Perusahaan start up adalah organisasi yang haus pengetahuan dan doyan belajar.

Tigor Tambunan,
Dosen Sekolah Tinggi Teknik Surabaya

Tajuk

Mengingat Indonesia

Harris Hadinata

Musim kampanye resmi dimulai tanggal 23 April tahun depan, para pasangan calon presiden dan wakil presiden, serta para calon anggota DPR, DPD dan DPRD akan sibuk mempromosikan berbagai program kerja dan janji-janji bila mereka terpilih kelak.

Kemarin, para pasangan calon presiden dan wakil presiden serta partai politik dan organisasi pendukung para calon tersebut mengikuti deklarasi kampanye damai. Memang, deklarasi yang digelar Komisi Pemilihan Umum (KPU) tersebut diwarnai insiden yang kurang mengenakkan.

Ketua Umum Partai Demokrat Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) kemarin meninggalkan acara deklarasi saat acara tersebut masih berlangsung. SBY beserta istri dan kedua anaknya memilih *walk out* dari acara tersebut karena merasa diperlakukan tidak adil.

Kejadian ini lantas memicu reaksi dari kedua kubu calon presiden dan calon wakil presiden tersebut. Beberapa petinggi Partai Demokrat menilai pendukung Joko Widodo melakukan hal yang tidak semestinya dan meminta KPU bertanggungjawab atas pelanggaran tersebut. Mereka juga meminta pendukung Jokowi meminta maaf. Sebaliknya, kelompok pendukung Jokowi tentu merasa tidak melakukan kesalahan dan menolak meminta maaf.

Kondisi ini lantas memicu debat panas di antara warganet, terutama yang menjadi *die hard fans* dari para pasangan capres dan cawapres. Tak lama setelah deklarasi kampanye damai usai, di dunia maya justru terjadi saling serang antara pendukung masing-masing pasangan capres dan cawapres.

Memang, tidak semua pendukung ikut saling serang. Ada beberapa pendukung masing-masing capres dan cawapres justru berusaha mengingatkan rekan-rekan mereka agar tidak terseret debat kusir di media sosial. Toh, tetap saja jagad dunia maya ramai akibat saling serang antara kedua pendukung pasangan capres dan cawapres.

Semua ini terjadi di hari pertama kampanye. Padahal, kampanye bakal berlangsung hingga tujuh bulan ke depan. Tentu bakal tidak nyaman kalau setiap hari terjadi perdebatan panas soal capres dan cawapres jagoan masing-masing.

Belum lagi dalam perdebatan tersebut diikuti dengan penyebaran *hoax*. Perlu diingat, pemilihan umum bukan sekadar soal Jokowi atau Prabowo. Hasil pemilu nantinya akan menentukan masa depan Indonesia. Jadi, mari mengingat Indonesia dalam pemilu ini. ■

Surat

Proses Pemesanan SBR 004 di BNI Mengecewakan

Penerbitan *saving bond ritel* (SBR) 004 membuat senang banyak orang, termasuk saya. Intinya, warga masyarakat kebanyakan bisa membeli surat utang negara yang biasanya menjadi langganan para pemodal besar, terutama investor kakap dari luar negeri.

Saya pun berniat membeli SBR 004 tersebut. Apalagi imbal hasil yang ditawarkan termasuk menggiurkan, lebih besar dari bunga deposito yakni sekitar 8,05% per tahun. Kebetulan salah satu perpetual obligasi ritel tersebut adalah BNI.

Tapi memang ada beberapa syarat yang harus saya lakukan untuk bisa mendapatkan dan membeli SBR 004. Salah satunya adalah saya harus punya *single investor identification* (SID). Ini adalah nomor tunggal identitas investor pasar modal indonesia yang diterbitkan oleh KSEI.

Akhirnya, pada akhir Agustus kemarin, tepatnya 31 Agustus 2018, saya pergi ke salah satu cabang BNI dengan maksud membeli obligasi tersebut. Sebelum bisa mendapatkan SBR 004, saya diharuskan punya SID. Di hari itu juga saya langsung mendaftar dan mengisi formulir pendaftaran sekaligus membayar dua buah meterai.

Petugas layanan bank mengatakan ke saya bahwa proses pembuatan SID tersebut akan memakan waktu dua hari. Memang adanya SID ini penting bagi pembeli obligasi ritel. Sebab pembelian obligasi ritel, termasuk juga SBR 004, hanya bisa dilakukan secara digital. Khusus pembelian di BNI prosesnya lewat BNI Mobile. Dan tentu salah satu notifikasinya adalah dengan memasukkan SID tersebut.

Setelah dua hari, saya pun kembali menghubungi petugas bank yang bersangkutan. Tapi si petugas menyebut bahwa SID saya belum juga jadi.

Kembali saya terus menanyakan ke petugas yang bersangkutan, tapi jawabannya tetap saja sama. Sampai dengan batas akhir pembelian SBR 004 yang jatuh pada 13 September 2018 yang lalu, nomor SID saya juga tidak kunjung keluar.

Melihat proses yang ribet seperti itu, saya kembali bertanya kepada pihak BNI dan tentunya pemerintah. Bila pemerintah ingin meminta tolong ke rakyat untuk membeli surat utang negara dalam bentuk rupiah, seharusnya tidak perlu dipersulit. Apakah karena pembeliannya dalam bentuk ritel atau receh? Bila ya, sungguh amat disayangkan.

D Kartini,
Kebayoran Lama, Jakarta Selatan

SMS

Kampanye damai menjadi komitmen kedua pasangan capres dan tim pemenangan mereka. Kami berharap, komitmen tersebut dipegang teguh oleh keduanya beserta tim masing-masing.
Sayang, saat karnaval deklarasi kampanye damai, justru ada salah satu tokoh nasional yang menunjukkan sikap yang melanggar komitmen sendiri.
Entah, apa pun tujuannya, semoga masyarakat Indonesia juga bisa belajar bersikap dewasa dan menunjukkan kualitasnya, bahwa kedamaian dan kenyamanan bagi semua warga negara tetap yang utama.

Hp 0812801xxxx

Hp 0811271xxxx

Di Cileungsi yang menjadi kawasan industri, kebanyakan truk besar di sepanjang jalan menjadi penandangan lazim. Hanya, kondisi jalan tak sebanding dengan moda transportasi yang melaluinya. Jalan yang sempit akhirnya menimbulkan kemacetan. Saat malam hari, jalan juga gelap karena tak ada lampu jalan. Semoga kondisi ini tak luput dari perhatian pemerintah baru.

Hp 0812801xxxx

Kirim SMS Anda
081808 566826

Surat dan Pendapat

Gedung KONTAN
Jl. Kebayoran Lama
No. 1119 Jakarta 12210

Telephone
021-536-1289, 532-8134, 535-7536

Fax 021 - 535-7633

red@kontan.co.id

Opini

Kedewasaan Kelas Dunia Ala Digital Start Up

Tigor Tambunan,
Dosen Teknik Industri
Sekolah Tinggi Teknik Surabaya

Sejak tahun 1990-an hingga hari ini, kelahiran perusahaan digital (digital start up) yang pesat merupakan fenomena dalam manajemen strategis di seluruh dunia. *Startupranking.com* membuat publikasikan hasil risetnya bahwa di negeri ini terdapat 1,887 perusahaan start up. Hasil tersebut menempatkan Indonesia berada di peringkat enam dunia sebagai negara penghasil digital start up terbanyak setelah Amerika Serikat (AS), India, Inggris, Kanada, dan Jerman. Jumlah yang belum mencatatkan diri, tentu lebih besar.

Adapun peringkat pertama perusahaan start up Indonesia versi *startupranking.com* saat ini adalah Bukapadak. Perusahaan ini ternyata mengandalkan inovasi teknologi yang berkelanjutan yang menjadi kekuatan situs itu sejak didirikan tujuh tahun lalu.

Peluncuran aplikasi Android, dilanjutkan dengan penyediaan fitur yang membuat pembeli tidak perlu melakukan registrasi akun terlebih dahulu ketika akan membeli barang, menjadi dua contoh kecil inovasi digital yang pernah dilakukan perusahaan *marketplace* tersebut.

Sumber digital menyebutkan, inovasi jadi rutinitas di start up ini karena mereka konsisten mencari talenta potensial. Beberapa kualifikasi utamanya adalah memiliki kapabilitas pembelajaran yang memadai serta harus menjadi pribadi yang senang berbagi ilmu ke sesama rekan.

Fakta manajemen talenta tersebut mengkonfirmasi hasil sebuah penelitian di Taiwan tentang pengaruh kesesuaian rekan kerja *(partner match)* dalam proses pembelajaran organisasinya. Tujuannya adalah supaya bisa menghasilkan inovasi teknologi yang efektif.

Peringkat kedua perusahaan startup Indonesia versi *Startupranking.com* ditempati Blibli. Inisiasi start up ini agak berbeda dibandingkan start up Indonesia pada umumnya. Blibli adalah produk salah satu anak perusahaan rokok nasional yang bergerak di industri digital. Sejak berdiri, Blibli telah bekerja sama dengan beberapa perusahaan kelas dunia di berbagai bidang.

Jejak digital mencatat, start up berkonsep belanja online ala mal ini telah melakukan berkali-kali perubahan tampilan situsnya dalam rentang waktu mulai dari tahun 2012 sampai dengan sekarang. Dalam perjalanan bisnisnya, Blibli telah berkali-kali melakukan perubahan teknologi dan situs mereka di dunia maya. Perubahan-perubahan tersebut dilakukan setelah mereka mendapat masukan dari pengguna Blibli dan evaluasi dari tim teknologi internal. Pelajaran pentingnya di sini adalah bahwa Blibli bersedia "mendengar dan belajar" dari berbagai pihak.

Sukar rasanya tidak menyebut Tokopedia ketika berbicara tentang start up Indonesia. Perusahaan start up yang pernah menduduki peringkat teratas Indonesia versi *Startupranking.com* ini memiliki konsep online *marketplace* yang terasa aman bagi pemilik usaha kecil.

Berbeda dengan perusahaan-perusahaan start up "tempo duloe" yang menyibukkan diri mencari posisi strategis di benak konsumen bagi *brand* mereka, pendiri Tokopedia berkutat dengan usaha memperbaiki isi dan layanan dalam online *marketplace* yang dibangun. Keuntungan finansial "belum" jadi target utama kinerja perusahaan. Pemikiran inilah sepertinya yang mendorong lahirnya inovasi-inovasi digital yang produktif dalam start up ini secara berkelanjutan.

Gambaran singkat tentang unicorn pertama di Indonesia tersebut memperkuat temuan Sveiby (2001) dalam studinya tentang teori perusahaan berbasis pengetahuan. Tokopedia menjadi perusahaan yang haus pengetahuan sejak berdiri. Proses pembelajaran secara berkelanjutan dilakukan secara internal dan dengan pihak eksternal yang direkam secara formal lewat internet.

Ketiga contoh tadi menunjukkan betapa banyak tindakan organisasi "tidak lazim" yang terjadi dalam perusahaan start up. Budaya organisasi unik ala perusahaan teknologi kelas dunia yang sudah masuk tahap matang seperti Google atau Facebook dihadirkan di pertisahaan-perusahaan start up di Indonesia yang umumnya dimiliki anak-anak muda.

Dewasa dalam organisasi

Atasan dan bawahan adalah rekan kerja. Tempat kerja dirancang supaya bisa jadi rumah kedua bagi setiap pekerja. Fasilitas olahraga, musik, makan, dan minum siap dinikmati dengan fleksibilitas sangat tinggi dan gratis!

Bekerja adalah kegiatan yang menyenangkan. Budaya organisasi seperti inilah yang membuat para karyawan Bukalapak, Blibli, dan para *nakama*, sebutan untuk karyawan Tokopedia yang berarti kawan (bahasa Jepang), banyak menguntungkan kesaksian positif tentang nikmatnya bekerja di perusahaan-perusahaan start up tersebut dalam blog-blog pribadi mereka.

Kisah singkat tiga perusahaan start up di Indonesia tersebut menunjukkan beberapa fenomena menarik, setidaknya dalam konteks Indonesia.

Pertama, perusahaan-perusahaan start up tersebut adalah organisasi yang haus pengetahuan dan doyan belajar. Yang menarik, pembelajaran dalam start up adalah proses organisasi dan cenderung bersifat kolaboratif.

Jadi bukan lagi individual seperti pada umumnya perusahaan start up *(introduction stage)* di masa lalu. Makin menarik, karena mereka bersedia belajar dari mana saja, tidak ada kata gengsi.

Kedua, digital start up membiasakan diri melakukan hal-hal yang tidak biasa dengan kecepatan luar biasa. Jadi perubahan adalah suatu kebiasaan.

Ketiga, meski masih baru lahir (namanya saja start up atau usaha rintisan), para perusahaan pemula tersebut tentu sangat dewasa dan berkelas dunia dalam urusan budaya organisasi.

Dahaga terhadap nuansa kebersamaan (organisasional) dia start up, bisa jadi sebuah fenomena organisasional yang makin langka dijumpai dalam perusahaan-perusahaan senior di negeri ini. Sepertinya ada fenomena bekerja adalah hal yang menyenangkan. *Labor ipse voluptas!*

Jadi, perusahaan start up bukanlah kumpulan generasi milenial yang dewasa sebelum waktunya. Perusahaan start up adalah kumpulan generasi milenial yang tahu bagaimana bersikap dewasa menghadapi perubahan waktu.

Lagi pula, bukankah begitu cara setiap calon raja harus bersikap ketika harus menduduki tahta di usia muda? ■

Trending Topic's www.kontan.co.id

NAFTA Tanpa Kanada?

AMERIKA Serikat (AS) semakin dekat untuk mencapai kesepakatan perdagangan bebas Amerika Utara (NAFTA) dengan Meksiko. Namun hingga kini, AS dan Kanada masih belum menyetujui persyaratan terburu untuk kesepakatan NAFTA.

Menteri Luar Negeri Kanada Chrystia Freeland meninggalkan Washington, Kamis lalu, setelah pembicaraan tak menghasilkan kesepakatan. Juru bicara Freeland mengatakan, Kanada tak akan didorong oleh tenggat waktu tetapi bagaimana bisa mencapai kesepakatan yang bagus.

Seorang pejabat Gedung Putih senior pada hari Jumat lalu berharap Kanada akan setuju untuk bergabung dengan kesepakatan perdagangan AS-Meksiko pada akhir bulan ini. Dia yakin anggota parlemen AS akan mendukung kesepakatan bilateral dengan Meksiko jika itu tidak terjadi.

Namun Kanada tidak percaya Presiden AS Donald Trump memiliki kekuatan secara sepihak untuk mengubah NAFTA menjadi perjanjian di antara dua negara. Kelompok bisnis AS dan beberapa senior Partai Demokrat mengatakan NAFTA harus dipertahankan sebagai perjanjian dagang trilateral.

Khomarul Hidayat

Bank Yakin Kredit Tumbuh

SEJUMLAH bank besar optimistis kinerja penyaluran kredit kuartal III 2018 bisa tumbuh dua digit. Hal ini tercermin dari realisasi awal kuartal III 2018.

Di BTN, kenaikan kredit tersebut didukung oleh relaksasi *loan to value* (LTV). Kredit juga tertorong oleh potensi pasar kredit pemilikan rumah (KPR) tertumna menengah ke bawah yang cukup besar. Sedang Bank OCBC NISP mencatat pertumbuhan kredit masih sesuai rencana.

Sementara, pertumbuhan kredit BCA sampai Juli 2018 ditunjang oleh sektor korporasi, komersial dan UKM. Jika dibihat dari sektor kredit, modal kerja menjadi salah satu pendorong pertumbuhan kredit BCA.

Pertumbuhan kredit Bank Mayapada juga kurang lebih sama dengan pertumbuhan kredit yang dicetak oleh industri. Pasalnya, pertumbuhan sektor ril sudah lebih baik.

Galvan Yudistira

Prediksi IHSG Melemah

INDEKS Harga Saham Gabungan (IHSG) menguat di akhir pekan lalu. Menurut analis, penguatan didorong oleh saham sektor industri dasar dan pertambangan. Indeks juga naik terangkat optimisme investor setelah faktor global mulai kondusif dan nilai tukar rupiah mulai stabil.

Namun, IHSG diprediksi melemah hari ini. Penyebabnya, investor cenderung mengantisipasi keputusan the Fed dan suku bunga Bank Indonesia (BI).

Anna Maria Anggita Risang

Kontan

Penerbit PT Grahanusa Mediatama Surat Izin: Surat Keputusan Menpen Nomor 307/ SIUPP/B.1/1996, tanggal 19 Maret 1996. **Direktur:** Lukas Widjaja, Ardian Taufik Gesuri **Pemimpin Redaksi/ Penanggung Jawab:** Ardian Taufik Gesuri **Dewan Redaksi:** Ardian Taufik Gesuri, Mesti Sinaga, Hasbi Maulana, Hendrika Yunapritta, Djumyati Partawidjaja, Titis Nurdiana, Bagus Marsudi, Ahmad Febrian, Markus Sumartomjon, R. Cipta Wahyana, Barly Haliem Noe, Johana Ani Kristanti, Harris Hadinata, Thomas Hadiwinata, Yuwono Triatmodjo, Khomarul Hidayat, Syamsul Ashar, SS Kurniawan, Havid Vebri, Wahyu Lilin, Azis Husaini, Anna Suci Perwitasari, Yudho Winarto, Dikky Setiawan, Herlina Kartika D., A. Herry Prasetyo, Tedy Gumilar, Fahriyadi, Ragil Nugroho, Nina Dwiantika, Petrus Dabu, Noverius Laoli, Handoyo, Narita Indrastiti, Dadan M. Ramdan, Tendi Mahadi, Marantina Napitu, Merlinda Riska, Agus Triyono, Ignaha M. Sri Sayekti, Dhyasa Hanin F, Tri Sulistiowati, Agung Jatmiko, Galvan Yudistira, Adinda Ade Mustami, Dwiriyanto, Elisabeth Adventa Galuh, Arsy Ani Sucianingsih, Eldo Christoffel Rafael, Elisabet Lisa, Umi Kulsum, Danielisa Putriadita, Agung Hidayat **Sekretariat Redaksi:** Pipih Nurtapioh **Manager Produksi** Markus Sumartomjon, R. Cipta Wahyana **Fotografer:** Achmad Fauzie, Carolus Agus Waluyo, Wicaksono Daniel Prabowo, Cheppy A. Muchlis, Muradi, Baihaki, Fransiskus Parulian **Penyelaras Warna:** Pandji Riswiani, Priyanto, Nugroho, **GM Bisnis:** R. Cipta Wahyana **Iklan:** Aris Achmadi, Kisang Wahyu P., Indah Sulistyarini M., FX Tutur Wibowo, Adhika Kirana, Christoporus Adesta, Wendi Setiyo Utomo, Cecilia Maggie Quesada, **Marketing & Sirculation:** Agustinus B. Permana, Thomas Y. Widyanto, Renggo Kutut Kujantoko, Gusmaiwan Lubis, Lucky Alan **KontanAcademy:** Margaretha Matasak, Guida S. Raditya, Selatan 10270 **Sirkulasi:** Gedung KOMPAS: Jalan Gajah mada No. 109-110A Jakarta 11140 **Telepon:** Redaksi (021) 535 7636, 532 8134, Iklan (021) 536 79909, 548 3008 **Faksimile:** Redaksi: (021) 535 7633, Iklan: (021) 5369 9080, Sirkulasi (021) 260 0972 **E-mail:** red@kontan.co.id, **Web site:** www.kontan.co.id, Dicetak oleh: Percetakan **PT Gramedia** Jl. Palmerah Selatan 22-28, Jakarta 10270, Isi di luar tanggung jawab percetakan. **Tarif Iklan Harian Kontan 2018: Reguler** BW min 40 mmk 42.500/mmk, FC min 600 mmk 67.000/mmk, **Advertorial Pariwara** (min 810 mmk) BW 46.000/mmk, FC FC 6.600.000/1x terbit, **Sponsor, Halaman 1**, FC 134.000/mmk, **Di luar Halaman**, BW 64.000/mmk, FC 101.000/mmk, **Headline**, FC 101.000/mmk, **Sponsor Navigasi halaman 1** (80 mm x 20 mm, 26x terbit), FC 88.000.000/paket, **Banner halaman 1**, 7 x 50 mmk, 1x terbit FC 42.375.000/mmk, 7 x 70 mmk, 1x terbit FC 59.892.000/mmk, **Laporan Keuangan / Prospektus / RUPS /Neraca** (8 kolom), BW 18.000/mmk, FC 27.000/mmk, **Klasiva, Island Ad**, BW 61.500/mmk, FC 63.500/mmk, (BW min 450mmk • FC min 810mm • max 1890mmk), **Kolom**, BW 26.500/mmk, **Baris** (minimum 96 karakter), BW 450/karakter, **Paket** A, 26x terbit, 1 x 50 mmk : FC 7.500.000, 1 x 100 mmk : FC 14.000.000, 2 x 50 mmk : FC 14.000.000, 2 x 100 mmk : FC 26.000.000, **Paket B**, 13x terbit, 1 x 50 mmk : FC 4.600.000, 1 x 100 mmk : FC 8.500.000, 2 x 50 mmk : FC 8.500.000, 2 x 100 mmk : FC 15.600.000, *Minimum uk. FC 600mmk • Tarif belum termasuk diskon Agensi & PPN 10%. tarif berlaku 1 januari 2018, harga dalam IDR.

Sertifikat Dewan Pers
No: 109/DP-Terverifikasi/K/X/2017

Isi iklan menjadi tanggung jawab pemasang iklan, KONTAN tidak bertanggung jawab atas materi iklan.

WARTAWAN "KONTAN" SELALU DIBEKALI TANDA PENGENAL, DAN TIDAK DIPERKENANKAN MENERIMA ATAU MEMINTA APA PUN DARI NARA SUMBER