



# Belajar dari Negeri Cina

NURCHOLISH MA BASYARI

Jauh dari seberang Cina, berabad-abad silam, sudah ada anjuran belajar ke negeri yang diperintah turun-temurun oleh para dinasti itu. Cina memang punya sejarah panjang peradaban berkesinambungan sebagai bangsa besar yang tak lekang oleh pergantian dinasti atau rezim. Nenek moyang kita, bangsa Indonesia, disebut-sebut dalam babad sejarah, berasal dari Yunan, salah satu wilayah di Cina.

Banyak hal yang memang bisa kita pelajari dari Cina. Negeri Tirai Bambu itu kini mengeskakan kembali sebagai superpower ekonomi dunia dengan tingkat pertumbuhan ekonomi tertinggi di kolong langit. Itu terjadi justru ketika belahan dunia lain yang selama ini digdaya tengah sekarat dengan tingkat pertumbuhan mendekati nol atau bahkan minus.

Akhir Oktober silam, selama sepekan, 17 eksekutif pemimpin perusahaan dari Indonesia, Ma-

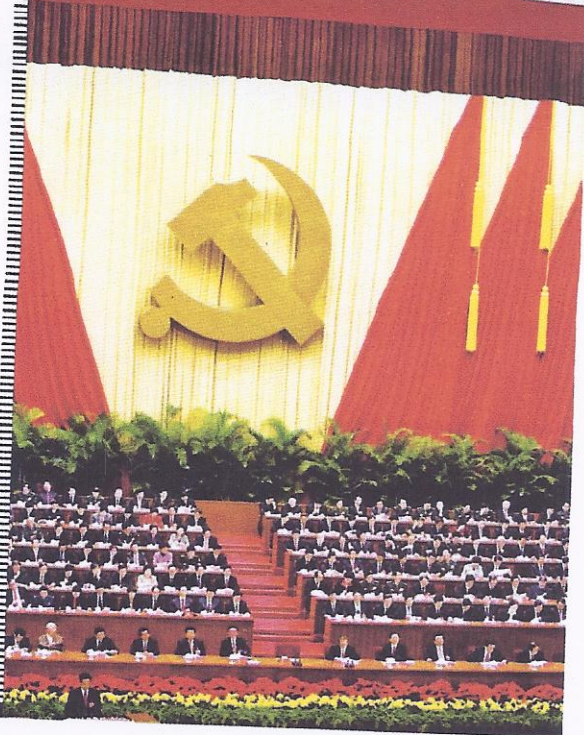
laysia, dan Swiss mengikuti kuliah bisnis dan manajemen ASEAN Global Leadership Program (AGLP) di Cheung Kong Graduate School of Business (CKGSB). Itu untuk kali pertama AGLP diselenggarakan di Beijing, Cina. Selama ini, program bergengsi yang diadakan dalam satu kelas terbatas itu diselenggarakan di Universitas Cambridge, Inggris.

Penyelenggaraan program kelas eksekutif di perguruan tinggi yang usianya tidak lebih dari jumlah jari tangan itu menunjukkan kepercayaan diri yang bisa dikatakan luar biasa. Tentu, rasa *pede* yang tinggi itu bukan ditopang oleh sekadar modal nekat. Sejak didirikan pada 2002 dengan dukungan orang terkaya di

**Tea House, gedung pertunjukan seni Cina:** Kendala bahasa tak menghalangi Cina untuk bisa melayani jutaan turis maupun pebisnis yang terus berdatangan.



# 全次第十七兄弟



Rapat Besar Partai Komunis Cina: Bukan hanya lembaga politik, melainkan juga sebagai pengkaderan berjenjang pemimpin lembaga pengambilan kebijakan ekonomi.

Hong Kong Li Ka-shing melalui Yayasan Li Ka-shing, CKGSB sudah dirancang untuk menjadi perguruan tinggi bertaraf global. CKGSB pun merekrut para profesor dan doktor dari perguruan tinggi top dunia, seperti MIT, Stanford, Duke, New York University, University of Chicago, Harvard, Princeton, UCLA, Waseda, dan National University of Singapore.

Di tingkat praktis, rasa percaya diri yang tinggi juga bisa dijumpai di hampir semua sektor, di jalanan hingga kantor-kantor. Di ibu kota Beijing, misalnya, sangat sulit atau bahkan hampir mustahil bisa ditemukan sopir taksi, baik di bandara internasional maupun di pusat-pusat perbelanjaan berlabel global atau di jalanan, yang bisa berbahasa Inggris atau bahasa internasional lainnya. Namun, mereka bisa tetap melayani jutaan turis maupun pebisnis yang terus berdatangan. Para tamulah yang harus menyiapkan nama dan alamat dalam aksara Cina untuk ditunjukkan kepada sopir taksi, pelayan toko, hotel, restoran, atau petugas keamanan di objek-objek yang banyak dikunjungi turis asing sekalipun, seperti Lapangan Tiananmen.

Para seniman dan budayawan sampai awak penyambut tamu di gedung-gedung pertunjukan atau opera tampil tanpa canggung. Mereka berdialog atau menyapa para tamu asing dalam "teriakan" bahasa Mandarin seolah-olah para penonton yang hadir itu semuanya orang Cina. Sejak masuk hingga keluar gedung, sapaan, sambutan, hingga dialog atau monolog dalam pertunjukan di panggung, 100% disampaikan

dalam bahasa Mandarin. Namun, pengunjung merasa disambut hangat meski tidak memahami atau bahkan tidak bisa menangkap kata-kata apa yang terucap dari para gadis dan lelaki penyambut tamu. Pengunjung pun bisa menikmati pertunjukan opera dan aneka atraksi yang memukau.

Percaya diri yang tinggi itu tercermin dalam sikap pemerintah Cina dan masyarakatnya yang terkesan masa bodoh orang (negara) lain mau bilang apa. Sejak Deng Xiaoping memimpin Cina pada 1978 dan melancarkan Kebijakan Pintu Terbuka, Cina tetap pede menjadi Cina. Kalau perlu, orang lain "menjadi" Cina atau berbau-bau Cina ketimbang mereka berbau Barat atau kebarat-baratan. Di Tea House atau gedung pertunjukan seni yang dihadiri warga asing pun, mereka sangat pede tanpa sepatah kata pun muncul ucapan *welcome, thank you*, dan sapaan lain kecuali dalam bahasa Mandarin.

Tentu hal itu kontras dengan kenyataan bertebarannya gedung-gedung perkantoran dan pusat perbelanjaan modern ala Barat yang memajang aneka produk bermerek internasional mulai dari kosmetik, pakaian, jam tangan, hingga mobil mewah buatan Eropa. *Showroom* BMW, Mercedes-Benz, Ferrari, Lamborghini, dan produk otomotif mewah dari luar Cina bertebaran di kiri-kanan jalan-jalan utama Beijing dan kota-kota besar lain di Cina.

Kepemimpinan politik yang kuat dan berkesinambungan dengan orientasi pembangunan ekonomi memberantas kemiskinan dan menyejahterakan rakyat menjadi kunci keberhasilan Cina saat ini. Sejak awal tampil, Deng Xiaoping menegaskan bahwa fokus garapan Partai Komunis Cina ke depan ialah ekonomi. Deng juga menekankan bahwa tujuan sosialisme ialah memberantas kemiskinan. Deng pula yang meminta perdebatan mengenai ideologi dihentikan dan mengajak rakyatnya bekerja keras membangun ekonomi Cina.

Desakan tanggung kepemimpinan untuk memberi makan sekitar 600 juta warga Cina pada masa itu membuat Deng dan para pemimpin sesudahnya tidak punya pilihan lain kecuali membangun ekonomi dengan membuka diri. Di dalam negeri, kekuatan politik dikerahkan untuk menjamin stabilitas. Berakhirnya Perang Dingin seiring dengan buyarnya blok Barat-Timur dan nihilnya perang internasional yang menyeret-nyeret Cina membuat negara itu bisa lebih fokus membangun perekonomiannya. Ke luar, Cina lebih gencar membentuk aliansi atau kongsi



Gedung perkantoran dan pusat perbelanjaan modern ala Barat di Cina: Juga bertebaran di kiri-kanan jalan-jalan utama kota-kota besar Cina.



ketimbang berkompetisi.

Pemerintah mengundang investasi asing dengan memberikan berbagai kemudahan, termasuk memberikan pembebasan pajak pada tiga tahun pertama dan potongan pajak hingga 50% pada dua tahun berikutnya. Pada saat yang sama, pelaku ekonomi di dalam negeri didorong tumbuh besar kemudian menjadi pemain global. Motor penggeraknya ialah perusahaan milik negara atau BUMN. Cina membuka lebar-lebar semua bidang usaha untuk asing, kecuali di tujuh sektor strategis, yakni pertahanan, pembangkitan dan pendistribusian energi, minyak dan petrokimia, telekomunikasi, batu bara, penerbangan, dan pelayaran.

Hasilnya sungguh mencengangkan. Sejak Deng memelopori pengembangan kawasan ekonomi khusus di wilayah selatan pada awal 1990-an, investasi asing langsung (FDI) terus membubung. Pada 1991, nilai FDI di Cina baru mencapai US\$4 miliar. Setahun kemudian, nilai FDI itu mencapai US\$11 miliar dan menjadi US\$28 miliar pada 1993. Nilai FDI di Cina meningkat hingga lebih dari 40 kali lipat menjadi US\$124 miliar pada 2011. Sementara itu, jika digabung dengan Hong Kong, investasi langsung perusahaan-perusahaan Cina di luar negeri menempati posisi keempat di bawah AS, Inggris, dan Jerman, dengan nilai US\$1.411,9 miliar. Dari jumlah terse-

but, yang dari perusahaan Cina di luar Hong Kong mencapai US\$365,98 miliar.

Dari sisi daftar perusahaan papan atas di kolong langit versi Fortune 500 tahun ini, sebanyak 70 perusahaan atau sekitar 15% berasal dari Cina. Dengan demikian, Cina menggeser Jepang di posisi kedua di bawah AS. Dalam daftar tersebut, tercatat 10 perusahaan BUMN Cina bidang migas, energi, dan bank, serta enam perusahaan swasta asal Cina.

Cina pun makin kuat dan banyak mengambil manfaat dengan bergabung ke Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) pada 2001. Konsekuensinya, produk-produk global memang membanjiri Cina. Dari 19 juta mobil yang ada di jalanan Cina, 11 juta di antaranya mobil-mobil buatan AS. Di sisi lain, 50% ekspor Cina berupa produk perusahaan asing yang berinvestasi di Cina.

Ada hal-hal penting yang sangat menonjol yang bisa dipetik dari pengalaman sukses Cina tersebut. *Pertama*, pemerintah Cina secara pragmatis mampu memformulasikan tafsir sosialisme dari pemahaman ideologis menjadi berbau ekonomis. Atau, dari konsep yang mengawang-awang menjadi aplikatif dan riil, yakni pemberantasan kemiskinan melalui pembangunan ekonomi.

*Kedua*, pembangunan ekonomi itu dimotori oleh peran kuat perusahaan-perusahaan BUMN

yang tidak hanya didorong tumbuh besar menjadi pemain lokal atau nasional, tetapi juga global. Untuk itu, selain jaminan perlindungan negara, pemerintah mendorong pengelolaan BUMN secara profesional. Itulah mengapa pemerintah Cina sangat mendorong perusahaan mereka membentuk kerja sama (*joint venture*) agar bukannya hanya ada suntikan dana investasi yang sangat dibutuhkan, melainkan juga transfer kemampuan manajerial. Pemerintah juga mengizinkan kepemilikan penuh investor asing dengan mengambil alih perusahaan nasional yang kolaps atau sehat tetapi perlu suntikan dana untuk bisa berkembang.

Sebaliknya, pemerintah akan menolak izin kepemilikan penuh investor asing atas perusahaan Cina yang sehat dan besar sekalipun sudah ada kesepakatan *B to B* antara pemilik dan investor asing itu. Kasus akuisisi Coca-Cola terhadap perusahaan jus kemasan terkenal Huiyuan bisa menjadi salah satu rujukan bagaimana pemerintah Cina berusaha melindungi perusahaan besar mereka agar tidak jatuh ke tangan asing sepenuhnya.

*Ketiga*, pemerintah Cina secara pragmatis mampu

mendefinisikan kepentingan nasional mereka. Selagi memberikan kontribusi riil bagi pemerintah dan warga Cina, suatu perusahaan asing mana pun beserta produk mereka diperlakukan sebagai perusahaan dan produk Cina. Intinya, perusahaan asing itu mau berkantor serta membangun pabrik di Cina dan menjadikannya sebagai pusat regional mereka. Pembangunan pabrik dan fasilitas produksi lainnya berarti penyerapan tenaga kerja dan Bergeraknya perekonomian.

Mobil buatan Hyundai banyak digunakan untuk taksi di jalanan ibu kota Cina karena Hyundai membangun pabrik mereka di Beijing. Samsung juga contoh sukses lain yang mampu masuk dan menguasai 40% pasar Cina karena perusahaan asal Korea Selatan itu membangun Samsung kedua di Negeri Tirai Bambu itu.

*Keempat*, Partai Komunis Cina bukan hanya sekadar lembaga politik, melainkan juga berperan sebagai penggodokan berjenjang kader-kader pemimpin lembaga pengambilan kebijakan ekonomi baik di level pemerintahan maupun perusahaan BUMN. Posisi strategis hanya tersedia bagi mereka yang telah melewati proses penyaringan dan persaingan ketat secara profesional dari tingkat bawah (pelaksana) hingga menuju tangga atas. Mereka juga memiliki latar belakang pendidikan di perguruan tinggi bergengsi di bidang ekonomi.

Percaya diri dan segala hal yang terkait dengan kepercayaan (*confidence, trust, belief*) menjadi energi kehidupan dan kemajuan atau sukses. Indonesia tidak akan bisa meraih kemerdekaan dari penjajahan Belanda jika para *founding father* dan pejuang Republik ini tidak punya kepercayaan diri yang luar biasa untuk menang meski bersenjata seadanya. Percaya diri menjadi separo atau bahkan lebih modal yang dibutuhkan untuk sukses, sedangkan sisanya usaha dan kerja keras.

Cina memiliki paduan dua hal itu sehingga kini menjadi kekuatan ekonomi nomor dua di dunia dari sisi produk domestik bruto (GDP) di bawah AS, dan diyakini bakal menggeser AS pada 2025. Namun, seorang profesor suatu sekolah tinggi bisnis terkemuka di Cina mengingatkan sukses Cina itu harus dibayar mahal bukan hanya oleh 30 juta nyawa warganya, melainkan juga kerusakan lingkungan, berupa pencemaran air dan udara. Selain itu, lanjutnya, warga Cina tidak bisa menikmati hidup karena tidak sempat beristirahat dan harus terus bekerja keras. ■

**Sinopec Group, Cina:** Sebanyak 70 perusahaan (15%) di daftar perusahaan papan atas dunia versi Fortune 100 tahun ini berasal dari Cina.

