

# GOOD AND CLEAN GOVERNANCE MENUJU KEDAULATAN OBAT DI INDONESIA

Disampaikan oleh:  
Khamim Zarkasih Putro  
Koordinator Presidium KAHMI DIY

TTL : Kebumen, 27 Februari 1962

**Pekerjaan : Dosen Tetap Program Magister dan Doktor Fak. Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

**Pengalaman Pekerjaan:**

1. **Koordinator BK SMA Muh 1 Yk, SMA Negeri Rongkop Gunungkidul, SMA Muh 6 Yogyakarta**
2. **Ketua STPI Bina Insan Mulia Yogyakarta 2002-2010**
3. **Dosen Luar Biasa di AA YKPN, mm stie ww, STPI BIM Yogyakarta**

**Pengalaman Organisasi**

**1. Ketua Divisi Pelatihan Muballigh Majlis Tabligh PP**

**Koordinator Presidium KAHMI DIY**

1. **Ketua Alumni Pascasarjana UMY**
2. **Keua DPD IKA UNY DIY**
3. **Sektaris Dewan Penasehat HKTI DIY**
4. **Ketua Divisi Pendidikan GMPK**

**Pendidikan :**

**S1 UNY Bimbingan dan Konseling**

**S2 UGM Ketahanan Nasional**

**S3 UMY Psikologi Pendidikan Islam**



**Dr. H. Khamim Zarkasih Putro, M. Si.**  
**085602140141**

# Negara kuat, otokrasi dan demokrasi

- Ada pandangan bahwa negara yang kuat itu mesti otoriter dan buruk. Ini argumen keliru.
- Strong state tidak berhubungan secara langsung dengan otokrasi dan demokrasi. Strong state tidak mesti otokratis, juga tidak mesti demokratis.
- Otokrasi bisa membuat negara kuat, seperti Malaysia dan Singapura.
- Demokrasi bisa membuat negara kuat, tetapi juga bisa membuat negara lemah.
- Negara kuat yang abadi dan berkelanjutan bila ditopang dengan demokrasi sosial: negara yang aktif-responsif, kewargaan yang aktif dan kuat, serta swasta yang tangguh. Contohnya adalah negara-negara Skandinavia (Swedia, Finlandia, Denmark, Norwegia, dan Eslandia).



PENYELENGGARAAN  
MANAJEMEN  
PEMBANGUNAN YANG  
SOLID DAN BERTANGGUNG  
JAWAB SEJALAN DENGAN:

1.  
DEMOKRASI

2.  
PASAR YANG EFISIEN

3.  
HINDARI SALAH  
ALOKASI  
DANA INVESTASI  
YANG LANGKA

4.  
PENCEGAHAN  
KORUPSI SECARA  
POLITIK  
DAN  
ADMINISTRASI

5.  
MENJALANKAN  
DISIPLIN  
ANGGARAN

6.  
MENCIPTAKAN  
LEGAL  
& POLITICAL  
FRAME WORK  
BAGI TUMBUHNYA  
AKTIVITAS  
KEWIRAUSAHAAN

# PRINSIP-PRINSIP GOOD GOVERNANCE

## UNDP

A.  
HUBUNGAN SINEGIS &  
KONSTRUKTIF  
ANTARA:

B.  
KARAKTERISTIK  
SALING MEMPERKUAT DAN TIDAK PARSI

STATE

PRIVATE

COMMUNITY

1  
PARTICIPATION

2.  
RULE OF  
LAW

3.  
TRANSPARAN

4  
RESPONSIVENESS EQUITY

6  
CONCENSUS  
ORIENTATION

7  
EFFECTIVENESS  
AND EFFICIENCY

9  
STRATEGIC  
VISION

8  
ACCOUNTABILITY

# TIGA DOMAIN GOOD AND CLEAN GOVERNANCE

## S T A T E

(Pemerintah): Ciptakan  
POLITIK & HUKUM  
yg kondusif

## COMMUNITY

(Masyarakat): Peran  
aktif & positif dlm  
kegiatan  
EKONOMI  
POLITIK  
SOSIAL

## P R I V A T E

(Swasta): Ciptakan  
PEKERJAAN dan  
PENDAPATAN

# BRAND IMAGE (CITRA DIRI) MENUJU KEDAULATAN OBAT DI INDONESIA

1. Membangun daya tarik bagi pelanggan
2. Memasarkan dan menawarkan produk/layanan
3. Menjual ide dan pelayanan kepada pelanggan melalui  
BRANDING
4. Memberi jalan bagi semua pihak untuk mendapatkan pengakuan dan reputasi melalui perceived value dari pelanggan
5. Brand adalah aset strategik



# BRAND IMAGE

## NEGARA YANG BERHASIL MEMBANGUN BRAND IMAGE (CITRA DIRI)

1. Jerman : Bidang precision engineering
2. Jepang : Produsen elektronik rumah tangga
3. Singapura : Pemerintah yang sangat probisnis
4. Thailand : Produsen buah-buahan
5. China: Produk murah
6. USA : Polisi dunia
7. Indonesia?? KULI, TK/W KORUP PEMBAJAKMISKIN

# BRAND IMAGE

*Bodoh*

*Malas*

*Miskin*

*Pekerja*

# NEW BRAND IMAGE

*BODOH*

PANDAI DAN TERAMPIL

*Malas*

KREATIF DAN INOVATIF

*Miskin*

KAYA DAN SEJAHTERA


*Pekerja*

Wirausahawan

# PERKEMBANGAN LOKAL DAN INTERNASIONAL

1. PEMERINTAHAN MULTI-PARTAI
2. DESENTRALISASI PEMERINTAHAN
3. PERUBAHAN PARADIGMA KEPEREMINTAHAN YANG BAIK DAN BERSIH (GOOD AND CLEAN GOVERNANCE)
4. PERGESERAN POWER (DARI POSISI KE KOMPETENSI)
5. GLOBALISASI DAN ADOPSI TEKNOLOGI INFORMASI
6. EVOLUSI PERKEMBANGAN ORGANISASI

PERSAINGAN: PEREBUTAN

PANGSA PASAR  PANGSA PELUANG

## KEGAGALAN BERSAING

### 1. GAGAL KELUAR DARI KUNGKUNGAN MASA LALU

sulit meninggalkan paradigma lama dalam menyiasati strategi organisasi saat ini

### 2. GAGAL MEMPREDIKSI MASA DEPAN

gagal mengembangkan proses pembelajaran kolektif untuk mengintegrasikan kompetensi inti sebagai bagian dalam menciptakan masa depan

# PROFESIONALISME SDM

## CIRI-CIRI:

- MEMILIKI WAWASAN YANG LUAS DAN DAPAT MEMANDANG MASA DEPAN
- MEMILIKI KOMPETENSI DI BIDANGNYA
- MEMILIKI JIWA KOMPETISI/BERSAING SECARA JUJUR DAN SPORTIF
- MENJUNJUNG TINGGI ETIKA PROFESI
- SINERGI INTELLIGENT-EMOSIONAL-SPIRITUAL QUOTIENT

# KEUNGGULAN BERSAING SUATU PRODUK

1. KETEPATAN WAKTU DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI (TIMING AND KNOW HOW)
2. BIAYA DAN KUALITAS (COST AND QUALITY)
3. KEKUATAN ORGANISASI UNTUK MENGHALANGI PESAING (STRONG HOLDS)
4. KEKUATAN MODAL (DEEP POKETS)

# KEUNGGULAN BERSAING PELAYANAN

1. KUALITAS PELAYANAN
2. KETEPATAN WAKTU
3. KERAMAHAN DALAM PELAYANAN
4. PEMANFAATAN TEKNOLOGI
5. TRANSPARAN (BIAYA; PROSEDUR)



# TRANSFORMASI MANAJEMEN

VISI  
APA YANG INGIN  
DICAPAI?

MISI  
BAGAIMANA  
MENCAPAI  
VISI ?

KOMPETENSI  
BAGAIMANA  
MENINGKATKANNYA

BAGAIMANA  
MAMPU  
BERKOMPTISI ?

PERUBAHAN  
BAGAIMANA  
MENGATASINYA ?

KINERJA:  
BAGAIMANA HASIL, MANFAAT, DAMPAK YANG DIHARAPKA  
DAPAT TERWUJUD ?

# DIMENSI DASAR KUALITAS PELAYANAN JASA

## RESPONSIVENESS

KESEDIAAN MEMBANTU  
PELANGGAN DAN  
MELAYANI TEPAT WAKTU

## RELIABILITY

KEMAMPUAN MENYEDIAKAN/  
MELAKUKAN PELAYANAN  
SECARA HANDAL

## ASSURANCE

JAMINAN, KEPERCAYAAN, MEYAKINKAN,  
KEMAMPUAN, KEAMANAN KERAMAHAN,  
PROFESIONALISME, PEMBERI LAYANAN.

## EMPATHY

MEMBERIKAN PERHATIAN  
PENUH KEPADA PELANGGAN

## TANGIBLE

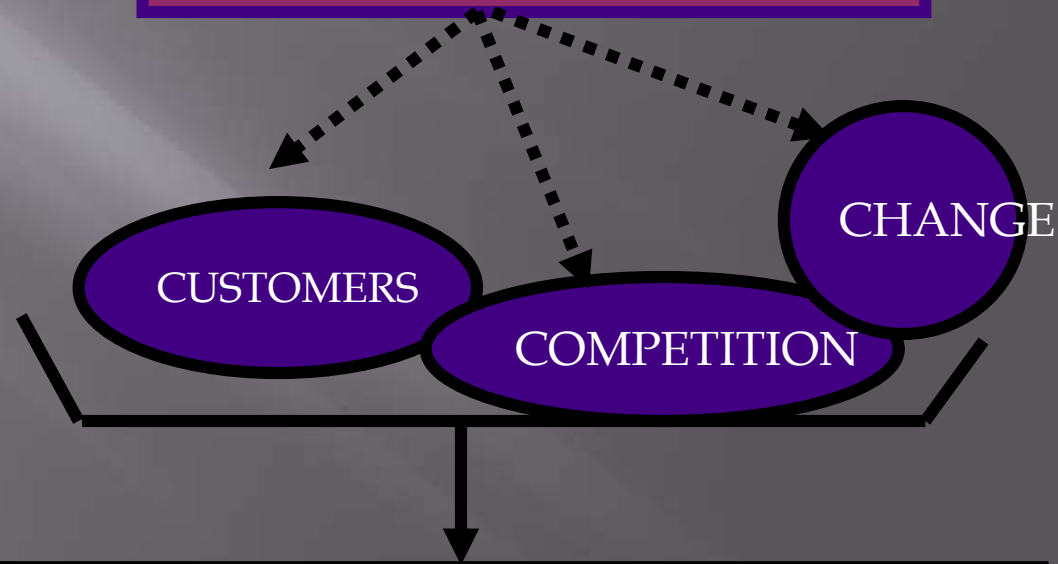
PENAMPILAN FISIK, PERLENGKAPAN  
PERSONIL, ALAT KOMUNIKASI DSB,

# REENGINEERING CORPORATION

## DAHULU:

PASAR MILIK  
PRODUSEN  
PRODUK SEPERTI APAPUN  
AKAN TERSERAP,  
PELANGGAN TIDAK  
MEMILIKI ALTERNATIF LAIN

SEKARANG  
ADA 3 KEKUATAN:



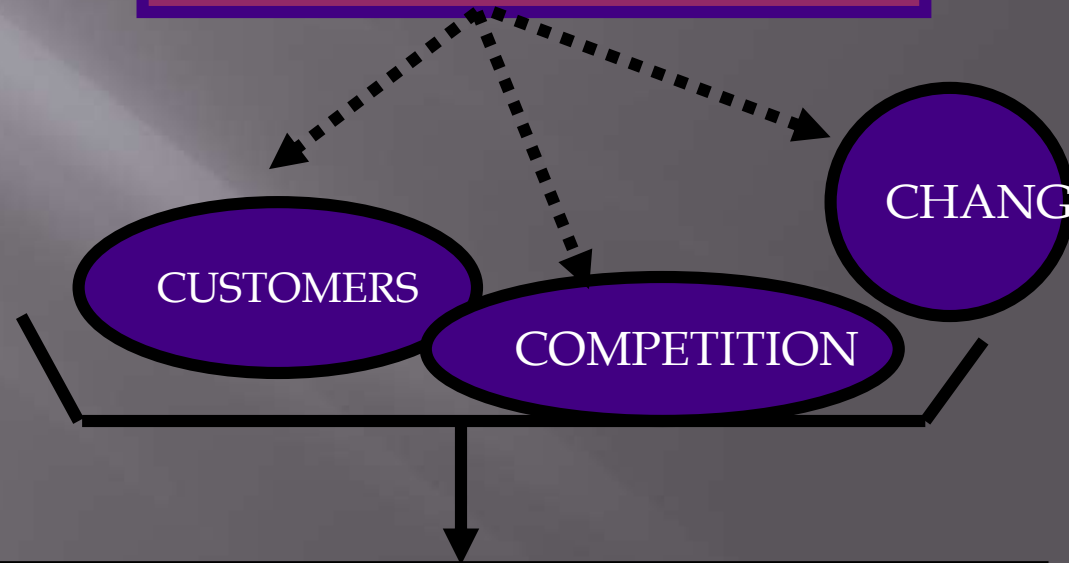
PRODUSEN HARUS MEMPERHATIKAN  
PERMINTAAN

# REENGINEERING BIROKRASI

## DAHULU:

PELAYANAN MILIK  
BIROKRASI  
PELAYANAN SEPERTI APAPUN  
DITERIMA,  
PELANGGAN TIDAK  
MEMILIKI KEKUATAN

SEKARANG  
ADA 3 KEKUATAN:



BIROKRASI HARUS MEMPERHATIKAN  
KEPUASAN PELANGGAN

# EKSPEKTASI PELANGGAN

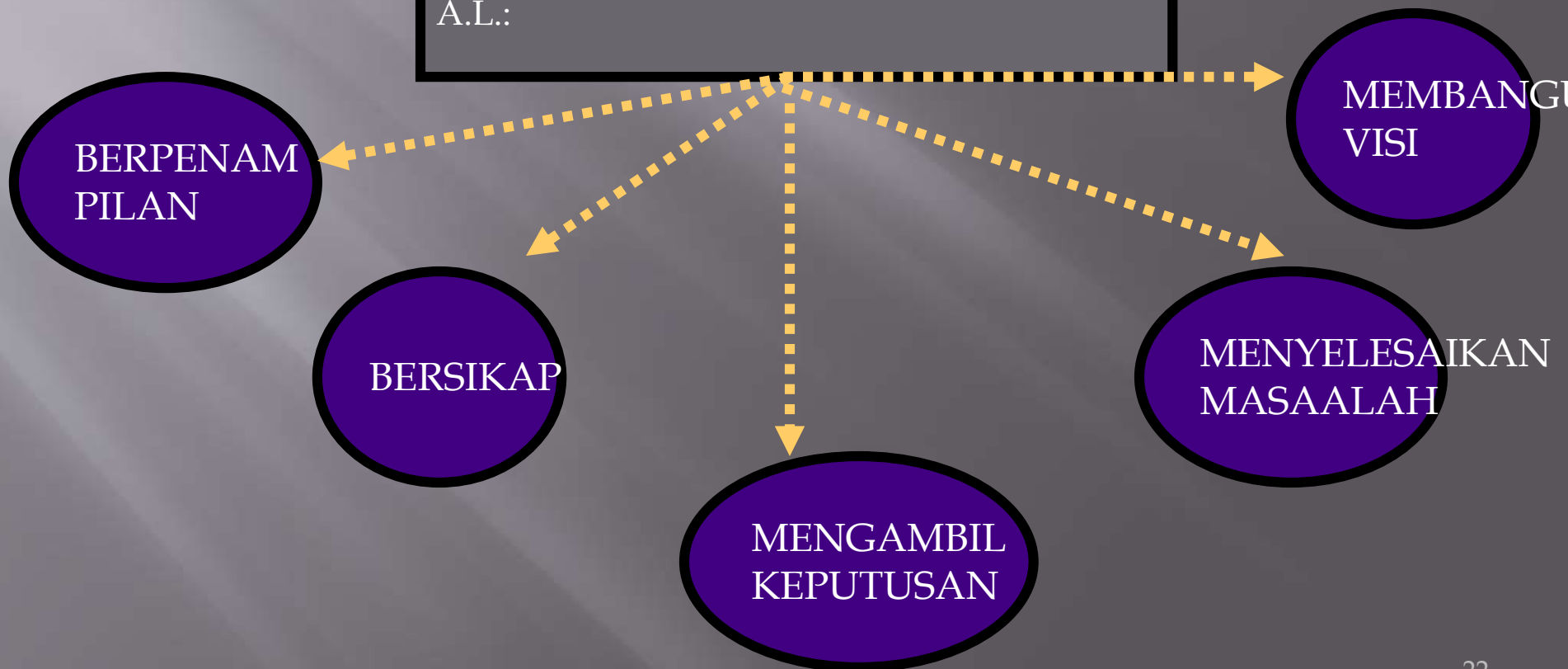
LAYANAN  
YANG  
DIHARAPKAN  
PELANGGAN

TINGKAT LAYANAN  
YANG  
DIBUTUHKAN  
UNTUK  
MEMENUHI EKSPEKTASI  
PELANGGAN

PENILAIAN  
PELANGGAN  
TERHADAP  
LAYANAN  
YANG  
DIBERIKAN

# BUDAYA ORGANISASI

SEBAGAI MEKANISME DINAMIS YANG MENGARAHKAN SELURUH ANGGOTA ORGANISASI DALAM MEMBANGUN MASA DEPAN YANG MENJANJIKAN A.L.:



# REKAYASA BUDAYA ORGANISASI



# SIKAP DAN PERILAKU DALAM MEMBANGUN BUDAYA ORGANISASI

## 1. MENUMBUHKAN:

- BUDAYA KUALITAS
- -DAN KESADARAN BIAYA
- -SERTA KETEPATAN WAKTU

## 2. MENGUTAMAKAN KEPENTINGAN PELANGGAN

## 3. MENINGKATKAN KEMAMPUAN SDM

## 4. MEMUPUK KEPEDULIAN LINGKUNGAN SEKITAR



# BUDAYA ORGANISASI → AKUNTABILITAS

1. MENGGAMBARAKAN PRESTASI KERJA ORGANISASI
2. SEBAGAI BAGIAN PERTANGGUNGJAWABAN BAIK KE DALAM MAUPUN KE LUAR
3. DIBUTUHKAN UNTUK PENILAIAN DAN AKREDITASI OLEH MASYARAKAT
4. SEBAGAI BASIS KOMPETENSI DALAM MERAIH PELUANG (LOKAL, RAEGIONAL, DAN INTERNASIONAL)



1. PERENCANAAN STRATEJIK
2. MENETAPKAN INDIKATOR KINERJA
3. PENGEMBANGAN SISTEM PENGUMPULAN DATA
4. PENYEMPURNAAN TINGKAT KEBERHASILAN KINERJA
5. PENGINTEGRASIAN DENGAN PROSES MANAJEMEN

# ORGANISASI BERKINERJA TINGGI

## P perPERSYARATAN

- TETAPKAN KEBIJAKAN UNTUK MEMUASKAN STAKEHOLDERS (PELANGGAN, KARYAWAN, PEMASOH, DISTRIBUTOR, DAN PEMEGANG SAHAM)
- SEMPURNAKAN PROSES BISNIS INTI (CORE BISNIS)
- ATUR KETERSEDIAAN SUMBERDAYA YANG PALING MENGUNTUNGGKAN
- ATUR ORGANISASI /PERUSAHAAN BAIK DARI SEGI STRUKTUR, KEBIJAKAN, DAN BUDAYANYA.

# PRINSIP PEMERINTAHAN/ORGANISASI MODERN



MASYARAKAT  
MODEREN

PELAKSANAAN KEPUTUSAN  
DIDESENTRALISAIKAN

KEPUTUSAN  
DIDISKUSIKAN



PEMERINTAHAN/  
ORGANISASI

PROSES  
INTERAKSI  
SOSIAL

ELEMEN MASYARAKAT/  
ANGGOTA ORGANISASI



PERSOALAN  
PEMERINTAHAN/  
ORGANISASI

EKUILIBRIUM  
KEPENTINGAN  
ANTARA:

MASYARAKAT/  
ANGGOTA DENGAN  
PEMERINTAH/  
ORGAN

# KOMITMEN DAN KONSISTENSI



KOMITMEN

KEADILAN  
DAN  
KESEJAHTERAAN

VISI DAN MISI

PENEGAKAN  
ATURAN/  
HUKUM



KONSISTENSI

KOMITMEN

AKUNTABILITAS

# ASPEK PENGHAMBAT KOMPETISI



KOMPETISI INTERNAL BEDA AWAL START



KEGEMARAN MULAI DARI "PERBEDAAN" (PERSAMAAN?)

TIDAK MEMILIKI MODAL & TEKNOLOGI

FUNGSI PEMERINTAHAN/ORGANISASI BELUM OPTIMAL



POLITIK DIANGGAP IDENTIK DENGAN KOLEKSI  
KEKUASAAN,



PADAHAL SEHARUSNYA KEKUASAAN DIMANFAATKAN  
UNTUK KEBAIKAN PUBLIK

KOMPETISI DIANGGAP MENYAPU BERSIH LAWAN-LAWAN I

# KEGAGALAN KOMPETISI

ORANG YANG BERPIKIR

TETAPI 

TIDAK PERNAH BERBUAT



ORANG YANG BERBUAT

TETAPI

TIDAK PERNAH BERPIKIR

# PERBEDAAN ORANG SUKSES VS ORANG GAGAL

BAGAI MEMBACA BUKU

*ORANG SUKSES*

MEMBACA BUKU

SETIAP HALAMAN TANPA BERHENTI

MAKA DITEMUKAN YANG DI CARINYA

*ORANG GAGAL*

BERHENTI MEMBACA BUKU

PADA LEMBARAN BERIKUTNYA

SEBELUM DITEMUKAN YANG DICARINYA



# ORANG GAGAL (THOMAS A EDISON)

KEBANYAKAN ORANG GAGAL  
ADALAH ORANG YANG TIDAK MENYADARI  
BETAPA DEKATNYA MEREKA  
KE TITIK SUKSES  
SAAT MEREKA  
MEMUTUSKAN UNTUK MENYERAH

SUKSES

*ISI / CITA-CITA (+ DO'A)*

+

*ACTION*

# KEGAGALAN

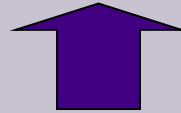
*VISI / CITA-CITA (+ DO'A) tanpa ACTION*

*Atau*

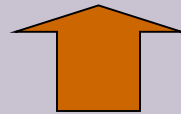
*ACTION tanpa VISI / CITA-CITA (+DO'A)*

# SUKSES ORGANISASI

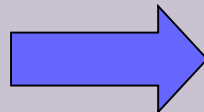
SUKSES



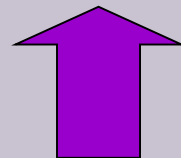
AKUNTABILITAS



KOMPETENSI



KOMPETISI



RENSTRA

# ETOS KERJA

- 😊 **Totalitas kepribadian**
- 😊 **Ekpresi**
- 😊 **Cara pandang**

# MANAJEMEN SPIRITUAL ⇒ ETOS KERJA

- 😊 **Relationship (silaturahmi)**  
(sharing, caring, fairing)
- 😊 **Equipping (dukungan)**
- 😊 **Attitude (sikap)**
- 😊 **Leadership (kepemimpinan)**

# NEW BRAND IMAGE

*BODOH*

PANDAI DAN TERAMPIL

*Malas*

KREATIF DAN INOVATIF

*Miskin*

KAYA DAN SEJAHTERA

*Pekerja*

Wirausahawan



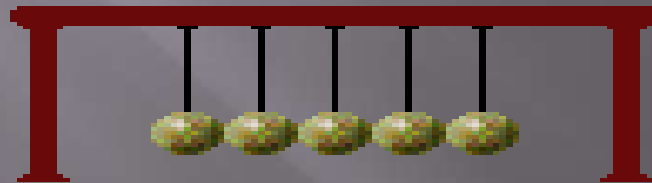
TERIMAKASIH



KATAHAIRBERGABUNG



SEMOGA PEMBELAJARAN HARI INI BERMANFAAT



WASSALAMUALAIKUM WR.WB.



# TERIMA KASIH



Your Text Here

# WASSALAM W.W.