

Akhir Co-Branding Dahlan-PD

KETIKA Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) mengangakat Dahlan Iskan sebagai Dirut PLN pada Desember 2009, publik tentu menilai langkah SBY sebagai sebuah kejutan yang memberikan harapan bagi perbaikan pelayanan listrik. Ragam persoalan PLN ditaruh di pundak Dahlan. Dahlan bukanlah kader parpol koalisi, tetapi seorang profesional sekaligus *owner* media besar. Sebagai pengusaha plus analis kebijakan yang sangat produktif, Dahlan bakal mampu membawa perubahan besar dalam budaya organisasi PLN.

Di tengah banyaknya kasus korupsi yang menjerat kader-kader Partai Demokrasi (PD) dan beberapa kader koalisinya, SBY justru kembali menempatkan Dahlan di posisi yang jauh lebih strategis, yakni menteri BUMN (Oktober 2011). Kali ini Dahlan bukan lagi pengendali satu BUMN (PLN), tetapi seluruh BUMN. Tak pelak, Dahlan pun melakukan banyak gebrakan, baik dalam birokrasi maupun kultur korporasi yang dahulu penuh intervensi elite menjadi BUMN yang mandiri. Gebrakan Dahlan yang terfenomenal ialah keberaniannya mengungkap oknum DPR yang sering minta jatah ke BUMN.

Hal ini membuat sebagian anggota DPR tidak senang ke Dahlan. Semakin dimusuhi DPR, *personal branding* Dahlan justru semakin naik di hadapan publik. Anehnya, tokoh idealis dan anti-intervensi BUMN ini dipertahankan SBY di kabinetnya. Disinilah terjadi *co-branding* (gabungan citra) antara Dahlan dan PD.

sampai nilai jualnya naik sekaligus diharapkan bisa membawanya menjadi salah seorang kandidat presiden yang diajukan PD. Namun, merenovasi PD, tampaknya, tidak mudah.

Sayangnya, di tengah upaya Dahlan terus memperbaiki kinerja BUMN yang sekaligus mengangkat citra pemerintahan SBY, ternyata kader-kader PD yang terlibat kasus korupsi terus-menerus terbitakan buruk di berbagai media. Sungguh ironis, Dahlan dan beberapa tokoh yang ikut konvensi capres PD bertekad untuk mengangkat citra pemerintah dan PD lewat prestasi atau iklan-iklan persornalnya, tetapi upaya itu seolah mubazir atau tergerus oleh berita-berita negatif yang menimpa kader-kader PD.

Anehnya, dalam pengumuman pemenang konvensi capres PD, SBY dan tokoh-tokoh PD seolah dengan mudah berkata bahwa perolehan suara partainya di pileg April lalu hanya 10,19 persen sehingga tidak mungkin mencalonkan sendiri capresnya. Persoalannya, siapa sebenarnya yang salah? Apakah kinerja dan *personal branding* peserta konvensi yang salah? Atau, karena terlalu banyaknya kader PD yang terlibat kasus korupsi? Mustinya, elite PD berani berkata jujur.

Peserta konvensi PD pun berhak menyatakan bahwa kami sudah berusaha keras untuk menaikkan elektabilitas partai, tetapi kasus-kasus korupsi kader telah membuat beban perjuangan kami begitu berat. Karena itu, minimnya suara PD di pileg bukan menjadi alasan

untuk tidak mengajukan pemenang konvensi sebagai capres/ cawapres. Pernyataan elite PD bahwa PD sudah sulit menjadi *king maker* dalam membangun koalisi pencapresan merupakan bentuk peremehan terhadap pemenang maupun peserta konvensi.

Andaikata SBY jauh-jauh hari (setelah pileg) langsung mengumumkan pemberian konvensi sekaligus memberikan wewenang kepada pemenang untuk melakukan komunikasi politik ke berbagai parpol lainnya, niscaya konvensi PD memiliki *bangaining* yang kuat dalam pencapresan. Sebab, yang namanya *king maker* harus cepat dan tepat sasaran, seperti slogan Dahlan *Das des set set wuet*. Kenyataannya, PD malah membuang kesempatan itu hingga "cokeletnya habis" (istilah Dahlan). Bukankah Dahlan (sebagai pemenang konvensi) bisa diandalkan PD dalam melakukan lobi-lobi politik ke semua parpol?

Lebih aneh lagi jika akhirnya PD mengutus Pramono Edhie (par SBY) yang bukan pemenang konvensi sebagai cawapres ke parpol lain. Di sini PD menunjukkan politik yang bukan saja tidak etis, tetapi cukup kentara memakai konvensi sebagai roket peluncur bagi anggota keluarga dalam pencapresan. Inilah akhir *co-branding* itu?

Dosen Etika Bisnis Program Manajemen Bisnis FE Universitas Kristen Petra Surabaya (augusm@peter.petra.ac.id)



O l e h

AUGUSTINUS SIMANJUNTAK *

Roket Peluncur di Konvensi

Ketika Dahlan mulai masuk ke dalam sistem politik SBY dengan PD-nya, sebagian kalangan sebenarnya sudah mulai bertanya-tanya, apakah Dahlan tidak salah masuk rumah? Artinya, apakah Dahlan tidak salah masuk parpol? Sebab, jika sudah masuk ke PD, Dahlan akan terikat aturan partai dan tidak bebas lagi diusulkan oleh parpol lain sebagai capres/cawapres.

Tetapi, bukan Dahlan namanya jika tidak melakukan langkah berani untuk mewujudkan idealismenya. Asumsinya, Dahlan diharapkan bukan saja akan menopang *branding* PD, tetapi juga bisa mengubah karakter atau kultur demokrasi di PD. Sebagai pebisnis, Dahlan ingin menjadikan PD seperti halnya perusahaan yang hampir bangkrut atau omzetnya terus menurun karena salah kelola. Dahlan ingin memulihkan PD

Membaca Menulis