditunjukkan dengan tidak makan, tetapi juga ditunjukkan dengan pemenuhan kebutuhan benda yang dianggap adil (utama) seperti kumis, atas dasar Sunnah Nabi, jelas, Reifikasi agama tak bisa dilekakan mengigit kata Ludwig A von Feuerbach, agama bukan hanya wujud sentiment, tetapi juga produk sosial. Sebagai agama yang lahir di tanah Arab, kumis adalah salah satu makanan pokok di sana sehingga pemenuhan karbohidrat wangi diperolehi dari buah-buahan khas Sahara itu.

Lebih jauh, dengan menjajaki media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan Twitter, menu berbuka puasa bukan sekadar bagian dari ritual, tetapi juga ekspresi selera dan mode perampolan. Tak pelak, bazar Ramadan tumbuh riuh dan hotel-hotel menawarkan berbuka dengan menu istimewa. Semua ini justru dibayar dengan harga yang lebih mahal daripada biaya makan hari-hari biasa. Alih-alih menahan diri untuk tidak berkelebihan, justru di hari suci ini, dengan makanan berlimpah seakan-akan ada justifikasi untuk menganti kebiasaan menahan diri di siang hari. Malangnya, banyak makanan yang berakhir di tong sampah.

(use value), sebagai kan penutupi aurat ketika bersembahyang, tetapi juga nilai tukar (exchange value) yang dikaitkan dengan sarung bermerek, seperti BHS dan Lamir, yang berfungsi sebagai alat komunikasi. Pemilihan adalah orang yang mempunyai banyak duit dan membayangkan dirinya bagian dari masyarakat kelas menengah yang menimbang selera dalam berbusana. Di sini, fetisisme komodifikasi bekerja, sebuah benda mengandung daya magis yang diandalkan oleh pengananya, sementara tak sepenuhnya memahami konsep berpuasa secara tuntas.

Dengan demikian, persona benda yang terkait dengan kegiatan keagamaan semestinya tidak bisa dihindari. Meski demikian, ketika pengaruh iklan dari produk kapitalisme begitu kuat, pesan intrinsik dari puasa akan tergerus. Padahal, tujuan puasa itu sendiri seperti diungkapkan dalam Al-Baqarah 183 adalah bertakwa, yang berarti percaya pada Tuhan dan peduli pada orang lain melalui kegiatan-kegiatan amal. Pendek kata, kegiatan puasa sebetulnya lebih bertujuan pada etika normatif, yang semestinya pada waktu yang sama aplikatif atau terapan.

Jika pemusa menghafati iman, yang bersangkutan tentu mem-

hami bahwa keyakinan (*faith*) itu dibuktikan dengan menanti sesama manusia seperti cinta dirinya. Oleh karena itu, pelaksanaan ibadah ini lebih pelaksanaan orang-orang berperilaku sederhana dan mengutamakan keayaannya untuk berbagi dengan orang yang memerlukan. Betapa pun pada bulan suci ini pahlala dilipatgandakan hingga tujuh ratus kali lipat, ia tidak semata-mata dipahami secara kuantitatif, tetapi kualitatif. Lagi pula, tingkat tertinggi dari puasa (*khusu' al-khusu'*) bukan hitung-hitungan, tetapi keikhlasan.

Dengan mengembalikannya puasa pada makna literal, yaitu menahan diri (insak), sejatinya kontrol diri adalah salah satu sifat yang perlu ditanamkan. Krisis material-spiritual yang memicu tekaman hidup dan stres akan mudah mendorong manusia melakukan tindakan kompi. Keberhasilan menahan diri tentu akan menjadikan individu lebih kuat. Tentu, ia lahir dari kemampuan menghadirkan nilai batin dari puasa, yaitu pemenuhan kebutuhan tubuh yang minimal dan olah batin yang maksimal, sehingga hidup yang bersangkutan tidak sia. (*)

Dosen Senior Filsafat dan Etika Universitas Usmu Malaysia



AHMAD SAHIDAH*

Keinovatifan Manufaktur Produk Tiongkok

LIMA tahun lalu mungkin sebagian besar dari kita masih malu-malu menunjukkan keberadaan aneka produk bermerek Tiongkok yang kita miliki kepada orang lain. Apalagi kalau barang-barang tersebut berhubungan dengan gaya hidup. Misalnya telepon seluler atau komputer personal. Berbeda sekali dengan yang kita rasakan belakangan, bukan? Padahal susah dibantah, masih banyak produk imitasi dari Tiongkok.

Seperi yang diungkapkan Edward Tse (*Forbes.com*, 8/3/16), masih banyak warga dunia yang berpersepsi bahwa Tiongkok adalah The Empire of Shanzhai alias Kekaisaran Peniruan. Legal atau tidak legal, pengimitasian oleh pesaing adalah salah satu bentuk serangan terberat akibat yang pasti dan harus dihadapi perusahaan mana pun dalam persaingan bisnis. Yang mengancamkan - maaf atau istilah ini -, dari waktu ke waktu, kemampuan perusahaan-perusahaan manufaktur di Tiongkok dalam meniru dan memproduksi produk-produk tiruan tersebut makin cepat dengan kualitas yang makin tidak bisa dipandang sebelah mata.

Produk Tiongkok boleh jadi tetap masuk kategori produk pengimitasi. Namun, penerapan strategi inovasi organisasionalnya yang sangat responsif dalam berbagai aktivitas rantai nilai (*value chain*) membuat banyak perusahaan manufaktur

Tiongkok mampu membuat produk mereka beradaptasi dengan cepat dan fit dalam pasar, bernilai tinggi, bahkan ditunggu para konsumennya. Kita boleh saja tidak sependapat dengan strategi inovasi ala perusahaan-perusahaan manufaktur di Tiongkok. Namun, faktanya, pertumbuhan nilai tambah sektor manufaktur Tiongkok dari 2006 hingga 2016 melaset cepat meringkang Amerika Serikat, Jepang, dan Inggris.

Risk Inovasi

Inovasi adalah senjata utama perusahaan agar dapat bertahan dalam menghadapi dinamika persaingan global. Uraian inovasi dalam organisasi tidak lagi berkaitan dengan kegiatan perencanaan yang bernama R&D (*research and development*) dengan produk baru sebagai target utama inovasi.

Keberadaan departemen R&D sering kali hanyalah salah satu bukti formalisasi aktivitas inovasi yang berorientasi produk dalam sebuah organisasi. Belum tentu menunjukkan kehadiran semangat berinovasi yang organisasional. Pada dasarnya, inovasi adalah segala bentuk kegiatan yang berorientasi melakukan dan menghasilkan hal-hal baru.

Kebaruan yang dimaksud tidak hanya dari sisi penciptaan produk, tetapi juga dari sisi metode/pemilihan produk, pemasaran, dan berbagai

berpengalaman dan berpendidikan tinggi. Jadi, pada dasarnya, setiap manusia yang berkecenderungan dalam organisasi adalah model intelektual yang sangat penting bagi hadirnya inovasi organisasional.

Agar bekerja efektif, perlu diberikan saluran perantara energi yang tepat dan memadai bagi manusia-manusia berkecenderungan itu.

Proses Inovasi

Penciptaan inovasi dalam sebuah perusahaan pada dasarnya sangat kompleks. Kehadiran ide-ide baru, baik individual maupun kelompok, dalam perusahaan menunjukkan adanya potensi inovasi organisasional. Sayangnya, seringkali kali diabaikan. Perlu dirancang sistem manajemen pengetahuan yang serius dan dilakukan penah koinan agar inovasi berhasil menjadi kebiasaan organisasional dalam sebuah perusahaan. Inovasi juga, setiap bentuk inovasi sudah sepatutnya diwarigi. Penelitian di negara-negara maju di Eropa dan Asia menunjukkan, kendali organisasional (*organizational justice*) - seperti keadilan prosedural dan keadilan distribusi - memiliki pengaruh yang signifikan terhadap bangkitnya iklim inovasi organisasional.

Mengukur tingkat inovasi atau keinovatifan perusahaan tidaklah mudah. Makin sulit dari waktu ke waktu karena situasi dan kondisi proses inovasinya juga makin

kompleks. Pada tahun '50-'60-an generasi pertama model pengukuran inovasi - kombinasi faktor input dalam inovasi seperti biaya dan frekuensi kegiatan R&D, jumlah tenaga ahli yang terlibat, dan penerapan teknologi masih bisa jadi tolak ukur bagi kinerja proses inovasi sebuah perusahaan. Pada era '70-an (generasi kedua) model pengukuran sudah bergerak ke arah output inovasi seperti paten, publikasi, produk, dan perubahan kualitas. Sekarang sudah sangat berbeda. Karakteristik inovasi di tiap industri sangat berbeda.

Dampak inovasi itu sendiri juga tidak dapat diuraikan. Sama tidaknya dengan penciptaan inovasi sendiri. Todd, Bessant, dan Pavit dalam buku *Managing Innovation* menguraikan lima dimensi yang dapat diukur untuk mengetahui tingkat inovasi dalam sebuah perusahaan. Yaitu strategi, proses, organisasi, infrastruktur, dan pembelajaran.

Dunia baru sekarang sedang berpikir bagaimana "meniru" strategi inovasi model bisnis sektor manufaktur yang dilakukan Tiongkok, sedangkan Tiongkok tengah berpikir bagaimana mengambil alih peran inovator produk sejenis yang selama ini sudah melekat di negara-negara Barat. Pertengahan inovasi global berlangsung sangat sengit. Akanlah kita hanya melirik? (*)

Dosen Teknik Industri STTS

Keinovatifan Manufaktur Produk Tiongkok

Tiongkok mampu membuat produk mereka beradaptasi dengan cepat dan fit dalam pasar, bernilai tinggi, bahkan ditunggu para konsumennya. Kita boleh saja tidak sependapat dengan strategi inovasi ala perusahaan-perusahaan manufaktur di Tiongkok. Namun, faktanya, pertumbuhan nilai tambah sektor manufaktur Tiongkok dari 2006 hingga 2016 melaset cepat meringkang Amerika Serikat, Jepang, dan Inggris.

Risk Inovasi

Inovasi adalah senjata utama perusahaan agar dapat bertahan dalam menghadapi dinamika persaingan global. Uraian inovasi dalam organisasi tidak lagi berkaitan dengan kegiatan perencanaan yang bernama R&D (*research and development*) dengan produk baru sebagai target utama inovasi.

Keberadaan departemen R&D sering kali hanyalah salah satu bukti formalisasi aktivitas inovasi yang berorientasi produk dalam sebuah organisasi. Belum tentu menunjukkan kehadiran semangat berinovasi yang organisasional. Pada dasarnya, inovasi adalah segala bentuk kegiatan yang berorientasi melakukan dan menghasilkan hal-hal baru.

Kebaruan yang dimaksud tidak hanya dari sisi penciptaan produk, tetapi juga dari sisi metode/pemilihan produk, pemasaran, dan berbagai



TIGOR TAMBUNAN*

Waspada Modus Penipuan Membawa Nama Keluarga

SEBORANG oknum yang mengaku tukang cuci AC mendatangi rumah keluarga saya di Darmo pada 18 Mei. Yang saat itu sedang berada di rumah adalah adik saya. Orang tersebut menyatakan nota tagihan. Tertera nama perusahaan penyedia bekerja lengkap dengan alamat dan nomor telepon di kawasan Nagel.

Karena kami sekeluarga punya rumah tersebut. Langsung telepon keluarga Anda untuk mengonfirmasi kebenarannya. Ternyata, tidak ditemukan nama perusahaan yang dimaksud. Anaknya, pada nota itu, tertulis nama ibu saya yang kebanyakan sedang di luar kota. Selama ini semua urusan rumah biasanya tidak memaknai nama ibu saya. Dari mana orang itu bisa tahu persis nama ibu saya?

Masyarakat mungkin lebih waspada dengan modus kejahatan yang memaki nama keluarga. Jika terjadi hal seperti itu, jangan hubungi telepon kantor oknum tersebut. Langsung telepon keluarga Anda untuk mengonfirmasi kebenarannya. Karena kami sekeluarga punya rumah tersebut. Langsung telepon keluarga Anda untuk mengonfirmasi kebenarannya. Ternyata, tidak ditemukan nama perusahaan yang dimaksud. Anaknya, pada nota itu, tertulis nama ibu saya yang kebanyakan sedang di luar kota. Selama ini semua urusan rumah biasanya tidak memaknai nama ibu saya. Dari mana orang itu bisa tahu persis nama ibu saya?

Masyarakat mungkin lebih waspada dengan modus kejahatan yang memaki nama keluarga. Jika terjadi hal seperti itu, jangan hubungi telepon kantor oknum tersebut. Langsung telepon keluarga Anda untuk mengonfirmasi kebenarannya. Karena kami sekeluarga punya rumah tersebut. Langsung telepon keluarga Anda untuk mengonfirmasi kebenarannya. Ternyata, tidak ditemukan nama perusahaan yang dimaksud. Anaknya, pada nota itu, tertulis nama ibu saya yang kebanyakan sedang di luar kota. Selama ini semua urusan rumah biasanya tidak memaknai nama ibu saya. Dari mana orang itu bisa tahu persis nama ibu saya?

Masyarakat mungkin lebih waspada dengan modus kejahatan yang memaki nama keluarga. Jika terjadi hal seperti itu, jangan hubungi telepon kantor oknum tersebut. Langsung telepon keluarga Anda untuk mengonfirmasi kebenarannya. Karena kami sekeluarga punya rumah tersebut. Langsung telepon keluarga Anda untuk mengonfirmasi kebenarannya. Ternyata, tidak ditemukan nama perusahaan yang dimaksud. Anaknya, pada nota itu, tertulis nama ibu saya yang kebanyakan sedang di luar kota. Selama ini semua urusan rumah biasanya tidak memaknai nama ibu saya. Dari mana orang itu bisa tahu persis nama ibu saya?

Dana Kembali ke Rekening

KAMI mohon maaf atas ketidaknyamanan yang dialami Ibu Yuyuk Sri Handayani sebagaimana dikhawatirkan melalui kolom Pembaca Menulis edisi 12 Mei yang berjudul *Salfio Berkurang dan ATM Terkiri*. Terima kasih atas perhatian yang diberikan. Kami telah berkomunikasi dan mengembalikan dana ke rekening Ibu Yuyuk pada 19 Mei. Yang bersangkutan juga telah memahami dan menerima penjelasan kami.

DHARMAWAN P. HADAD,
Corporate Secretary
PT Bank Syariah Mandiri

Air PDAM Mampet Lagi

SAYA pelanggan PDAM dengan nomor 4273098. Sudah dua minggu, air di rumah mampet. Hampir tiap hari saya menelepon nomor pengaduan PDAM, jawabannya, saya cuma disuruh menunggu atau masih dalam penanganan. Terus sampai kapan kami sekeluarga tidak mampet?

Ketika saya menelepon telexi PDAM, jawabannya sedang ada pekerjaan air telexi. Sebaiknya saya menunggu pukul 03.00 pagi, tetap sama tidak keluar airnya. Dua kali saya meminta bantuan air tangki PDAM, tapi juga tidak datang. Apa ini standar pelayanan publik?

DONNY SETIAWAN INDR,
Perum Dreaming Land, Surabaya, 081.331070xxx

Ahli Waris Ajukan Klaim

KAMI adalah ahli waris dari Robianto Matalie di Panin Dai-ichi Life dengan no polis 01479/02/M-/DI. Sejak 17 Februari, kami mengajukan klaim asuransi ke kantor Panin Dai-ichi Life Surabaya di Jalan Bidasan. Data sudah kami lengkapi sesuai permintaan. Tapi, sampai sekarang kami belum mendapatkan kepastian.

Phak asuransi mengaku masih mencari file datanya. Sebab, sistemnya masih manual. Berdasarkan, mereka mengklaim dana asuransi "mungkin" sudah dicairkan. Padahal, kami sebagai ahli waris tidak pernah menerimanya.

Kalau memang sudah dibayarkan, kami minta buktinya. Tapi, lagi-lagi jawabannya adalah kami masih dicari karena disamping oleh vendor. Kami cuma disuruh menunggu dan menunggu.

OEI SETIAWAN,
Citraland, Surabaya,
081.703001xxx

Sudah Transfer, Tak Terverifikasi

SAYA membeli kipas angin mobil otomatis tenaga surya melalui aplikasi *Bukalapak* dengan pembayaran via transfer pada 13 Mei. Nomor resi saya BLJ71136WJUCJNN. Transfer saya tidak terlambat karena 1,5 jam setelah pesan langsung saya transfer. Lama saya tunggu, pembayaran saya tidak terverifikasi oleh sistem *Bukalapak*.

Kesalahan pagi saya kepat saat mendapat e-mail konfirmasi dari *Bukalapak* bahwa pesanan saya dibatalkan. Saya dinyatakan belum mentransfer sampai dengan waktu yang ditentukan akan kadaluarsa. Mohon *Bukalapak* dapat segera *me-refund* dana tersebut ke *Buka Dompet* saya. Saya sudah mengirim e-mail ke *cs@bukalapak*, tapi hanya mendapat jawaban "terima kasih". Itu pun hanya berupa e-mail auto reply.

SOEHRTO,
Dosa Kalen, Kandangan,
Lamongan, 08593066xxx

Jawa Pos

Penyunting Redaksi/Perwakilan Jember: Marsudi Nurhidat P.
Wakil Penyunting Redaksi: ...
Manajemen: ...
Redaksi: ...
Korresponden: ...
Penyunting: ...
Editor: ...
Desainer: ...
Manajemen: ...

Marketing: ...
Manajemen: ...
Redaksi: ...
Penyunting: ...
Editor: ...
Desainer: ...
Manajemen: ...

Manajemen: ...
Redaksi: ...
Penyunting: ...
Editor: ...
Desainer: ...
Manajemen: ...

Manajemen: ...
Redaksi: ...
Penyunting: ...
Editor: ...
Desainer: ...
Manajemen: ...

Manajemen: ...
Redaksi: ...
Penyunting: ...
Editor: ...
Desainer: ...
Manajemen: ...

Keinovatifan Manufaktur Produk Tiongkok

ORIGINALITY REPORT

2%

SIMILARITY INDEX

2%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

belitongekspres.co.id

Internet Source

1%

2

www.jawapos.com

Internet Source

1%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 1%