

TAJUK RENCANA

Respons Aparat Soal Peredaran Miras

JAJARAN Polda DIY tampaknya serius menindaklanjuti aduan Majelis Ulama Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta (MUI DIY), Pimpinan Wilayah Muhammadiyah (PWM) DIY dan Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama (PWNU) DIY terkait maraknya penjualan minuman keras (miras) di tengah-tengah masyarakat. Buktinya jajaran aparat penegak hukum ini melakukan razia miras. Sebagaimana diberitakan koran ini, Polresta Yogyakarta melaksanakan pemusnahan minuman keras hasil Giat Operasi miras dan minuman keras oplosan. Hasil razia mulai 4 Oktober sampai 18 oktober ini sebanyak 2.031 botol terdiri miras pabrikan 972 botol dan miras oplosan 1.058 botol. Selain itu juga ada 4 dirigen berisi miras oplosan dan 21 plastik miras oplosan. Selain itu, petugas Direskrimun Polda DIY juga membongkar *home industry* miras oplosan di wilayah Gamping Sleman. Dengan modus miras oplosan dikemas ulang ke dalam botol kaleng minuman ringan, YFC (terkadang pelakunya), menjualnya secara *online* maupun *offline*.

Peredaran miras di tengah-tengah masyarakat memang sudah mengkhawatirkan. Sebab outlet penjualan minuman haram ini sudah berbarengan di mana-mana. Sebagaimana tertuang dalam pengantar pernyataan sikap yang ditandatangani Dr H Muhammad Ikhwani (Ketua PWM DIY), Dr KH Ahmad Zuhdi Muhdlor (Ketua PWNU DIY) dan Prof Dr Machasin (Ketua Umum MUI DIY), Merebaknya toko-toko miras di DIY sudah tidak bisa ditoleir lagi. Dalam 1-2 tahun terakhir kurang lebih 80 toko miras berdiri di DIY. Kampung-kampung yang dianggap sebagai kampung santri juga disasar toko miras. Kemudahan membeli miras menjadikan masalah bagi warga masyarakat. Kenyataan ini bertentangan dengan Peraturan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 12 Tahun 2015 tentang Pengendalian dan Pengawasan Minuman Beralkohol serta Pelarangan Minuman Oplosan.

Dalam pasal 24 Perda tersebut dijelaskan, (1) Peredaran Minuman Beralkohol dilarang dilakukan pada: a. pemukiman masyarakat; b. minimarket; c. tempat yang berdekatan dengan: 1. tempat peribadatan; 2. lembaga pendidikan; dan 3. rumah sakit. d. gelanggang remaja; e. kaki lima; f. terminal; g. stasiun; h. kios kecil; i. toko; j. penginapan remaja; k. bumi perkemahan; l. warung; m. pasar tradisional; n. tempat keramaian; o. karaoke/rumah musik; p. kafe; q. tempat lain yang tidak berijin; dan r. tempat tertentu lainnya yang ditetapkan oleh Bupati/Walikota.

Kemudian di pasal Pasal 27 dijelaskan, Minuman Beralkohol produksi dalam negeri dan impor golongan A, golongan B dan golongan C dapat dijual secara langsung di a. hotel bintang 3, bintang 4 dan bintang 5; b. hotel selain bintang 3, bintang 4 dan bintang 5 yang mempunyai jumlah pengunjung wisatawan mancanegara paling sedikit 5.000 (lima ribu) orang setiap tahun; c. restoran bintang 3; dan d. bar dan pub yang menyatu dengan hotel bintang 3, bintang 4 dan bintang 5.

Karena itu sudah semestinya kalau aparat penegak hukum melakukan razia miras di tempat-tempat penjualan yang tidak semestinya. Lebih dari itu tempat-tempat atau outlet penjualan miras yang melanggar Perda DIY Nomor 12 tahun 2015 juga ditutup dan tidak boleh beroperasi. Karena itu merupakan pelanggaran dan sudah meresahkan masyarakat. Kita sudah sering mendengar adanya insiden terkait mabuk-mabukan, misalnya orang yang tidak bersalah menjadi korban penusukan orang yang sedang mabuk.

Langkah keprihatinan yang ditempuh MUI DIY, PWNU DIY, dan PWM DIY juga sudah mulai diikuti yang lain, misalnya Forum Ukhuwan Islamiyah (FUI) DIY yang secara tegas melakukan Deklarasi Akbar Perang Melawan Miras. Bisa jadi akan disusul lainnya. Karena itu aparat memang harus tanggap. □-d

Harapan Baru Pada Mendikdasmen 'New'

PRESIDEN Prabowo dan Wakil Presiden Gibran Rakabuming Raka baru saja dilantik dalam Sidang Paripurna Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR) RI di Gedung Nusantara, Kompleks Parlemen, Senayan, Jakarta, Minggu, (20/10/2024). Sidang paripurna dipimpin Ketua MPR RI H Ahmad Muzani. Malam setelah pelantikan diumumkan para pembantu presiden, yakni para menteri yang akan membantu kerja presiden dan dinamai sebutan Kabinet Merah Putih. Siang harinya, Senin, 21 Oktober 2024, Presiden RI Prabowo melantik para menteri, termasuk Menteri Pendidikan Dasar dan Menengah Prof Dr Abdul Muti MED.

Senyampang masih jauh perjalanan kabinet Merah Putih, tidak terkecuali Mendikdasmen, maka dalam tulisan ini mencoba untuk mengucapkan selamat datang dan menyampaikan harapan baru pada Mendikdasmen yang masih *new*. Pendidikan di Indonesia diatur dengan Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 (UU Sisdiknas), yang mengatur poin penting yang meliputi: tujuan pendidikan nasional, jenjang dan jalur pendidikan (dasar, menengah, tinggi), kurikulum dan standar pendidikan, hak anak untuk mendapatkan pendidikan yang layak juga tentang peran guru dan tenaga kependidikan.

Adapun harapan baru tersebut meliputi beberapa hal yang menurut penulis sangat krusial untuk diperhatikan, di antaranya:

Pertama, tentang ujian Nasional. Sejak tahun 2020 ujian nasional diadakan karena berbagai macam kritik. Padahal fungsi ujian nasional di antaranya mengukur pencapaian standar kompetensi lulusan, pemetaan mutu pendidikan, pertimbangan seleksi masuk pendidikan lanjutan, akuntabilitas pendidikan, mendorong motivasi belajar siswa, evaluasi dan perbaikan sistem pendidikan. Mengingat fungsinya tersebut alangkah bijaknya jika ujian nasional diadakan lagi. Agar peserta didik memiliki konsentrasi untuk belajar dan menyiapkan diri menghadapi ujian ini.

Kedua, membincang tentang kurikulum

Akhir Lusono

lum merdeka agaknya perlu dikaji ulang. Perlu dilakukan kajian yang menyeluruh. Dievaluasi hasil penerapannya sejauh ini, baik dari sisi efektivitas dalam meningkatkan kualitas pendidikan maupun kemampuan guru dan sekolah dalam mengimplementasikannya. Jika selama ini banyak sisi kebermanfaatannya maka perlu dilanjutkan. Namun jika yang terjadi adalah sebaliknya, artinya membuat *ribet* para pe-



KR-JOKO SANTOSO

mangku kepentingan maka perlu diganti atau dikembalikan pada kurikulum sebelumnya, yakni kurikulum tiga belas dengan tambahan kurikulum merdeka di bagian yang masih dibutuhkan.

Ketiga, pengembalian mata pelajaran Pendidikan Moral Pancasila dan Pendidikan Sejarah Perjuangan Bangsa sangatlah penting, karena memiliki dampak positif terhadap peserta didik, di antaranya adalah: 1. Penanaman Nilai-Nilai Pancasila, 2. Pembentukan Karakter dan Moral, 3. Pendidikan Kewarganegaraan, 4. Menumbuhkan Rasa Kebersamaan dan Toleransi. 5. Penguatan Identitas Nasional, 6. Mendorong Sikap Bertanggung Jawab, 7. Meningkatkan Kesadaran Hukum dan Sosial, 8. Pembangunan Integritas Pribadi, 9. Peran Positif dalam

Pendidikan di Sekolah. Adapun pelajaran PSPB memiliki nilai positif diantaranya adalah: 1. Menumbuhkan cinta tanah air dan nasionalisme, 2. Memperkuat identitas nasional, 3. Menghormati jasa pahlawan, 4. Menanamkan nilai kepahlawanan seperti keberanian dan pengorbanan, 5. Membangun kesadaran persatuan dan kesatuan, 6. Mengajarkan tanggung jawab generasi muda untuk melanjutkan perjuangan bangsa, 7. Melatih berpikir kritis dan analitis terhadap peristiwa sejarah.

Keempat, penguatan pendidikan agama diperlukan untuk membentuk karakter moral yang baik, serta penanaman nilai etika dan spiritual. Juga guna mendorong keberagaman serta toleransi di tengah masyarakat yang majemuk, sehingga akan tercipta generasi yang tidak hanya cerdas secara intelektual, namun *sense of belonging* terhadap integritas dan akhlak mulia dapat direngkuh.

Empat harapan baru kepada Mendikdasmen *New*. Semoga membawa arah pendidikan kita tidak merdeka tanpa batas. Namun pendidikan dasar dan menengah yang dapat menggali beberapa potensi peserta didik menuju Indonesia Emas 2045 yaitu: kecerdasan intelektual, kecerdasan emosional, kecerdasan sosial, kecerdasan keberagaman, kecerdasan diferensiasi dan kecerdasan adversity. Semoga harapan ini dapat ditindaklanjuti Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah RI. Semoga!!! □-d

***) Dr KRT Akhir Lusono SSn MM CHRMP, Wakil Sekretaris Lembaga Seni Budaya Pimpinan Pusat Muhammadiyah, tinggal di Yogyakarta.**

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 550 - 600 kata, dengan mengisi subjek mengenai isu yang ditulis serta jangan lupa menampilkan fotocopy identitas. Terimakasih.

Kedaulatan Rakyat

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).

Penerus: Dr H Soemadi M Wonohito SH (1985-2008), dr H Gun Nugroho Samawi (2011-2019) **Komisaris Utama:** Imam Satriyadi, SH.

Komisaris: Mohammad Wirmon Samawi, SE., MIB.

Direktur Utama: Drs. H.Mohammad Idham Samawi.

Direktur Keuangan: Yuriani Nugroho Samawi, SE., MM., MSc.

Direktur Pemasaran: Fajar Kusumawardhani SE.

Direktur Produksi: Baskoro Jati Prabowo SSos.

Direktur Litbang, Pengawasan & Bisnis: Yoeke Indra Agung Laksana, SE

Direktur Umum: Ir. Dyah Sardjuningrum Sitawati.

Pemimpin Umum: Drs. H. Mohammad Idham Samawi. **Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab:** Dr Drs H Octo Lampito MPd. **Wakil Pemimpin Redaksi:** Drs H Ahmad Luthfie MA. Dr Ronny Sugiantoro, MM,CHE. **Redaktur Pelaksana:** Primaswolo Sudjono SPt, Joko Budhiarto, Mussahada, Drs Widyo Suprayogi. **Manajer Produksi Redaksi:** Ngabdul Wakid. **Redaktur:** Benny Kusumawan, Drs H Hudono SH, Drs Swasto Dayanto, Husein Effendi SSI, MN Hassan, Drs Jayadi K Kastari, Subhan Mustafa, Drs Hasto Sutadi, Muhammad Fauzi SSos, Drs Mukti Haryadi, Retno Wulandari SSos, H M Sobirin, Linggar Sumukti, Daryanto Widagdo, Latief Noor Rochmans. **Fotografer:** Effy Widjono Putro, Surya Adi Lesmana. **Grasis:** Joko Santoso SSn, Bagus Wijanarko. **Sekretaris Redaksi:** Dra Hj Supriyatin.

Kepala TU Langanan: Drs Asri Salman, Telp (0274) - 565685 (Hunting)
Manajer Iklan: Agung Susilo SE, Telp (0274) - 565685 (Hunting) Fax: (0274) 555660. E-mail: iklan@kr.co.id, iklankryk23@yahoo.com, iklankryk13@gmail.com.

Langganan per bulan termasuk 'Kedaulatan Rakyat Minggu'... Rp 90.000,00, Iklan Umum/Display...Rp 27.500,00/mm klm, Iklan Keluar...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%

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

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

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. .

Wartawan: H Ishaq Zubaeda Raqib, Syaifulhah Hadmar, Muchlis Ibrahim, Rini Suryati, Ida Lumongga Ritonga.

Semarang: Jalan Lempersari No.62, Semarang, Telp (024) 8315792. Kepala Perwakilan: Budiono Isman, Wakil: Irdianto Isman SIP.

Banyumas: Jalan Prof Moh Yamin No. 18, RT 7 RW 03 Karangklesem, Purwokerto Selatan, Telp (0281) 622244. Kepala Perwakilan: Ach Pujiyanto SPd, Wakil: Driyanto.

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

Kulonprogo: Jalan Veteran No 16, Wates, Telp (0274) 774738. Pj. Kepala Perwakilan: Muslikhah. Wakil: Asrul Sani.

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

- Wartawan KR tidak menerima imbalan terkait dengan pemberitaan -
Wartawan KR dilengkapi kartu pers/surat tugas.

Pembelajaran Berharga dari 'Internal Branding'

BERBAGAI pemberitaan terkait menurunnya daya beli konsumen dan isu kesejahteraan karyawan telah menjadi pokok pembahasan pada setiap pertemuan manajerial berbagai perusahaan akhir-akhir ini. Karena itu, berbagai tantangan tersebut harus dibarengi dengan strategi yang tepat.

Sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari proses bisnis, karyawan seyogyanya memahami perannya mulai dari tugas, tanggungjawab dan wewenangnya. Karena itu, perusahaan wajib memberi apresiasi baik secara finansial maupun non finansial bagi karyawannya. Melalui pemahaman akan hubungan karyawan dan perusahaan, peran *internal branding* diperlukan.

Internal branding merupakan kesadaran bahwa karyawan juga adalah pelanggan, sehingga harus diperlakukan dengan baik agar memperoleh kepuasan kerja. *Internal branding* dapat diartikan sebagai upaya perusahaan untuk meyakinkan karyawan untuk merepresentasikan *value* dari perusahaannya di dalam maupun di luar pekerjaannya sehingga menciptakan citra positif bagi perusahaan.

Namun demikian, tidak jarang perusahaan abai dan kurang menyadari bahwa *internal branding* merupakan sesuatu yang krusial. Perusahaan sering membiarkan berbagai kondisi internal yang kurang baik berlalu begitu saja. Menurut Clark et.al (2019) ketidaktahuan perusahaan dalam berkomunikasi dengan cara yang tepat kepada karyawan dan tidak adanya antisipasi waktu dalam penerapan strategi *internal branding*, mengakibatkan kemunduran bagi perusahaan. Belum lagi, adanya pengaruh budaya organisasi, yang menganggap *branding* merupakan hal yang mudah sehingga seringkali strategi *internal branding* tidak berdasarkan data akurat.

Tantangan Bagi Organisasi
Perusahaan tanpa strategi *internal branding* akan tampak dari proses rekrutmen dan seleksi karyawan. Perusahaan tidak memahami apa yang sebenarnya menjadi keunggulannya. Dengan tidak adanya pembeda dengan perusahaan yang lain tersebut, maka sa-

Daniel Yudistya Wardhana

ngat dimungkinkan kandidat yang diterima bukan merupakan *best talent* yang fit dengan *culture* perusahaan.

Demikian juga bagi karyawan internal perusahaan, tidak adanya strategi *internal branding* mengakibatkan karyawan kesulitan untuk merepresentasikan *value* perusahaannya. Karyawan tidak merasa terlibat dengan perusahaan yang berujung pada tidak adanya rasa memiliki dan bangga pada tempat mereka bekerja. Padahal, karyawan diharapkan dapat menunjukkan citra positif perusahaan agar dapat menarik kandidat potensial untuk bergabung.

Walaupun demikian, perusahaan dapat mengedepankan prinsip kolaborasi, yaitu dengan sosialisasi dan konsultasi internal terlebih dahulu, untuk meminimalkan misinformasi dari suatu rencana strategis. Konsultasi dapat dilakukan melalui diskusi dengan para pakar di dalam perusahaan untuk menghindari asumsi yang kurang tepat dan mencapai konsensus.

Menerapkan Internal Branding Secara Efektif

Penerapan *internal branding* dapat dilakukan dengan komunikasi yang intensif dan terbuka dengan karyawan secara formal terdapat maupun informal insidental. Melalui komunikasi tersebut perusahaan dapat menjangkau masukan sebagai dasar perbaikan pelayanan kepada karyawan. Jika karyawan memilih komunikasi informal maka perusahaan harus memfasilitasinya. Apa yang menjadi hasil dalam suatu pertemuan hendaknya ditindaklanjuti dengan seksama, sehingga tidak menjadi pembahasan yang berulang di kemudian hari.

Perusahaan perlu memperhatikan *timing* dan konsistensi dalam berkomunikasi dengan karyawan. Perusahaan perlu bijak dalam melihat kondisi eksternal, apakah ada

kondisi tertentu yang menjadi perhatian karyawan, misal ketika ekonomi memburuk, maka perusahaan dapat menggunakan metode yang lebih luwes, agar pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik.

Sedang konsistensi menitikberatkan pada intensitas komunikasi. Perusahaan diharapkan secara kontinyu mampu menjaga komunikasi efektif dengan karyawan. Seperti halnya konsumen yang baru saja membeli suatu produk, maka proses penjualan bukanlah akhir namun merupakan awal dari rangkaian *customer relationship management* untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen.

Dapat disimpulkan bahwa penerapan *internal branding* yang efektif, komunikasi yang konsisten, dan pengambilan keputusan strategis berbasis data, dan pendekatan yang berpusat pada karyawan dapat membantu meningkatkan keterlibatan, mempertahankan karyawan dan menarik pelamar yang sesuai. Dengan belajar dari tantangan yang diidentifikasi dan menerapkan intervensi yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan daya tarik dan daya saing pada lingkungan bisnisnya. □-d

***) Daniel Yudistya Wardhana SE MEI, Staf Pengajar Departemen Manajemen FBE UAJY.**

Pojok KR

Prabowo: tak dukung makan bergizi, keluar!

-- Program harus jalan dengan baik.

569 WNI jadi operator judi online.
-- Pengawasan judol ini harus lebih ketat.

Penyuluh agama Islam dituntut kreatif.

-- Harus terus bisa tarik perhatian.

Berabe