

**MENJADI MANUSIA PEMBELAJAR
(Sebuah Tantangan Dalam Era Ledakan Dotcom)**

Oleh:
Dr. AGUS PRIANTO, M.Pd
WINARDI, S.H. M.Humⁱ

Majalah Time Edisi 18 Desember 2006 menampilkan isu utama dengan judul tulisan: “*How to Build A Student for the 21st Century?*”. Meskipun sudah diterbitkan lebih dari 5 tahun yang lalu, isu utama yang disajikan Majalah Time tersebut masih tetap relevan untuk didiskusikan, terutama bila dikaitkan dengan masih banyaknya diantara para pengamat pendidikan yang ragu; apakah institusi pendidikan di negeri ini benar-benar siap mengantarkan generasi muda untuk memasuki kancah persaingan global. Pertanyaan tersebut juga terasa menggelitik, terutama bagi siapa saja yang merasa dirinya sebagai guru. Sebagaimana kita ketahui, pada era sekarang dan yang akan datang; teknologi informasi akan semakin memegang peran kunci yang akan menentukan eksistensi individu dan organisasi untuk hidup dan berkembang. Teknologi informasi yang berkembang sangat pesat telah membuat pengetahuan dan informasi menjadi kian cair, bergerak dan berubah sangat cepat, dan liar (*fluid and wild*). Hal ini berimplikasi pada cepat berubahnya berbagai produk, kebutuhan, spesifikasi kecakapan, dan keahlian yang dibutuhkan masyarakat. Singkat kata, perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat menuntut kita untuk mampu menyesuaikan diri secara cepat selaras dengan tuntutan perkembangan jaman. Inilah tantangan utama yang harus dijawab oleh siapa saja bila ingin tetap eksis dalam era sekarang dan yang akan datang.

Pada masa lampau, ketika ledakan dotcom belum menggelegar seperti saat sekarang; sekat ruang dan waktu masih menjadi halangan utama umat manusia dalam berinteraksi, berkomunikasi, dan bertransaksi. Pada saat itu, dunia benar-benar masih *bulat*. Ketika pada sebagian belahan dunia matahari menerangi bumi--siang hari, pada saat itulah sebagian besar umat manusia menjalani aktifitas kehidupannya: saling berinteraksi, berkomunikasi, dan bertransaksi. Tetapi pada saat yang sama, bagian belahan dunia lainnya dalam keadaan gelap--malam hari, dan pada saat itulah sebagian besar manusia sedang beristirahat dari berbagai aktifitasnya.

Pada era pra ledakan dotcom; dunia benar-benar terbelah menjadi dua kategori: kategori *dunia siang*, ketika manusia beraktifitas; dan kategori *dunia malam*, ketika manusia berhenti dari segala aktifitas. Kecenderungan seperti itu kemudian memunculkan berbagai kategori yang lain: *kosmopolit* dan *non kosmopolit*; desa dan kota, kategori (ter)pelajar (sebutan bagi mereka memiliki informasi pengetahuan dan menempuh studi pada lembaga pendidikan formal) dan bukan (ter)pelajar (sebutan bagi mereka yang tidak menempuh studi pada lembaga pendidikan formal). Bahkan pada saat itu negara-negara di dunia ikut-ikutan dikotak-kotak, dikelompokkan ke dalam kategori *negara dunia pertama* (sebutan untuk negara industri maju), *negara dunia kedua* (sebutan untuk negara yang sedang berkembang), dan *negara dunia ketiga* (sebutan untuk negara yang terbelakang).

Teknologi informasi memungkinkan semua umat manusia di muka bumi ini bisa saling berinteraksi, berkomunikasi, dan bertransaksi kapan pun, dimana pun, dan dalam situasi apa pun. Ledakan dotcom memungkinkan semua umat manusia di muka bumi bisa saling berinteraksi, berkomunikasi, dan bertransaksi tanpa sekat ruang, waktu; dan sekat-

sekat kategori sebagaimana dipaparkan di atas. Maka, Friedman (2006) menyebut dunia pada saat ini tidak lagi bulat, melainkan berubah menjadi datar. “The world is flat”, demikian kata Friedman dalam buku *best seller*-nya yang sangat terkenal itu. Begitu datarnya dunia ini, seolah-olah umat manusia di muka bumi ini dengan mudah bisa saling mengintip, bekerja sama, bertegur sapa, dan menyatu. Entitas manusia tidak lagi terbatas sebagai orang desa, orang kota, atau orang negara tertentu; tetapi kemudian bermetamorfosis sebagai manusia global.

Gambaran tentang kehadiran manusia global dengan rinci telah didiskripsikan dalam buku “The World is Flat”. Meskipun tetap berada di rumah, melalui perangkat teknologi informasi (TI); manusia global dapat bertransaksi dengan manusia dan institusi bisnis dari belahan dunia lainnya. Orang-orang di India yang memiliki kemampuan di bidang TI terlibat dalam pengembangan perangkat lunak yang diperlukan oleh berbagai perusahaan yang berada di Amerika. Ibu rumah tangga di Amerika yang memiliki keahlian di bidang kesehatan dapat melakukan analisis rekam medik dan pada saat yang sama dapat mengirimkannya kepada para dokter yang ada di Australia. Orang-orang di China dapat melakukan analisis keuangan, menghitung pajak perusahaan di Jepang tanpa harus meninggalkan rumah. Aktifitas serupa dalam berbagai bidang yang lain kini banyak dijumpai di berbagai negara. Fenomena inilah yang oleh Friedman (2006) disebut sebagai *outsourcing* dan *homesourcing*.

Ledakan dotcom ikut memicu daur hidup pengetahuan, kecakapan, dan kualitas produk menjadi kian singkat (Agarwal, *et.al*, 2002), sehingga tata kerja dan tampilan produk menjadi tampak cepat usang (Katila, 2002). Jangan heran, apabila hari ini muncul tata kerja dan produk baru yang tampak *keren*; tiba-tiba berubah menjadi tampak kuno

seiring dengan kemunculan tata kerja dan produk yang lebih baru. Maka, ledakan dotcom menuntut generasi jaman sekarang untuk terus berlomba menjadi manusia yang terunggul, dan terus mencari keunggulan yang lebih baru (Kasali, 2005). Untuk bisa terlibat dalam aktifitas ini, manusia global harus menguasai TI, mampu berkomunikasi dengan menggunakan bahasa global, mampu menjalin koneksi, mampu mengembangkan kreatifitas, terdorong untuk terus berinovasi, dan terus meng-*update* pengetahuan dan kecakapan (Perlow, *et.al.*, 2002).

Hadirnya fenomena ledakan dotcom membuat Friedman tidak lagi percaya pada kategori-kategori siang-malam, kosmopolit-non kosmopolit, terpelajar-non terpelajar, negara maju-negara terbelakang. Dalam era sekarang, berbagai kategori tersebut tidak lebih dari sekedar simbol belaka. Simbol-simbol atau berbagai sebutan predikat itu tidak terlalu penting bila tidak mampu mengantarkan umat manusia untuk menghidupi dunia yang terus bergerak cepat. Maka, dalam bukunya yang lain, “The Lexus and The Olive Tree”; jauh hari Friedman (2000) menyatakan demikian: “.... *Today, there is no First World, Second World, or The Third World.... Just The Fast World... and The Slow World*”. India dan China adalah contoh mutakhir dua negara yang sepuluh tahun yang lalu dikelompokkan sebagai *The First World*; negara terbelakang; tetapi saat ini menjilma menjadi penguasa panggung ekonomi dunia, menjadi bagian dari *The Fast World* berkat dukungan para warganya yang memiliki kemampuan untuk hidup dalam era ledakan dotcom.

Menurut Barkema, *et.al* (2002), era global selalu memiliki ciri utama berupa adanya perlombaan untuk menjadi yang terunggul. Generasi yang hidup dalam era global dituntut untuk memiliki kinerja yang super, *superperformance* (Guerra,2008). Meminjam

istilah Mario Teguh, generasi ke depan harus bisa menjadi “Generasi Indonesia Super”. Untuk bisa eksis dalam persaingan global, generasi masa depan harus memiliki sumber daya yang serba *up to date*. Mereka dituntut untuk memiliki pengetahuan, kecakapan, ketrampilan, termasuk nilai-nilai etika global terbaru.

Untuk bisa mendapatkan sumber daya yang serba *fresh*, generasi era mendatang dituntut untuk terus meng-*update* informasi, pengetahuan, dan kecakapan yang mereka miliki. Untuk itu, mereka harus memiliki kesiapan untuk berubah (*readiness for change*), dan tidak sekedar berkuat pada “zona kenyamanan”. Mengutip pendapat Kasali (2005), kesiapan individu untuk berubah antara lain akan tampak dari cara pandang mereka terhadap keberhasilan yang telah mereka raih. Seseorang yang berada pada “zona nyaman” akan cenderung untuk mempertahankan keberhasilan yang telah mereka raih. Mereka begitu bangga dengan keberhasilan itu, hingga mereka lupa bahwa di belahan dunia lain ada orang yang jauh lebih berprestasi dalam bidang yang sama. Untuk itulah, Kasali menyarankan kepada generasi muda masa depan agar tidak terlalu mabuk dengan keberhasilan. Keberhasilan itu bukan untuk *dipertahankan* tetapi untuk *diruntuhkan* dan diganti dengan keberhasilan yang lebih baru.

Ilmu pengetahuan, kecakapan, dan ketrampilan yang didapatkan oleh warga didik di lembaga pendidikan memang perlu untuk **di-iman-i**, tetapi tidak selamanya harus **di-amin-i**. Kebiasaan kita untuk terus **meng-amin-i** ilmu pengetahuan, kecakapan, cara kerja, dan nilai-nilai sikap yang sedang kita miliki inilah yang menyebabkan kita cenderung untuk mempertahankan keunggulan yang sudah ada, dan kita pun menjadi terlambat untuk mengkreasi keunggulan yang lebih baru. Dalam bukunya “Change”, Kasali (2005) sungguh berpesan kepada kita untuk terus mencari keunggulan yang baru.

Dan itu hanya bisa dilakukan oleh orang yang memiliki keberanian untuk keluar dari “zona kenyamanan”. Artinya, ketika meraih keunggulan, dan kita mendapatkan sebuah piala, segera saja kita taruh piala itu di rak; untuk selanjutnya segera kita kreasikan keunggulan yang baru agar kelak segera bisa didapatkan piala yang baru lagi. Piala yang lebih baru ini selanjutnya juga harus segera kita taruh di rak, dan selanjutnya kita kreasikan lagi keunggulan yang lebih baru; begitu seterusnya. Dan kelak, rak kita pun akan penuh dengan banyak piala; yang menandakan banyaknya keunggulan yang berhasil kita raih.

Untuk bisa menghadirkan generasi masa depan kelas super, yang memiliki semangat dan keberanian untuk terus meng-*up date* keunggulan yang dimilikinya; tentu semuanya itu diperlukan adanya proses pembelajaran yang juga harus berkelas super. Untuk menghadirkan pembelajaran berkelas super diperlukan tersedianya guru yang mampu menginspirasi dan mencerahkan pikiran para generasi muda untuk dapat melihat tantangan masa depan dengan lebih jelas dan cermat.

Dalam era sekarang, dunia pendidikan kita sungguh merindukan kehadiran seorang guru yang mampu menggerakkan generasi muda untuk menjilma menjadi *market leader* di berbagai bidang kehidupan; dan tidak sekedar sebagai penonton atau pengekor sebuah *trend*. Lalu apa yang harus diperankan oleh guru dalam rangka mempersiapkan generasi agar tetap eksis dalam era ledakan dotcom? Inilah salah satu tantangan utama dari dunia pendidikan di Indonesia: Bagaimana para guru, melalui aktifitas pembelajarannya bersama-sama para warga belajar; mampu mengantarkan generasi sekarang dan yang akan datang dalam menjawab tantangan era ledakan dotcom.

Dalam era sekarang, keberadaan guru yang hanya mengajarkan rutinitas, mereplikasikan informasi pengetahuan, dan menjelaskan kepada warga belajar tentang tata kerja yang sudah baku hanya akan mampu mengantarkan generasi yang ketinggalan informasi dan kecakapan: *ketinggalan jaman*. Pembelajaran oleh guru yang didominasi aktifitas replikasi informasi hanya akan membuat orang mau belajar karena dilandasi rasa takut (*khouf*). Warga belajar terlibat di dalam kegiatan pembelajaran didominasi rasa takut: takut dengan orang tua, takut dengan sekolah dan guru, takut tidak menerima predikat sebagai golongan terpelajar, takut nilai rapornya jelek, takut tidak lulus; serta berbagai macam jenis ketakutan lainnya. Pola interaksi guru dan murid menjadi sangat bersekat layaknya atasan dan bawahan. Kita lihat, betapa aktifitas pembelajaran bagi generasi kita, baik di sekolah, di rumah, dan di masyarakat seringkali lebih dihiasi rasa takut. Akibatnya dalam banyak hal kegiatan pembelajaran hanya berjalan sekedar memenuhi rutinitas dan bersifat artifisial. Dalam sebuah kesempatan, Prof. Abdul Malik Fajar, mantan menteri Pendidikan Nasional dalam Kabinet Gotong Royong pernah menyentil: “Banyak anak-anak datang ke sekolah, tetapi pikirannya *suwung*...”. Inilah dampak aktifitas pembelajaran yang dilandasi rasa takut.

Era ledakan dotcom sesungguhnya menuntut kehadiran guru yang mampu menumbuhkan gairah cinta (*mahabah*) ilmu dan informasi dari para warga belajar. Mahabah terhadap ilmu hanya akan hadir dalam diri warga belajar apabila guru mampu menampilkan makna dalam setiap aktifitas pembelajarannya (*meaningful learning*). Kemampuan guru menampilkan makna dalam kegiatan pembelajarannya akan membantu warga belajar untuk menemukan keindahan dari apa yang dipelajari. Bila warga belajar bersama-sama dengan guru mampu menemukan keindahan ilmu pengetahuan dan

teknologi, maka hal ini akan semakin mendorong mereka untuk lebih mencintai ilmu. Mereka melakukan aktifitas belajar tidak lagi dilandasi rasa takut (*khouf*), tetapi belajar karena dilandasi rasa cinta ilmu pengetahuan (*mahabah*). Kelak, karena sudah menemukan keindahan dan mencintai ilmu pengetahuan; maka hal inilah yang dapat memosisikan diri mereka menjadi manusia pembelajar. Sebagai manusia pembelajar, mereka akan terus terdorong untuk meng-*update* ilmu pengetahuan dan kecakapan sesuai dengan tuntutan perkembangan jaman. Inilah tugas dan misi utama seorang guru dalam era ledakan dotcom: mewujudkan manusia pembelajar.

Dalam era ledakan dotcom, kegiatan pembelajaran sesungguhnya tidak harus terjadi hanya di ruang-ruang kelas formal: di sekolah atau di bangku kuliah. Pembelajaran harus menjadi kebutuhan semua orang, dimana pun ia berada. Bahkan pembelajaran yang paling baik sesungguhnya adalah pembelajaran yang terjadi di kelas-kelas kehidupan. Apa pun profesi seseorang, mereka akan terdorong untuk meningkatkan profesi dan kehidupannya sehingga menjadi lebih tampak manusiawi apabila memiliki semangat belajar yang dilandasi oleh rasa cinta (*mahabah*). Orang-orang yang belajar dengan dilandasi semangat *mahabah* terbukti mampu mengantarkan mereka menjadi insan-insan yang mampu menjalani kehidupan yang selaras, dan bahkan melampaui tuntutan jamannya. Sekali lagi, situasi seperti ini hanya akan muncul dari diri manusia pembelajar.

Karena kegiatan pembelajaran dapat terjadi di berbagai bidang kehidupan, maka keberadaan guru pun bisa menyebar di berbagai bidang kehidupan. Artinya, guru tidak hanya ada pada lembaga pendidikan formal. Bahkan, bisa jadi mereka yang disebut guru ketika mengajar pada lembaga pendidikan formal pun bisa saja belum memerankan

dirinya sebagaimana layaknya orang yang disebut guru kalau para siswanya belum mampu menjilma menjadi manusia pembelajar.

Dalam bahasa manajemen, istilah guru juga populer dengan sebutan “the gurus”. Itulah sebabnya, pakar manajemen seperti Phillip Kotler juga sering disapa sebagai “guru manajemen”. Guru adalah sosok yang mampu mentransferkan ilmu pengetahuan, mengajarkan bagaimana mengaplikasikan ilmu pengetahuan, menggerakkan, membangkitkan, menggairahkan, membangun minat, menyadarkan, menanamkan nilai-nilai etik, menumbuhkan sikap positif, dan mampu membuka mata hati orang-orang yang berinteraksi dengannya untuk senantiasa bertindak dengan didasarkan atas “suara roh”, nilai-nilai moral, dan kemanusiaan. Dari guru yang demikian inilah kelak akan lahir generasi yang “militan”, yang ditandai dengan adanya dedikasi dan komitmen yang tinggi dari mereka untuk menampilkan unjuk kerja yang terbaik. *Doing something the best* bagi generasi yang militan adalah merupakan bagian dari panggilan jiwa, panggilan etik moral, dan panggilan nilai-nilai kemanusiaan.

Mereka tergerak untuk menampilkan unjuk kerja dengan kualitas tertinggi bukan semata-mata karena ingin mendapatkan imbalan ekonomi dan sosial, tetapi lebih karena adanya dorongan dahaga dari dalam diri mereka untuk semata-mata *do something the best*; tidak lebih dari itu. Para pendiri bangsa kita, para pahlawan, para pendahulu yang mendarmabaktikan hidupnya untuk kemajuan bangsa merupakan sosok yang tepat untuk mengabarkan hal tersebut. Dari kalangan tokoh dunia, konon Mark Elliot Zuckerberg si penemu *facebook*, seorang miliarder muda belia yang kini baru berusia 28 tahun; tidak pernah bercita-cita menjadi miliarder melalui temuan karyanya: *facebook*. Sejak usia 12 tahun Zuckerberg telah ber-*mahabah* dengan ilmu pemrograman computer. Di usia 12

tahun, ia ciptakan program *massaging* sederhana yang digunakan di rumah oleh keluarganya untuk saling berhubungan bahkan digunakan di kantor ayahnya yang seorang dokter gigi, sehingga resepsionis tidak harus berteriak-teriak memanggil jika ada pasien yang datang. Zuckerberg mustahil mengkreasikan semuanya itu bila tidak dilandasi rasa cinta dengan bidang keahliannya. Bagi orang-orang yang mencintai profesinya, imbalan ekonomi dan sosial bukanlah tujuan utama, tetapi sekedar dampak ikutan. Imbalan ekonomi dan sosial yang diterima generasi yang selalu *do something the best* adalah buah dari berlakunya hukum alam yang tidak pernah ingkar janji. Siapa yang menambur, dia yang akan menuai; dan siapa yang menanam, maka dia kelak yang akan memanen. Semua tergantung kepada apa yang kita tabur dan tanam. Itulah petuah Kotler, seorang guru manajemen yang selalu disampaikan kepada para muridnya.

The Gurus yang inspiratif akan memberikan ruang yang luas pada generasi muda ke depan untuk terus mengembangkan sikap pro aktif, dan bukan sekedar reaktif. Mereka akan terus mendorong generasi muda untuk berpikir dan berkarya didasarkan atas ancangan beberapa --kalau perlu sekian puluh, sekian ratus-- langkah ke depan. Mereka mengajarkan para generasi muda untuk terbiasa mengantisipasi kecenderungan baru yang mungkin akan terjadi pada masa yang akan datang. Bahkan, the gurus yang inspiratif akan terus mendorong generasi muda untuk terus membaca karakter dan berbagai penanda dari berbagai *trend* yang sudah ada; dan semuanya itu selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk mengkreasikan *trend* yang jauh lebih baru, yang mungkin belum seorang pun sudah membayangkannya. Pendeknya, *the gurus* akan terus mendorong generasi muda agar bisa hidup mendahului jamannya, sehingga kelak mereka akan mampu menjadi pemimpin kehidupan; kapan pun, dimana pun, dan dalam bidang

apa pun. Kalau ini bisa diwujudkan, yakinlah bahwa persaingan global sesungguhnya merupakan sebuah era yang tetap nyaman untuk dilewati.

Dalam bukunya *"The Lexus and The Olive Tree (2000)*, Thomas Friedman menyatakan bahwa *"....to day there is no first world, second world, or the third world.... just the fast world ... and the slow world..."* Artinya, pada era sekarang dan ke depan, semua orang ditantang untuk bisa menjadi yang terbaik, dan kesempatan untuk menjadi yang terbaik itu sesungguhnya juga ada pada semua orang, siapa pun dia, dimana pun dan dari kelompok mana pun ia berasal. Oleh karena itu, era sekarang dan kedepan sudah tidak relevan lagi kita berbicara tentang ras, gender, suku, lokasi tempat tinggal, bahkan status pendidikan formal. Era ledakan dotcom sesungguhnya memberikan kesempatan yang setara kepada semua orang untuk meraih keberhasilan dalam berbagai bidang kehidupan. Tentu saja kata kuncinya adalah sejauh mana generasi dalam era sekarang ini terdorong untuk bersikap proaktif dan mampu bekerja keras. Dalam konteks ini, menarik untuk ditampilkan ulang salah satu cuplikan pidato Obama sesaat setelah memenangkan pemilu tahun 2012: *"...jika Anda bertekad untuk bekerja keras, tidak jadi soal siapa pun Anda dan dari mana pun Anda berasal..... Tidak jadi soal, apakah Anda hitam atau putih, Hispanik, Asia, atau Amerika asli, muda atau tua, kaya atau miskin.... Anda akan berhasil jika berniat dengan sungguh-sungguh..."*.

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi menantang semua orang untuk berlomba-lomba bisa memanfaatkannya seoptimal mungkin bagi kehidupannya, lingkungan masyarakatnya, bangsa dan negaranya. Mari kita belajar dari Bangsa China dan India, yang pada dua atau tiga dasa warsa yang lampau mungkin masih dianggap sebagai bangsa yang terbelakang secara sosial ekonomi, kini sudah menjilma menjadi

kekuatan ekonomi dunia. Bahkan pada saat ini China merupakan negara yang memiliki cadangan devisa terbesar di dunia. Demikian halnya dengan India. Berkat keuletan rakyatnya untuk menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, kini India juga mejilma menjadi salah satu kekuatan perekonomian dunia yang sangat diperhitungkan. Maka benar apa yang dikatakan Friedman, bahwa pada era sekarang dan ke depan tidak relevan lagi kita berbicara tentang kelompok negara dunia pertama, negara dunia kedua, atau negara dunia ketiga. Yang ada adalah negara yang cepat atau negara yang lambat.

Dengan memperhatikan apa yang diprediksikan oleh Friedman (2000), Barkema,*et.al* (2002) menyebutkan berbagai dampak ikutan yang akan menyertai era sekarang dan kedepan. Tanpa ragu, Barkema, *et.al* (2002) memprediksikan bahwa tingkat persaingan dalam era sekarang dan ke depan akan semakin dasyhat, pengetahuan dan ketrampilan menjadi tampak cepat usung, dan umur produk menjadi kian pendek. Mari kita perhatikan apa yang terjadi di sekitar kita. Apa yang pada hari kita anggap sebagai sesuatu yang baru, sedang *ngetrend*; dalam hitungan bulan tiba-tiba saja ia sudah menjadi tampak usung, ketinggalan jaman. Kondisi seperti inilah yang merupakan buah dari persaingan yang sangat dasyhat. Ketika seseorang menemukan sesuatu yang baru, maka orang lain akan terdorong untuk menemukan sesuatu yang lebih baru dan lebih *smart*, mudah, dan murah. Maka generasi sekarang dan masa depan harus memiliki kecakapan untuk meng-*update* atas apa yang telah mereka miliki: pengetahuan, ketrampilan, cara kerja, atau pun produk apa pun yang mereka hasilkan. Mereka harus mampu terus meng-*update* apa saja yang melekat pada dirinya bila masih menginginkan mampu tampil *up to date*. Singkatnya, generasi sekarang dan yang akan datang harus tampil sebagai manusia

pembelajar. Kelalaian mereka untuk meng-*update* dapat dipastikan akan membuat tampilan mereka menjadi tampak *out of date*, dan itu sesungguhnya merupakan tanda lonceng kematian dirinya dalam kancah persaingan yang sangat ketat.

Persaingan yang keras adalah sebuah keniscayaan yang harus dihadapi oleh generasi masa depan. Oleh karena itu, generasi masa depan harus memiliki spirit untuk menjadi yang terunggul. Spirit seperti inilah yang kini digalakkan berbagai lembaga pendidikan tinggi terkemuka di dunia (Kompas, 19 April 2009), dan itu semua juga merupakan aset *intangible* yang sangat berharga (Kasali,2010). Anak bangsa yang lalai untuk terlibat dalam perlombaan menjadi yang terunggul dipastikan akan kaget dan terbelalak, ketika (seolah-olah) anak bangsa lainnya tiba-tiba mampu menciptakan produktifitas yang jauh lebih tinggi. Oleh karena itu, anak bangsa kita perlu untuk terus diingatkan dan didorong agar sedini mungkin mempersiapkan diri untuk terlibat dalam iklim persaingan yang mutlak harus dihadapinya.

Generasi sekarang perlu disiapkan agar lebih mampu mengambil sikap yang tepat, didorong untuk terus belajar, dan dibiasakan untuk berinovasi dalam setiap kegiatan apa pun. Sikap dan perilaku seperti itu pula yang kini terus dikembangkan oleh anak bangsa dari berbagai belahan di dunia. Dampak dari semua itu sekarang mulai bisa kita rasakan. Ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang dengan sangat cepat, produk-produk lama segera digantikan kehadirannya oleh produk-produk baru, dan produk-produk yang baru juga terus digantikan dengan produk yang jauh lebih baru lagi; begitu seterusnya. Kecenderungan inilah yang menyebabkan barang dan jasa yang ditawarkan di pasar menjadi tampak cepat usang, umur produk menjadi semakin pendek; dan hanya orang-

orang yang mampu mengembangkan inovasi dan kreasi baru yang akan terus mampu bertahan dalam kancan persaingan global.

Dampak dari berbagai kecenderungan tersebut sangat jelas. Faktor utama yang menentukan eksis tidaknya sebuah organisasi, termasuk suatu bangsa dalam menghadapi era persaingan yang kian ketat adalah apakah organisasi itu memiliki sumber daya manusia yang unggul atau tidak. Tidak hanya unggul dari sisi akademik, tetapi juga unggul dalam dimensi yang lain, seperti kemampuan berinovasi, berkreasi, menjalin relasi, dan mampu bersikap proaktif terhadap berbagai *trend* yang berkembang di masyarakat. Apa makna dari berbagai kecenderungan tersebut? Tidak lain hal itu merupakan peringatan yang kesekian kalinya kepada kita tentang pentingnya SDM yang unggul dalam sebuah organisasi.

Parameter apakah yang dapat digunakan sebagai ukuran untuk menyatakan SDM yang unggul? Menurut Kasali (2010), SDM yang unggul adalah mereka yang tidak hanya terdidik (*well educate*), berkaitan dengan pengembangan *brain memory*; tetapi juga terlatih (*cultivated*), berkaitan dengan *muscle memory*. Menurut Kasali (2010), *brain memory* terbentuk dari pengetahuan, sedangkan *muscle memory* terbentuk karena latihan. Manusia yang hanya membangun pengetahuan melalui *brain* hanya akan menjadi manusia formula yang hanya melihat segala sesuatu dari kacamata *brain memory*-nya. SDM yang demikian hanya akan piawai membuat konsep, tetapi akan menghadapi kendala besar ketika harus mengaktualisasikan konsep yang dibuatnya. Maka dibutuhkan adanya gabungan antara *brain memory* dan *muscle memory*. Menurut Kasali (2010), gabungan keduanya dipastikan akan menghasilkan SDM yang memiliki gagasan besar

dengan didukung adanya tindakan kreatif dan inovatif. Kelak dari sanalah akan lahir adanya SDM yang memiliki keunggulan daya saing.

Menurut hemat penulis, apabila *brain memory* dan *muscle memory* berjalan selaras, maka akan dapat diturunkan adanya sikap dan nilai-nilai positif seperti: sikap pantang menyerah, tanggung jawab, komitmen diri, kejujuran, kemauan untuk bekerja keras, dorongan untuk menampilkan unjuk kerja yang terbaik, kesediaan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada orang lain, hormat pada orang lain, rendah hati, berani mengambil keputusan sesuai dengan bidang tugasnya; dan nilai-nilai lainnya yang sejenis dengan itu. Nilai-nilai seperti ini oleh Kasali (2010) disebut sebagai *aset intangible*. Penulis ingin menyebut hal itu sebagai *affective memory*, untuk melengkapi unsur *brain memory* dan *muscle memory*.

SDM yang unggul harus didukung oleh *brain memory*, *muscle memory*, dan *affective memory*. Ketiga unsur tersebut ibarat *three in one* yang harus melekat pada diri manusia. Ketika kita menjadi pebisnis, maka kita harus memiliki pengetahuan yang cukup tentang bisnis (bagian dari *brain memory*). Kita juga harus mampu menerapkan pengetahuan bisnis tersebut dalam kegiatan sehari-hari (bagian dari *muscle memory*). Tetapi itu saja tidak cukup, kita juga harus menjalankan aktifitas bisnis yang dilandasi oleh nilai-nilai moral dan etika bisnis; bukan pebisnis yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan (bagian dari *affective memory*). Organisasi apa pun akan langgeng dan semakin berkembang apabila digerakkan oleh orang-orang yang memiliki *brain memory*, *muscle memory*, dan *affective memory*. Contoh menarik tentang hal ini, seperti juga dicontohkan oleh Kasali (2010); adalah seperti apa yang dipraktikkan oleh WIKA, Blue Bird, termasuk Jawa Pos. Lihatlah, untuk membangun BUMN yang

tangguh, Dahlan Iskan mantan CEO Jawa Pos Group; sekarang ini juga sedang menggunakan pendekatan yang sama: mendorong karyawan BUMN agar memiliki *brain memory*, *muscle memory*, dan *afective memory*.

Hingga saat ini, pengembangan SDM yang paling strategis tetap harus melalui lembaga pendidikan. Negara yang memiliki lembaga pendidikan yang maju dan unggul dapat dijadikan tolok ukur untuk menilai tingkat kemajuan negara tersebut. Harus diakui, negara-negara Eropa barat, Amerika utara, Jepang, Australia, dan Singapura menjilma menjadi negara maju berkat keberadaan lembaga pendidikan, terutama pendidikan tinggi; yang unggul. Belakangan, China dan India melesat menjadi negara yang secara sosial ekonomi sangat diperhitungkan sebagai kekuatan baru di dunia juga didukung oleh keberadaan lembaga pendidikan yang unggul. Pertanyaannya adalah: Apa yang membuat lembaga pendidikan tersebut menjadi unggul, sehingga mampu mengantarkan negaranya menjadi negara yang maju? Tentu banyak faktor yang menentukan unggul tidaknya lembaga pendidikan. Tetapi salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh adalah sejauh mana pengelola lembaga pendidikan mampu mengembangkan *brain memory*, *muscle memory*, dan *afective memory* dari para warga didiknya secara simultan. Dalam konteks inilah lembaga pendidikan yang baik dituntut untuk memiliki sarana laboratorium yang merupakan wadah pengembangan *muscle memory* dari para warga didik. Tetapi menurut hemat penulis, laboratorium yang juga tidak kalah baiknya adalah laboratorium yang ada di "kelas-kelas kehidupan", dunia usaha dan dunia industri. Untuk itu, lembaga pendidikan juga perlu untuk selalu dekat dan berjalan selaras dengan berbagai kecenderungan yang ada di masyarakat.

Dengan demikian perlu dihindari adanya anggapan bahwa “pembelajaran” itu hanya terjadi ketika seseorang berada di bangku pendidikan formal, di sekolah-sekolah atau di perguruan tinggi. Membelajarkan orang sebenarnya adalah juga merupakan tugas utama dari setiap pemimpin organisasi. Banyak contoh pemimpin organisasi yang sukses membelajarkan karyawannya dengan nilai-nilai dan kecakapan baru selaras dengan tuntutan perkembangan pasar, dan hal itu berdampak besar pada kelangsungan hidup organisasi tersebut. Dalam bidang industri media massa, kita dapat melihat bagaimana Dahlan Iskan ketika menjadi CEO Jawa Pos mengembangkan Koran lokal hingga kini menjilma menjadi Koran nasional. Lihat juga bagaimana pimpinan Perusahaan Taksi Blue Bird membelajarkan para karyawannya sehingga tetap eksis dan berkembang pesat seperti saat ini. Demikian halnya dengan perusahaan-perusahaan lain, seperti: WIKA, Toyota, Bank Mandiri, dan perusahaan besar lainnya. Perusahaan tersebut eksis dan berkembang berkat dukungan pimpinan perusahaan yang kuat tentang pentingnya keberadaan SDM yang berpengetahuan, mampu menerapkan pengetahuannya dalam kehidupan nyata, serta mengetahui bagaimana *best practice* dari penerapan pengetahuan itu.

Kegiatan pembelajaran yang kita laksanakan selama ini harus diakui memang cenderung ramai pada tataran penguasaan ilmu (*brain memory*). Kita cenderung baru terdorong menerapkan ilmu (*muscle memory*) setelah selesai melaksanakan pembelajaran. Pengembangan *brain memory* dan *muscle memory* idealnya berjalan selaras, karena perpaduan dari aktifitas *brain memory* dan *muscle memory* itulah akan membentuk *affective memory*. Pembelajaran yang baik akan melahirkan SDM yang berilmu, mampu mengamalkan ilmu, dan memahami bagaimana praktek kerja yang baik

dari penerapan ilmu itu. Meskipun tidak linear, melalui bukunya yang berjudul “Wirausaha Muda Mandiri” Kasali (2010) mendeskripsikan dengan gamblang bagaimana 24 pewirausaha muda mampu menapaki keberhasilan karena mampu mengembangkan *brain memory*, *muscle memory*, dan *affective memory*. Dari sanalah mereka bisa menjilma menjadi pemuda yang inovatif, kreatif, proaktif, dan memiliki budaya belajar yang baik. Kini kegiatan pembelajaran untuk tujuan pengembangan SDM ditantang untuk tidak hanya berkuat pada pengembangan *brain memory*, tetapi bersamaan dengan itu harus juga mengembangkan *muscle memory* dan *affective memory*. Saat ini, kita tidak hanya membutuhkan orang pintar secara akademik, tetapi juga pintar bekerja yang dilandasi oleh nilai-nilai etik dan moral. Dengan cara itulah kita akan mampu menghadirkan SDM unggul, yang memiliki daya saing kuat.

Akhirnya, untuk memperkuat keyakinan kita tentang pentingnya SDM yang unggul, ada baiknya kita cuplik tulisan Humphress dan L. Berge dalam sebuah artikelnya yang berjudul “Justifying Human Performance Improvement Interventions” (2006): *“It is difficult for U.S. business leaders to open a newspaper or read a journal without seeing the warning that their only competitive advantage in the world economy is the knowledge embodied in the people they employ. Invest in your people, the gurus say, and your business will survive and profit”*. Pimpinan organisasi bisnis di negara-negara maju, yang SDM-nya lebih mapan dari kita saja tidak pernah berhenti berbicara tentang pentingnya membelajarkan manusia agar tampil sebagai SDM yang unggul, apalagi kita yang secara spesifik beraktifitas dalam bidang pendidikan! Kita semua harus terus berupaya untuk mendorong generasi kita, para siswa dan --apalagi-- para

mahasiswa agar mampu tampil sebagai manusia pembelajar, dimana pun mereka kelak akan berada.

Rujukan

- Agarwal, R.; Sarkar, M.B.; dan Echambadi, R. 2002. The Conditioning Effect of Time on Firm Survival: An Industry Life Cycle Approach. *Academy of Management Journal*. 45:971-994
- Barkema, Harry G.; Baum, Joel A.C.; dan Mannix, Elizabeth A. 2002. Management Challenges in a new time. *The Academy of Management Journal*. 45 (5):916-930
- Friedman, Thomas L.. 2000. *The Lexus and The Olive Tree*. Farar, Straus and Gioux
- Friedman, Thomas L.. 2006. *The World is Flat*. Jakarta: Dian Rakyat
- Guerra, Dafe.2008. Superperformance: A New Theory for Optimization. *Performance Improvement*. 47 (5):8-14
- Humphress, Rick and L. Berge, Zane. 2006. Justifying Human Performance Improvement Interventions. *Performance Improvement*. 45 (7):13-22
- Katila, R.2002. New Product Search Over Time: Past Ideas In Their Prime? *Academy of Management Journal*. 45:995-1010
- Kasali, Rhenald. 2005. *Change! Manajemen Perubahan dan Harapan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kasali, Rhenald.2007. *Re-Code Your Change DNA*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kasali, Rhenald.2010. *Wirausaha Muda Mandiri*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kasali, Rhenald.2010. *MYELIN Mobilisasi Intangibles Menjadi Kekuatan Perubahan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Perlow, L.A.; Okhuysen, G.A.; dan Reppening, N.P.2002. The Speed Trap: Exploring The Relationship Between Decision Making and Temporal Context. *Academy of Management Journal*. 45:931-955

ⁱ Dr. Agus Prianto, M.Pd, Dosen Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang
Winardi, S.H. M.Hum dosen PPKn STKIP PGRI Jombang