

Evaluasi Kebijakan Pajak UMKM

PEMERINTAH akhirnya memungut pajak kepada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) beromzet di bawah Rp 4,8 miliar per tahun, dengan tarif sebesar 1% dari omzet. Tapi seharusnya, pajak tersebut dikenakan kepada para pelaku UMKM dengan omzet besar saja. Sebab, kebijakan tersebut akan berdampak pada kelangngan usaha khususnya yang masih mikro dan kecil.

Untuk usaha mikro dan kecil, sebaiknya pemerintah berusaha melakukan hal-hal yang bisa mendorong peningkatan usaha mereka. Misalnya, dengan memberikan berbagai kemudahan dan keringanan termasuk dalam hal pajak, bukan justru membebani mereka.

Pertumbuhan ekonomi yang bagus, khususnya di semester pertama tahun 2013 yang mencapai lebih dari 6%, tentu juga karena didorong oleh sektor kewirausahaan yang kuat termasuk juga oleh UMKM.

Saya berharap pemerintah mengevaluasi kebijakan pajak UMKM. Dengan adanya evaluasi tersebut, hasilnya bisa menjadi bahan acuan pemerintah agar mendorong lebih maju lagi sektor UMKM. Dan, pemerintah bisa lebih melindungi sektor UMKM yang sekarang sedang mengalami berbagai macam persoalan, seperti kenaikan harga BBM bersubsidi dan lain sebagainya.

Anieta Wulandari,
Jl. Semper X No. 25 Cilincing,
Jakarta Utara

Wujudkan Swasembada Daging 2014

KEBUTUHAN daging sapi terus meningkat setiap tahun, apalagi menjelang bulan puasa dan Lebaran. Tahun 2013, konsumsi daging masyarakat diperkirakan menjadi 2,2 kilogram/kapita/tahun. Setiap peningkatan satu gram konsumsi masyarakat perlu tambahan 1,5 juta sapi siap potong untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Cuma masalahnya, harga daging di Indonesia merupakan salah satu yang tertinggi di dunia. Menjelang bulan puasa, harganya bisa menembus Rp 100.000 per kilogram.

Dengan kebutuhan daging yang terus meningkat, pemerintah harus bisa menambah populasi sapi lokal guna mencukupi kebutuhan secara mandiri. Program swasembada daging 2014 harus terlaksana.

Vika Indahsari,
Jl. Sunter Permai Raya No. 23,
Jakarta Utara

Surat & Pendapat

Gedung KONTAN
Jl. Kebayoran Lama No. 1119
Jakarta 12210

Telepon
(021) 535 7636
(021) 532 8134

Faksimili
(021) 535 7633

SMS
0817 0177 738

E-mail
red@kontan.co.id

SMS

KERETA komuter kehilangan 700.000 tiket *single trip* karena penumpang keluar stasiun lewat rel. Ini berarti, sistemnya salah. Lebih celaka lagi kalau tiket *single trip* bisa dipakai berkali-kali di pintu masuk pada hari berbeda.

0852 86213***

PEMERINTAH, kok, sengaja memperbaiki jalan di awal Ramadan sehingga terjadi ke-

macetan, mana harga BBM sudah mahal. Otomatis, bikin kesal pengemudi dan pengguna jalan lainnya. Harapan masyarakat, kan, sebelum Ramadan jalan sudah selesai.

0815 48899***

SEKARANG banyak portal jalan umum perumahan di Jakarta Selatan yang ditutup, padahal dulu oleh pemda dibuka. Bagaimana pemda?

0816 1910***

Refleksi

Evaluasi Kinerja via Crowdsourcing



Jennie S. Bev
Penulis, pengajar, dan pengusaha yang bermukim di Santa Clara, Amerika Serikat

Di era serba *crowd-related*, dimulai dari *crowdsourcing* beramai-ramai mengomentari sesuatu hingga *crowdfunding* seperti Kickstarter untuk mendapatkan dana *startup* dan Obama *Web campaign funding* lengkap dengan *wikinomics*nya, kita juga mengenal *crowdreviewing* seperti Yelp dan *review web sites* lainnya. Kini sudah saatnya evaluasi kinerja (*performance review*) dilakukan secara *crowdsourcing*.

Eric Mosley, CEO dari *Globoforce*, sebuah perusahaan manajemen sumber daya manusia, memopulerkan konsep ini sebagai *crowdsourcing performance review* (CPR). Perusahaan seperti JetBlue, KPMG, dan P&G telah menerapkan sistem ini.

Premis dari CPR adalah menggunakan kekuatan pengakuan sosial untuk mentransformasikan *employee performance* (EP). EP gaya lama dilakukan dengan wawancara maupun survei pendek *multiple choice* beberapa pertanyaan yang jawabannya bisa dipilih oleh penilai. Kinerja pegawai diukur dengan kuantitas hasil dan kualitas yang diawasi oleh atasan atau *stakeholder* lainnya setelah proyek selesai.

Gaya lama ini mempunyai beberapa kelemahan. Di antaranya penilaian tidak seketika

ketika suatu impresi terjadi, bisa dilakukan tanpa data set yang memadai, sudah melalui filtrasi subjektif yang sulit diverifikasi, dan merupakan momok periodik dan bukan sesuatu yang inheren terjadi setiap saat ketika kinerja terjadi.

Realitas menunjukkan, *project management* sangat dibutuhkan dengan tingkat keketatan tinggi agar tercapai hasil yang memadai. Di sinilah EP *review* dengan CPR mengambil peranan. Bisnis-bisnis media termasuk pionir dalam menggunakan media sosial dalam kinerja, seperti *web site* dengan RSS yang dikoneksikan dengan Twitter, Facebook, dan Reddit. Namun banyak perusahaan non media masih yang anti dengan *social networking* maupun internet di tempat kerja.

Padahal, penggunaan Skype sebagai sarana monitor sudah biasa dipakai di Amerika Serikat. Skype memudahkan komunikasi secara teks dan visual tanpa perlu beranjak dari kursi. Berbagai sarana media sosial dan mekanisme *web-based* ini bisa cukup efektif dalam meningkatkan produktivitas.

Penilaian EP gaya lama juga bisa ditanggung *office politics*. Misalnya, atasan yang tak ingin bawahannya lebih baik darinya dalam hal kinerja atau alasan-alasan lain yang tidak masuk akal. Penilaian positif maupun negatif berdasarkan opini subjektif seperti ini berisiko tinggi bagi bawahan. *Low morale* bisa terjadi sebagai akibatnya, yang sebenarnya merupakan antitesis dari EP *review* itu sendiri.

Kendala lain, metode EP *review* konvensional terbatas dalam hal korelasi sejajar antara merit dengan kenaikan gaji, misalnya. Kuantifikasi dan pengukuran di pos-pos yang bukan *sales* sulit dibuatkan metriknya karena muatan subjektif terlalu besar. Bahkan, hanya beberapa segi dari kinerja yang diamati terutama yang kasat

mata. Pertanyaannya, bagaimana inisiatif dan kerja sama tim di-kuantifikasikan untuk diukur?

Para eksekutif yang berpengalaman dalam strategi karier misalnya bisa dengan mudah mengumpulkan "data" kualitatif dalam negosiasi kenaikan gaji. Riset Gallup tahun 2012 menunjukkan, *360-Degree Review* pun mempunyai kelemahan karena penilaian multi-sumber seringkali mengungkap data *performance* yang bertolak belakang. Dengan kata lain, malah membungkam pembaca EP.

Skalabilitas EP *review* konvensional juga sangat terbatas. Bagaimana seorang direktur mengolah opini-opini kualitatif tentang kinerja puluhan bahkan ratusan pekerja? EP *review* dengan *crowdsourcing* juga tidak sempurna tapi daya skalabilitasnya tinggi. Lantas, bagaimana menerapkan *crowdsourcing* dalam EP?

Tesisnya adalah pengetahuan yang disebarluaskan merupakan kontrak sosial dan termanifestasi dalam perbuatan. *Influencer* di suatu *crowd* akan menonjol dan kerjanya mempengaruhi kinerja grup atau tim tersebut. Jadi, lepaskan atribut jabatan dan senioritas walaupun dua hal ini sebenarnya mempunyai andil dalam kemampuan *influencing* seseorang. CPR menggabungkan praktik-praktik dan kebiasaan-kebiasaan kultur organisasi dengan perubahan cepat teknologi dan dunia bisnis.

Atmosfer *happiness* sangat tinggi nilainya dalam CPR. *Happiness* bisa diukur dengan keamanan kerja (*zero accident*), pencapaian tujuan, bekerja bersama-sama (bukan *teamwork* belaka), menyebarkan inspirasi dan motivasi, dan menerapkan keadilan dan merit. *Crowd* mempunyai sifat *herding* di mana *influencer* berskalabilitas bisa meningkatkan semangat kerja, kreativitas, dan inovasi. Selamat ber-*crowdsourcing*. □

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, Marga Raharja, Mesti Sinaga, Hasbi Maulana, Hendrika Yunapripta, Djumyati Partawidjaja, Titis Nurdiana, Bagus Marsudi, Ahmad Febrian, Markus Sumartomdjon, R. Cipta Wahyana, Barly Haliem Noe, Asih Kirana Wardani, Johana Ani Kristanti, Umar Idris, Harris Hadinata, Thomas Hadiwinata, Yuwono Triatmodjo, Khomarul Hidayat, Syamsul Ashar, Arief Ardiansyah, Yura Syahrul, Edy Can, SS Kurniawan, Havid Vebri, Wahyu Tri Rahmawati, Uji Agung Santosa, Asnil Bambani Amri, Lamgiat Siringoringo, Sanny Cicilia, Barratut Taqiyyah, Sandy Baskoro, Ruisa Khoiriyah, Avanty Nurdiana, Adi Wikanto, Dyah Megasari, Dupla Kartini, Ignatius Andri Indradie, Rizki Caturini, Fransiska Firlana S., Anastasia Lilin, Roy Franedy Hutabarat, Amal Ihsan Hadian, Azis Husaini, Dessy Rosalina Pasaribu, Anna Suci Perwitasari, Fitri Nur Arifenie, Yudho Winarto, Diky Setiawan, Herlina Kartika D., Hendra Gunawan, A. Herry Prasetyo, Amailia Putri Hasniawati, Tedy Gumilar, Sofyan Nur Hidayat, Christine Novita, Fahriyadi, Ragil Nugroho, Mona Debora Tobing, Veri Nurhansyah T, Nina Dwiantika, Asep Munazat Zatinika K, Wahyu Satriani Ari Wulan, Dea Chadiza Syafina, Petrus Dabu, Noverius Laoli, Adisti Dini Indreswari, Handoyo, Feri Kristianto, Nariita Indrastiti, Revi Yohana, Muhammad Yazid, Dadan M. Ramdan, Tendi Mahadi, Arif Wicaksono Aryadi, Marantina Napitu, Melati Amaya Dori, Dina Farisah, Agus Triyono, Ignatia M. Sri Sayekti **Manager Produksi & Pengarah Rancang Grafis:** Indra Surya **Rancang Grafis:** Candra Kusmana, Hendrik ST Oloan Tambunan, Steve G.A., Pj. Praksa **Redaktur Foto:** Hendra Suhara **Fotografer:** Achmad Fauzie, Carolus Agus Waluyo, Wicaksono Daniel Prabowo, Cheppy A. Muchlis, Muradi, Baihaki, Fransiskus Parulian **Penyelaras Warna:** Albert Yudistira, Pandji Indra **Riset dan Dokumentasi Foto:** Melly Anne Firdianti, Antun Suhana, Nasrudi Kaisuku **Redaksi Bahasa:** Tri Adi Sarwoko, Catur Ari Wibowo **Perpustakaan dan Pemeliharaan Data:** Deni Riaddy, Dedi Sukanto, Deti Riswiani, Priyanto, Nugroho, **Iklan:** B. Erna Haryati, Sesilia Artanto, Aris Akhmedi, M. Iqbal, Rahgutomo Unggul Pambudi, Risang Wahyu Pradana, Indah Sulistyorini Muslim, Irwin Arief, Gita Suraiya K, Farrel Dewantara, Atika Dana Paramita **Corporate Circulation:** Eko Suranto **Marketing Communication:** Lukminto Wibowo, Juanda Eka Setiawan, Thomas Y. Widyanto, Aldivano Etnagara **By Product:** Guido S. Radityo, Gusmaian Lubis, Ngadirin, Lucky Alan **Alamat Redaksi:** Gedung KONTAN, Jalan Kebayoran Lama No. 1119 Jakarta 12210 **Iklan:** Gedung KOMPAS GRAMEDIA, Jalan Palmerah Selatan No. 22-28 unit II Lt. 2, Jakarta 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, Dicitak oleh: Percetakan PT Gramedia Isi di luar tanggung jawab percetakan. **Tarif Iklan Tabloid Kontan 3013:** Tarif Iklan Reguler/Advertorial Tarif dalam rupiah, Full Colour (FC) min.600 mmk 28,000,-/mmk, Black & White (BW) min.40 mmk 23,000,-/mmk, Iklan "Kuping", FC, ukuran 90 mm x 30 mm (Paket 3 bonus 1), Halaman depan 11,000,000,-/1 kali terbit, Halaman dalam 5,100,000,-/1 kali terbit, Halaman belakang 10,500,000,-/1 kali terbit, Iklan "Banner", FC, ukuran 5 kolom x 50 mm (Paket 3 bonus 1), Halaman depan 30,500,000,-/1 kali terbit, Halaman dalam 7,500,000,-/1 kali terbit, Halaman belakang 15,100,000,-/1 kali terbit, Iklan "Banner" BW, ukuran 5 kolom x 50 mm, Halaman dalam 3,960,000,-/1 kali terbit, Paket Iklan Mini/Koloman, BW, 1 kolom x 100 mm 3,630,000,-/1 kali terbit, 2 kolom x 50mm 3,630,000,-/1 kali terbit, 2 kolom x 100 mm 7,260,000,-/1 kali terbit, Surcharge untuk halaman 3 & 40 (Back cover) 20%, Catatan: Tarif di atas belum termasuk diskon Agensi dan PPN 10%, berlaku 1 Januari 2013, harga dalam IDR.