

TAJUK RENCANA

Menguji Kredibilitas KPK

PERKEMBANGAN penanganan kasus cecis Bank Bali Djoko S Tjandra makin menarik dan memancing keingintahuan publik. Bahwa kasus tersebut melibatkan pejabat penegak hukum, baik dari Kejaksaan Agung (Kejagung) maupun Polri, sudah terekspos jelas di berbagai media massa. Namun, siapa aktor intelektual di balik kasus tersebut, masih belum jelas atau masih samar-samar, sehingga tak bisa dihindari muncul beragam spekulasi.

Kini, meskipun kasus Djoko belum diambil alih KPK, setidaknya telah ada langkah konkret untuk menelusuri sejauh mana penanganan kasus ini, yakni melalui langkah supervisi. Wakil Ketua KPK Alexander Marwata telah menyatakan keinginannya untuk mendapatkan gambaran utuh kasus tersebut. Misalnya, mengapa Djoko menyuap pejabat di Kejagung dan Polri, apakah kasus penyuaian itu berdiri sendiri dan sebagainya. Itulah yang kini di dalam KPK sehingga lembaga antikorupsi ini melakukan gelar perkara dalam kaitan tugas koordinasi dan supervisi.

Hemat kita, jauh lebih penting dari itu adalah transparansi penanganan perkara Djoko, termasuk kemungkinan adanya pihak lain yang terlibat dalam kasus tersebut. Alexander berjanji akan mendorong dua instansi penegak hukum yakni Kejagung dan kepolisian untuk terus menelusuri kemungkinan pihak lain yang terlibat selain yang sudah ditetapkan sebagai tersangka kasus ini.

Seperti sudah diumumkan dalam perkembangan penyidikan, setidaknya Polri telah menemukan empat tersangka dalam kasus penghilangan *red notice* Djoko Tjandra. Namun, apa tujuan penghapusan *red notice* tersebut, masih belum ditelusuri, apakah dalam kaitan pemulisan Djoko mengajukan peninjauan kembali (PK), atau lainnya. Kita tentu menginginkan siapa-

pun yang terlibat dalam kasus tersebut diumumkan kepada publik.

Rasanya sudah bukan saatnya lagi untuk menutup-nutupi keterlibatan pejabat atau siapapun dalam penanganan kasus Djoko, terlebih sudah banyak fakta yang terungkap di media. Kita sepakat semua fakta memang harus diuji di persidangan, karena itulah satu-satunya cara menguji fakta secara yuridis. Meski begitu, publik akan mudah menilai apakah kasus tersebut direkayasa atau tidak, mengingat telanjur banyak fakta yang terekspos ke media.

Dalam konteks itulah kita memprediksi bakal ada kejutan yang dilakukan KPK sebagai institusi yang melakukan supervisi terhadap penanganan kasus oleh dua lembaga penegak hukum, yakni Kejagung dan Polri. Akan muncul pertanyaan menarik, apakah KPK akan berani transparan mengungkap kasus ini, mengingat lembaga antirasuah ini anggotanya antara lain berasal dari dua institusi yang sedang disupervisi?

Dengan kalimat agak berbeda, Kredibilitas KPK sedang diuji, apakah mampu bersikap independen dan objektif. Meski KPK belum atau tidak mengambil alih kasus Djoko, namun setidaknya publik menaruh harapan besar agar lembaga antikorupsi ini benar-benar profesional dan kembali mendapat kepercayaan masyarakat dalam penanganan kasus-kasus korupsi. Persidangan etik yang sedang dijalani Ketua KPK Firdi Bahuri (kasus penggunaan helikopter dalam tugas) diharapkan tidak mempengaruhi penanganan kasus Djoko. Apalagi, kini siapapun bisa mengawasi kinerja KPK dan bisa bersuara keras bila terjadi penyimpangan. Kita hanya berharap kasus Djoko S Tjandra bisa diungkap tuntas, untuk kemudian menjadi pelajaran berharga bagi bangsa ini untuk tidak bermain-main dengan hukum. □

Memahami Ketangguhan Bank Syariah

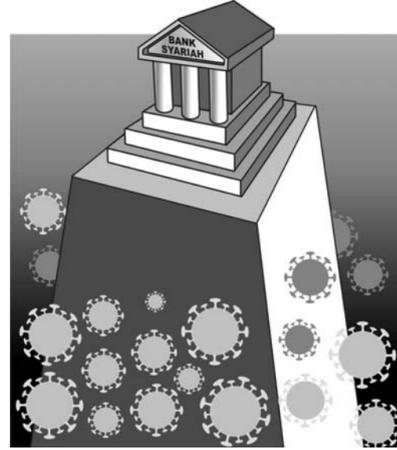
Agus Triyanta

POST Covid-19 era, sebagaimana prediksi banyak ahli dan lembaga terpercaya lintasnegara, adalah sebuah krisis : krisis ekonomi, politik dan sekaligus sosial. Pandemi Covid-19, dengan semua teori dan spekulasi yang berkembang, telah disadari banyak pakar sebagai penyulut krisis ekonomi yang mondial. Namun, sejatinya, krisis bukanlah identik dengan kehancuran. Tepatnya, krisis adalah momentum, atau *turning point* bagi banyak aspek dalam kehidupan. Ada benarnya apa yang dinyatakan ilmuwan Fisika terbesar abad lalu, Albert Einstein, bahwa *in the midst of every crisis lies great opportunity* (di balik setiap krisis, terhampar peluang besar).

Sedikit *set back*, ketika krisis ekonomi menghantam negeri ini lebih dari dua dasawarsa lalu, dunia perbankan porak-poranda. Raksasa-raksasa perbankan dalam negeri berguguran, dan secara massif masuk dalam 'perawatan' Badan Penyelamatan Perbankan Nasional (BPPN). Banyak lembaga perbankan dilikuidasi atau dimergers, tidak terkecuali bank-bank pelat merah. Menariknya, bank syariah, yang ketika itu baru berumur sekitar 6 tahun, dan sebagai satu-satunya pemain bisnis perbankan syariah adalah Bank Muamalat Indonesia, dinilai sebagai bank paling sehat.

Keunikan Karakter

Sekitar satu dasawarsa berikutnya, tepatnya, 2009, sebuah krisis ekonomi juga terjadi, meski lebih menghantam Amerika dan Eropa, namun imbas globalnya juga terasa. Krisis yang bermula dari kasus Sub Prime Mortgage di AS yang membuatnya kelimpungan. Raksasa-raksasa finansial 'sempoyongan' yang kemudian menjadikan awal pemerintahan Obama melakukan *bail out* lebih dari 10 ribu triliun rupiah. Dalam kondisi itulah perkembangan Bank Islam (syariah) di USA diminati dengan produk utama *Islamic mortgage*.



KR-JOKO SANTOSO

an bagi bank. Karena dengan keberadaan aset yang jelas, jika pun pembiayaan masuk pada pembiayaan bermasalah karena memang terpukul krisis atau kesulitan pelunasan dari nasabah, eksekusi akan dapat dilakukan dengan mudah.

Ini jauh berbeda dengan bank konvensional yang tidak memiliki *constraint* serinci bank syariah. Bank konvensional memiliki kebebasan sangat luas, ialah melakukan berbagai transaksi dan menyediakan berbagai produk selama tidak menabrak rambu-rambu *prudential banking principles*. Yakni seperangkat instrumen kehati-hatian yang men-

Kualitas Pariwisata Memasuki Kenormalan Baru

Justin Ali

SETELAH 'jeda' sejak Februari lalu, industri pariwisata memasuki keadaan kenormalan baru. Dalam publikasinya, McKinsey and Company (Juni, 2020) menyatakan, seharusnya saat memasuki keadaan new normal saat ini justru menjadi kesempatan untuk *reinvent* industri perjalanan (*travel*) menjadi tidak saja lebih aman, tapi juga lebih baik - *make it better, not just safer*. Gagasan ini dapat secara luas diterapkan bukan hanya pada industri perjalanan, akan tetapi dapat berlaku pula pada industri pariwisata pada umumnya. Karena industri pariwisata adalah industri yang menjual pengalaman dan di dalamnya sekaligus terkandung pula entitas lain seperti *services, events dan places*.

Untuk mengukur kualitas pelayanan atau jasa, Lovelock dan Wright (2002) menyarankan penggunaan lima dimensi ekspektasi dan persepsi kualitas, yakni : *tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*. Dimensi *tangible* mencakup hal-hal yang bersifat fisik, seperti fasilitas yang bersih, prasarana yang baik, bangunan yang baik dan megah misalnya. Sedangkan dimensi *reliability* mencakup keandalan pelayanan, seperti, transportasi yang tepat waktu, pelayanan yang cepat, ketersediaan fasilitas komunikasi yang baik dan seterusnya.

Menaikkan Target

Pada dimensi *responsiveness* dituntut pelayanan yang ramah dan cepat, pelayanan yang selalu memomorsatkan konsumen sesegera mungkin. Dimensi *assurance* menekankan pada kepastian dan keamanan serta dapat meyakinkan konsumen pada berbagai situasi. Dan yang terakhir dimensi *empathy* mencakup keramah-tamahan, memberikan perhatian khusus pada konsumen, dan melayani dengan hati.

Jika mengacu pada ke lima dimensi di atas, maka harus jujur kita akui bahwa kita masih jauh tertinggal. Dimensi *tangible* lebih mudah diperbaiki dan diting-

katkan kualitasnya. Akan tetapi pada empat dimensi lainnya pekerjaan rumah kita masih banyak karena menyangkut pembenahan *soft-skill* para pelaku industri pariwisata kita tidak mudah dilakukan. Hanya melalui kualitas yang baik di semua lini industri pariwisata kita, maka kita dapat menawarkan *competitive edge* pariwisata kita dalam hal keindahan alam, budaya dan kuliner yang terkenal eksotis di panggung global.

Sejauh ini industri pariwisata kita dari tahun ke tahun hanya berputar pada upaya untuk menaikkan target kunjungan wisatawan dan lama tinggal. Sayangnya upaya itu tanpa diikuti strategi jelas dan tahapan-tahapan terukur untuk mencapainya. Kecuali hanya dengan menambah beberapa tujuan wisata baru. Tahun 2020 (sebelum pandemi Covid-19) misalnya, target kunjungan wisatawan mancanegara adalah 17 juta orang, naik dari 16,107 juta tahun 2019. Akan tetapi pernahkah terpikir kita bagaimana membangun kemampuan berkompetisi?

Menghabiskan Energi

Menjual pariwisata dengan paket murah atau sekadar mengencarkan promosi saja tanpa isi bukanlah jaminan untuk dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dalam pasar yang sangat kompetitif saat ini. Kebijakan-kebijakan yang bersifat reaktif dan sporadis selama ini mencerminkan cara berfikir yang hanya mampu mengobati symptom. Sehingga tidaklah mengherankan jika selama ini kita lebih menghabiskan energi pada *reengineering core process* daripada *reengi-*

neering *core strategies*. Akhirnya kita cenderung jalan di tempat.

Sudah saatnya industri pariwisata kita dibangun dengan berfokus pada strategi perbaikan dan peningkatan kualitas secara konsisten. Dengan strategi dan upaya yang serius — yang melibatkan semua pemangku kepentingan — perbaikan kualitas industri pariwisata kita harus segera dilakukan secara terencana, komprehensif dan dalam jangka panjang secara terukur. Dan hendaknya fokus perbaikan kualitas industri pariwisata kita dilakukan bukan hanya pada dimensi *tangibles*. Namun juga terhadap ke empat dimensi lainnya juga dilakukan secara sungguh-sungguh.

Bukan saaatnya menjalankan *business as usual*. Sementara negara lain melakukan lompatan melalui berbagai terobosan inovasi dan kreativitas yang melampaui cara berfikir linier. □

*) **Ir Justin Ali SE MEng, trainer, konsultan manajemen dan kualitas.**

Persyaratan Menulis

Pembaca yang budiman, terimakasih partisipasinya dalam menulis dan mengirimkan artikel untuk SKH *Kedaulatan Rakyat*. Selanjutnya redaksi hanya menerima tulisan lewat email : opinikr@gmail.com dengan panjang tulisan antara 535 - 575 kata, dengan mengisi subjek mengenai isu yang ditulis serta jangan lupa menampilkan fotocopy identitas. Terimakasih.

*) **Agus Triyanta PhD, Ketua Program Magister Hukum FH UII**

Pikiran Pembaca

Pikiran Pembaca terbuka bagi siapa saja. Naskah dikirim ke kantor Redaksi Kedaulatan Rakyat, Jalan Margo Utomo (P Mangkubumi) 40-42 Yogyakarta 55232 Fax (0274) 563125 Telp (0274) 565685 (Hunting) atau melalui email pikiranpembaca@gmail.com. Naskah dilengkapi fotokopi atau scan identitas diri berikut nomor telepon yang bisa dihubungi. Isi tanggung jawab penulis.

Pembelajaran Sains Cegah Korona

BEKALANGAN ini, jumlah kasus terkonfirmasi positif Covid-19 dan jumlah meninggal karena Covid-19 tidak menurun, tapi justru terus bertambah. Apakah sesungguhnya yang menjadi penyebabnya? Penulis menilai banyak warga masyarakat mulai abai dalam penerapan protokol kesehatan Covid-19. Tidak menggunakan masker, tidak menjaga jarak fisik kemudian banyak pula instansi yang tidak menyediakan sarana untuk mencuci tangan.

Di lain sisi, ternyata masih ada saja kelompok masyarakat yang menilai remeh, bahkan menganggap tidak ada Korona. Perebutan jennazah terpapar Covid-19 oleh keluarga atau kelompok masyarakat masih saja terjadi. Kenyataan inilah agaknya yang kemudian mengakibatkan jumlah orang yang terpapar dan meninggal akibat Korona terus bertambah.

Dalam pandangan penulis sebagai seorang pendidik, rendahnya kesadaran penerapan protokol kesehatan dipengaruhi oleh kesadaran dan penghargaan diri seseorang kepada sains. Jika dirunut jauh ke belakang, maka rendahnya penghargaan sekelompok masyarakat kita kepada sains adalah salah satu kegagalan pendidikan kita selama ini. Sebab sebagai insti-

tusi pendidikan, sekolah melalui proses pembelajaran menanamkan pemahaman pentingnya ilmu pengetahuan dan keterampilan kepada siswa.

Dalam mata pelajaran sains seperti matematika, fisika, kimia dan biologi, siswa belajar bersikap kritis, dan menajamkan penalaran (rasionalitas). Selain sebagai ilmu pengetahuan, siswa juga mempelajari metode ilmiah sebagai ruh yang melahirkan sains itu sendiri. Tentu tidak semua kemudian menjadi seorang ilmuwan, namun seseorang yang telah menempuh pendidikan (minimal hingga taraf sekolah menengah atas) semestinya telah memiliki pemahaman dan penghargaan atas sains.

Penghargaan seseorang akan sains tampak pada perilaku seseorang. Bukankah, kehidupan sehari-hari tidak lepas dari ilmu pengetahuan, karena sesungguhnya sains telah meresap ke berbagai segi kehidupan masyarakat. Di masa pandemi ini, penghargaan seseorang kepada sains tampak pada perilaku tertib menerapkan protokol kesehatan Covid-19. Sebab ia menyadari protokol kesehatan sebagai buah dari para pakar ilmu (sains) kesehatan. □

Agus Manaji, Guru SMKN 3 Yogya dan Staf Bagian Kurikulum.

SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers) No. 127/SK/MENPEN/SIUPP/A.7/1986 tanggal 4 Desember 1990. Anggota SPS. ISSN: 0852-6486.

Penerbit: PT-BP Kedaulatan Rakyat Yogyakarta, Terbit Perdana: Tanggal 27 September 1945.

Perintis: H Samawi (1913 - 1984) M Wonohito (1912 - 1984).

Alamat Kantor Utama dan Redaksi: Jalan Margo Utomo 40, Gowongan, Jetis, Yogyakarta, 55232. Fax (0274) - 563125, Telp (0274) - 565685 (Hunting)

Alamat Percetakan: Jalan RayaYogya - Solo Km 11 Sleman Yogyakarta 55573, Telp (0274) - 496549 dan (0274) - 496449. Isi di luar tanggungjawab peretakan

Alamat Homepage: <http://www.kr.co.id> dan www.krjogja.com. Alamat e-mail: naskahkr@gmail.com. Radio : KR Radio 107.2 FM.

Bank: Bank BNI - Rek: 003.0440.854 Cabang Yogyakarta.

Perwakilan dan Biro:

Jakarta: Jalan Utan Kayu No. 104B, Jakarta Timur 13120, Telp (021) 8563602/Fax (021) 8500529. **Kuasa Direksi:** Ir Ita Indirani. Wakil Kepala Perwakilan: Hariyadi Tata Raharja.

Wartawan : H Imong Dewanto (Kepala Biro), H Ishaq Zubaedi Raqib, Syaifullah Hadmar, Muchlis Ibrahim, Rini Suryati, Ida Lumongga Ritonga.

Semarang : Jalan Lampersari No.62, Semarang, Telp (024) 8315792. Kepala Perwakilan: Budiono Isman, Kepala Biro : Isdiyanto Isman SIP.

Banyumas : Jalan Prof Moh Yamin No 5, Purwokerto, Telp (0281) 622244. Kepala Perwakilan: Ach Pujiyanto SPd. Kepala Biro : Driyanto.

Klaten : Jalan Pandanaran Ruko No 2-3, Bendogantungan Klaten, Telp (0272) 322756. Kepala Perwakilan dan Kepala Biro : Sri Warsiti.

Magelang : Jalan Achmad Yani No 133, Magelang, Telp (0293) 363552. Kepala Perwakilan: Sumiyarsih, Kepala Biro : Drs M Thoha.

Kulonprogo : Jalan Veteran No 16, Wates, Telp (0274) 774738. Kepala Perwakilan : Suprpto, SPd Kepala Biro : Asrul Sani.

Gunungkidul : Jalan Sri Tanjung No 4 Purwosari, Wonosari, Telp (0274) 393562. Kepala Perwakilan: Drs Guno Indarjo.

Kedaulatan Rakyat

Pemimpin Umum: M Wirmon Samawi SE MIB. **Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab:** Drs H Octo Lampito MPd. **Wakil Pemimpin Redaksi:** Drs H Ahmad Luthfie MA. Ronny Sugiantoro SPd, SE, MM. **Redaktur Pelaksana:** Primaswolo Sudjono SPT, Joko Budhiarto, Mussahada. **Manajer Produksi Redaksi:** Ngabdul Wakid. **Redaktur:** Drs Widyo Suprayogi, Dra Hj Fadmi Sustiwi, Dra Prabandari, Isnawan, Benny Kusumawan, Drs H Hudono SH, Drs Swasto Dayanto, Husein Effendi SSI, Hanik Atfiati, MN Hassan, Drs Jayadi K Kastari, Subchan Mustafa, Drs Hasto Sutadi, Muhammad Fauzi SSos, Drs Mukti Haryadi, Retno Wulandari SSos, H M Sobirin, Linggar Sumukti, Drs Sihono HT, Agung Purwandono., **Fotografer:** Effy Widjono Putro, Surya Adi Lesmana. **Grasis:** Joko Santoso SSn, Bagus Wijanarko. **Sekretaris Redaksi:** Dra Hj Supriyatin.

Pemimpin Perusahaan: Fajar Kusumawardhani SE. **Kepala TU Langganan:** Drs Asri Salman, Telp (0274) - 565685 (Hunting)

Manajer Iklan: Agung Susilo SE, Telp (0274) - 565685 (Hunting) Fax: (0274) 555660. E-mail: iklankr.co.id, iklankrky23@yahoo.com, iklankrky13@gmail.com.

Langganan per bulan termasuk 'Kedaulatan Rakyat Minggu'.. Rp 65.000,00, Iklan Umum/Display..Rp 27.500,00/mm klm, Iklan Keluarga...Rp 12.000,00/mm klm, Iklan Baris/Cilik (min. 3 baris, maks. 10 baris). Rp 12.000,00 / baris, Iklan Satu Kolom (min. 30 mm, maks. 100 mm) Rp 12.000,00 /mm klm, Iklan Khusus: Ukuran 1 klm x 45 mm .. Rp 210.000,00, (Wisuda lulus studi D1 s/d S1, Pernikahan, Ulang Tahun) ● Iklan Warna: Full Colour Rp 51.000,00/ mm klm (min. 600 mm klm), Iklan Kuping (2 klm x 40 mm) 500% dari tarif. Iklan Halaman I: 300 % dari tarif (min. 2 klm x 30 mm, maks. 2 klm x 150 mm). Iklan Halaman Terakhir: 200% dari tarif. Tarif iklan tersebut belum termasuk PPN 10%