

PENGANTAR ILMU EKONOMI

(Konsep, Teori, dan Dinamika Ekonomi)

Buku ini mengulas tentang dasar-dasar ilmu ekonomi. Buku ini sangat penting dibaca oleh mahasiswa, akademisi, ekonom, atau masyarakat pada umumnya yang tertarik dengan studi mengenai ekonomi. Hal ini karena perekonomian merupakan suatu bangunan sistem yang sering digunakan untuk mengukur tingkat kesejahteraan suatu negara. Pembangunan ekonomi merupakan proses peningkatan kapasitas produktif suatu negara untuk menghasilkan barang dan jasa, yang ditandai oleh pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan peningkatan standar hidup masyarakat. Konsep ini, melibatkan perubahan struktural dalam ekonomi, seperti peningkatan produktivitas sektor-sektor utama, investasi dalam infrastruktur, dan peningkatan sumber daya manusia melalui pendidikan dan kesehatan. Selain itu, pembangunan ekonomi juga mencakup perbaikan distribusi pendapatan dan penciptaan peluang yang lebih merata untuk partisipasi ekonomi bagi seluruh lapisan masyarakat.



PENERBIT LAKEISHA

Jl. Jatinom Boyolali,
Srikaton, Rt.003, Rw.001,
Pucangmiliran, Tulung,
Klaten, Jateng, Indonesia 57482
Email : penerbit_lakesha@yahoo.com
HP/WA : 08989880852
Website : <http://www.penerbitlakeisha.com/>



SCAN ME

ISBN 978-623-119-393-3



9 786231 193933

PENGANTAR ILMU EKONOMI (Konsep, Teori, dan Dinamika Ekonomi)



Penerbit
LAKEISHA

PENGANTAR ILMU EKONOMI

(Konsep, Teori, dan Dinamika Ekonomi)

Dr. Edwin Basmar, S.E., M.M. | Dr. Dra. Herlina Tarigan, MPPM. | Dr. Christimulia Purnama Trimurti, S.E., S.H., M.M., CFRM.
Dra. Ary Sutrischastini, M.Si. | Dr. Tukiyat, SE, M.Si. | Agus N. Simanjuntak, S.E., M.M. | Dr. Niluh Widyansih, S.E., M.Si., M.Sc.
Yuniarti Reny Renggo, S.Kom., M.Sc. | Dwi Gemina, S.E., M.Si. | Abdul Kohar, S.Pd., M.Pd. | Dr. Rahmat Laan, M.M.
Dr. Rosye Rosaria Zaena, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., CPRM., | Veronika Nugraheni Sri Lestari, S.E., M.M. | Yuvensius Ramompas, S.E., M.E.
Meiske Wenno, S.E., M.M. | Dr. Syafruddin, S.E., M.M. | Dr. Ir. Uus Mohammad Darul Fadli, S.E., M.M. | Sudarjati, S.E., M.Si.

PENGANTAR
ILMU EKONOMI
(Konsep, Teori, dan Dinamika Ekonomi)

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta
Pasal 1:

1. Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan.

Pasal 9:

2. Pencipta atau Pengarang Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 8 memiliki hak ekonomi untuk melakukan a. Penerbitan Ciptaan; b. Penggandaan Ciptaan dalam segala bentuknya; c. Penerjemahan Ciptaan; d. Pengadaptasian, pengaransemen, atau pentransformasian Ciptaan; e. Pendistribusian Ciptaan atau salinan; f. Pertunjukan Ciptaan; g. Pengumuman Ciptaan; h. Komunikasi Ciptaan; dan i. Penyewaan Ciptaan.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100. 000. 000, 00 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500. 000. 000, 00 (lima ratus juta rupiah).

PENGANTAR ILMU EKONOMI

(Konsep, Teori, dan Dinamika Ekonomi)

Dr. Edwin Basmar, S.E., M.M.
Dr. Dra. Herlina Tarigan, MPPM.
Dr. Christimulia Purnama Trimurti, S.E., S.H., M.M., CFRM.
Dra. Ary Sutrischastini, M.Si.
Dr. Tukiyat, SE, M.Si.
Agus N. Simanjuntak, S.E., M.M.
Dr. NiLuh Widyaningsih, S.E., M.Si., M.Sc.
Yuniarti Reny Renggo, S.Kom., M.Sc.
Dwi Gemina, S.E., M.Si.
Abdul Kohar, S.Pd., M.Pd.
Dr. Rahmat Laan, M.M.
Dr. Rosye Rosaria Zaena, S.E., MS.i., Ak., CA., CTA., CPRM.
Veronika Nugraheni Sri Lestari, S.E., M.M.
Yuvensius Ramompas, S.E., M.E.
Meiske Wenno, S.E., M.M.
Dr. Syafruddin, S.E., M.M.
Dr. Ir. Uus Mohammad Darul Fadli, S.E., M.M.
Sudarijati, S.E., M.Si.

Editor:

Hartini



**Penerbit Lakeisha
2024**

PENGANTAR ILMU EKONOMI
(Konsep, Teori, dan Dinamika Ekonomi)

Penulis:

Dr. Edwin Basmar, S.E., M.M.
Dr. Dra. Herlina Tarigan, MPPM.
Dr. Christimulia Purnama Trimurti, S.E., S.H., M.M., CFRM.
Dra. Ary Sutrischastini, M.Si.
Dr. Tukiyyat, SE, M.Si.
Agus N. Simanjuntak, S.E., M.M.
Dr. NiLuh Widyaningsih, S.E., M.Si., M.Sc.
Yuniarti Reny Renggo, S.Kom., M.Sc.
Dwi Gemina, S.E., M.Si.
Abdul Kohar, S.Pd., M.Pd.
Dr. Rahmat Laan, M.M.
Dr. Rosye Rosaria Zaena, S.E., MS.i., Ak., CA., CTA., CPRM.
Veronika Nugraheni Sri Lestari, S.E., M.M.
Yuvensius Ramompas, S.E., M.E.
Meiske Wenno, S.E., M.M.
Dr. Syafruddin, S.E., M.M.
Dr. Ir. Uus Mohammad Darul Fadli, S.E., M.M.
Sudarijati, S.E., M.Si.

Editor: Hartini

Layout: Yusuf Deni Kristanto

Desain Sampul: Tim Lakeisha

Cetak I September 2024

15,5 cm × 23 cm, 272 Halaman

ISBN: 978-623-119-393-3

Diterbitkan oleh Penerbit Lakeisha
(**Anggota IKAPI No.181/JTE/2019**)

Redaksi

Srikaton, RT 003, RW 001, Pucangmiliran, Tulung, Klaten, Jawa Tengah

Hp. 08989880852, Email: penerbit_lakeisha@yahoo.com

Website: www.penerbitlakeisha.com

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk
dan dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur ke hadirat Allah swt atas limpahan karunia yang tiada terhingga. Buku ini mengulas tentang dasar-dasar ilmu ekonomi. Buku ini sangat penting dibaca oleh mahasiswa, akademisi, ekonom, atau masyarakat pada umumnya yang tertarik dengan studi mengenai ekonomi. Hal ini karena perekonomian merupakan suatu bangunan sistem yang sering digunakan untuk mengukur tingkat kesejahteraan suatu negara. Pembangunan ekonomi merupakan proses peningkatan kapasitas produktif suatu negara untuk menghasilkan barang dan jasa, yang ditandai oleh pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan peningkatan standar hidup masyarakat. Konsep ini, melibatkan perubahan struktural dalam ekonomi, seperti peningkatan produktivitas sektor-sektor utama, investasi dalam infrastruktur, dan peningkatan sumber daya manusia melalui pendidikan dan kesehatan. Selain itu, pembangunan ekonomi juga mencakup perbaikan distribusi pendapatan dan penciptaan peluang yang lebih merata untuk partisipasi ekonomi bagi seluruh lapisan masyarakat.

Terima kasih kami sampaikan kepada tim penerbit yang sudah menyempatkan waktu untuk menerbitkan buku ini. Semoga buku ini memberikan manfaat bagi para pembaca. Tak lupa, kami juga memohon saran, kritik, serta masukan-masukan yang membangun agar buku ini bisa lebih baik lagi pada penerbitan berikutnya.

Editor

DAFTAR ISI



KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
PERKEMBANGAN TEORI EKONOMI	
Dr. Edwin Basmar, S.E., M.M.	1
RAGAM KEGIATAN EKONOMI	
Dr. Dra. Herlina Tarigan, MPPM.....	15
PELAKU EKONOMI DAN PERANANNYA DALAM PEREKONOMIAN	
Dr. Christimulia Purnama Trimurti, S.E., S.H., M.M., CFRM.	30
PERMINTAAN DAN PENAWARAN	
Dra. Ary Sutrischastini, M.Si.....	47
KONSEP ELASTISITAS	
Dr. Tukiyat, S.E., M.Si.....	60
SISTEM PEREKONOMIAN DI INDONESIA	
Agus N. Simanjuntak, S.E., M.M.	79
TEORI PERILAKU KONSUMEN	
Dr. NiLuh Widyaningsih, S.E., M.Si., M.Sc.	94
PERILAKU PRODUSEN DAN PRODUKSI	
Yuniarti Reny Renggo, S.Kom., M.Sc.	109
INVESTASI DAN TABUNGAN	
Dwi Gemina, S.E., M.Si.....	120
TEORI KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM	
Abdul Kohar, S.Pd., M.Pd.	135

PEMBANGUNAN EKONOMI DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT Dr. Rahmat Laan, M.M.	153
SISTEM NILAI TUKAR UANG Dr. Rosye Rosaria Zaena, S.E., MS.i., Ak., CA., CTA., CPRM.....	170
STRUKTUR PASAR Veronika Nugraheni Sri Lestari, S.E., M.M.....	181
PENDAPATAN NASIONAL Yuvensius Ramompas, S.E., M.E.....	195
INFLASI DAN PENGANGGURAN Meiske Wenno, S.E., M.M.	208
PERAN PEMERINTAH DALAM PEREKONOMIAN Dr. Syafruddin, S.E., M.M.....	224
KONSEP EKONOMI DIGITAL Dr. Ir. Uus Mohammad Darul Fadli, S.E., M.M.	244
KONSEP EKONOMI KREATIF Sudarijati, S.E., M.Si.....	263



PERKEMBANGAN TEORI EKONOMI

Dr. Edwin Basmar, S.E., M.M.

Northern Illinois University – Amerika Serikat

Pendahuluan

Evolusi teori ekonomi terjadi sepanjang waktu, hal ini mengikuti perubahan perilaku keuangan yang ditunjukkan berdasarkan pergerakan aktivitas pasar keuangan (Basmar et al., 2021). Pergerakan keuangan mengantarkan adanya fenomena ekonomi yang harus ditanggapi secara serius. Pergeseran teori ekonomi ini, memberikan pengaruh positif pada setiap pelaku ekonomi, meski terjadi pergeseran di setiap sendi perekonomian, namun reaksi keuangan masih merujuk pada tingkat keseimbangan permintaan dan penawaran secara keseluruhan.

Dinamika pergerakan aliran keuangan yang merujuk pada keseimbangan permintaan dan penawaran, masih menjadi tolok ukur dari setiap aktivitas keuangan, namun sejalan dengan perkembangan pola pikir dan perilaku keuangan menjadikan efek keseimbangan keuangan tidak berjalan maksimal, sehingga memberikan dampak terjadinya krisis keuangan (Sudarmanto et al., 2021).

Wujud ketidakseimbangan keuangan ini, ditandai dengan banyaknya tekanan perekonomian yang memengaruhi variabel makroekonomi, kondisi ini yang mengakibatkan terjadinya ketimpangan dalam transaksi ekonomi, sehingga pergeseran keuangan berefek negatif pada beberapa elemen keuangan, sebagai motor penggerak keuangan.

Interaksi dalam keseimbangan mengakibatkan tingkat kebutuhan keuangan menjadi kurang stabil, sehingga menimbulkan gejolak keuangan yang merupakan dampak dari adanya pergerakan dalam aliran makroekonomi secara keseluruhan. Gambaran ini, mengisyaratkan bahwa adanya bentuk adaptasi teori ekonomi dari satu periode ke periode lainnya, dikarenakan pergeseran paradigma yang terjadi pada perilaku keuangan, temuan empiris dan model pemikiran baru (Basmar et al., 2021).

Nilai pergeseran teori ekonomi terjadi, diawali dari teori klasik yang dipelopori oleh Adam Smith dengan menunjukkan adanya interaksi keuangan, melalui aktivitas pasar bebas dengan tingkat efisiensi penggunaan sumber daya yang mengalami keseimbangan antara *supply* dan *demand*. Teori ekonomi kemudian mengalami perubahan seiring dengan perjalanan waktu, di mana terjadi perubahan tekanan perekonomian yang menimbulkan depresi keuangan dan menjadi krisis ekonomi yang memengaruhi kinerja keuangan dari berbagai sektor ekonomi pada saat itu, sehingga teori Keynesian menjadi bagian dari perubahan teori yang dinyatakan oleh Adam Smith dengan mengakses kebijakan sektor pemerintah untuk dapat mengontrol aktivitas keuangan secara keseluruhan (Basmar et al., 2022).

Bentuk perubahan ini, kemudian dilengkapi dengan peranan aktivitas keuangan secara moneter yang dikembangkan oleh mazhab Monetarisme yang menjelaskan bahwa teori inflasi mengalami tekanan karena fluktuasi keuangan yang meningkat, mengakibatkan ketidakstabilan ekonomi harus dilakukan dengan mengontrol jumlah uang beredar, karena krisis ekonomi dalam kinerja keuangan salah satunya dapat diakibatkan oleh karena tingginya tingkat inflasi.

Aktivitas keuangan kemudian semakin mengalami perubahan yang lebih kompleks dengan pengukuran model matematis dan aspek analisis yang lebih tajam, pada reaksi keuangan pada perekonomian, keadaan ini ditemukan pada akhir abad ke-20, sedangkan pergeseran perekonomian terkait perilaku ekonomi selaras dengan pengukuran spesifik pada psikologi keuangan karena ditemukan bahwa terdapat perilaku keuangan yang bekerja secara

tidak rasional, dan dapat menimbulkan efek negatif pada pertumbuhan perekonomian.

Banyak faktor yang mengakibatkan terjadi pergeseran teori perekonomian berdasarkan faktor yang memengaruhinya, tidak terlepas pada kondisi ekonomi, politik, sosial dan penelitian dibidang ekonomi. Pergeseran ini terjadi karena timbulnya kritik pada teori sebelumnya atau hasil penelitian sebelumnya, yang belum dapat mengungkapkan alasan terjadinya perubahan kondisi, yang menjadi fenomena dalam perekonomian suatu negara. Perubahan teori tersebut, terjadi karena adanya pengajuan alternatif penyelesaian masalah yang diperkirakan, dapat menyelesaikan permasalahan ekonomi yang tidak terselesaikan sebelumnya.

Saat ini, retorika para ekonomi mengungkapkan bahwa beberapa teori ekonomi sebelumnya dianggap perlu mengalami perubahan karena kondisi aktivitas keuangan saat itu, tidak lagi relevan dengan kondisi keuangan yang terjadi saat ini, sehingga ketidakmampuan dalam menjawab fenomena tersebut, menjadi bukti bahwa telah terjadi pergeseran teori ekonomi secara konsisten yang relevan dan memadai, ditandai dengan bentuk model baru yang lebih realistis dalam menjawab segala perubahan tekanan keuangan dengan analisa baru, berdasarkan pengumpulan data yang juga terbaru (Sudarmanto et al., 2021).

Mekanisme tekanan melalui berbagai fenomena dalam aktivitas keuangan secara global, telah memberikan dampak pada perubahan teori dalam ilmu ekonomi, salah satunya dengan tekanan keuangan yang bergerak sangat aktif, sehingga mengakibatkan turbulensi tekanan pada aliran keuangan, hambatan yang terjadi di setiap perputaran keuangan, mengakibatkan reaksi kuat pada variabel makroekonomi maupun mikroekonomi. Ukuran ini, mengakibatkan siklus keuangan bergerek pada area negatif dengan tingkat kecenderungan tekanan keuangan yang mengalami depresi akut.

Arus tekanan kemudian menjadikan berbagai sektor perekonomian bergerak melambat, seiring dengan volume tekanan keuangan yang mengalami perubahan dalam proses adaptasi kebijakan yang dijalankan oleh Bank Sentral, hubungan reaksi

keterikatan ini, menjadi bagian penting yang harus diselesaikan berdasarkan teori yang ada sebelumnya, namun karena tekanan keuangan mengalami reaksi tekanan yang berbeda-beda sehingga memerlukan penanganan kebijakan yang berbeda pula dari perilaku keputusan sebelumnya (Basmar et al., 2022).

Reaksi keuangan menjadi bagian kunci dalam pengambilan keputusan, baik secara teori maupun secara empiris. Hal ini karena nilai kebijakan yang dijalankan, harus berlandaskan pada temuan fenomena dan data yang menjadi dasar, terutama dalam menjawab gejala keuangan yang mengalami distorsi melalui perubahan perilaku keuangan, dengan merujuk pada perilaku keuangan sebelumnya maupun prediksi perilaku keuangan yang akan datang.

Secara umum, gelombang keuangan bergerak fluktuatif tidak hanya ditunjukkan melalui reaksi keuangan yang diakibatkan oleh adanya tekanan krisis keuangan secara global, efek multiplier juga terjadi karena berbagai aspek lainnya, fenomena yang mengakibatkan pergeseran ilmu ekonomi lainnya adalah dengan adanya tekanan pandemi Covid-19 yang merusak sistem keuangan setiap negara di dunia. Temuan pergeseran ilmu ekonomi terjadi karena dalam teori sebelumnya, aspek kesehatan dianggap tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap pergerakan perekonomian, namun dengan fenomena tersebut, terjadi penurunan pertumbuhan ekonomi secara global hingga menyentuh nilai negatif (Basmar, 2020).

Efektivitas dan akurasi tekanan keuangan menjadi penentuan dalam stabilitas keuangan dan pertumbuhan perekonomian suatu negara dalam menghadapi tekanan keuangan, baik yang terjadi karena reaksi keuangan dalam negeri maupun reaksi keuangan karena tekanan dari luar negeri. Hubungan ini menentukan kemampuan negara dalam menerapkan kebijakan terhadap reaksi ekonomi, baik makroekonomi maupun mikroekonomi, efektivitas kebijakan akan mengantarkan tekanan keuangan yang beraliran negatif, kemudian menjadi tekanan positif ketika kebijakan ekonomi dianggap mampu meredam depresi keuangan yang bersifat akut. Demikian pula sebaliknya, sehingga berbagai fenomena krisis

keuangan memiliki dimensi berbeda dengan proses penanganan yang berbeda pula. Hal ini menunjukkan bahwa teori ekonomi mengalami pergeseran dari waktu ke waktu.

Oleh karena itu, ilmu ekonomi menjadi statis, ketika tekanan keuangan dalam menjaga stabilitas keuangan dan pertumbuhan ekonomi tidak mengalami rangsangan yang kuat dari variabel makroekonomi maupun mikroekonomi, sebagai penggerak aliran keuangan yang dapat memengaruhi sistem keuangan secara permanen. Demikian pula sebaliknya, reaksi keuangan akan menunjukkan adanya pergeseran ilmu ekonomi ketika terjadi tekanan keuangan, yang dapat memberikan pengaruh pada aktivitas keuangan melalui reaksi tekanan makroekonomi dan mikroekonomi, baik secara langsung maupun tidak langsung dan juga baik secara individu maupun secara keseluruhan dalam perekonomian.

Reaksi Stabilitas Keuangan terhadap Perubahan Ekonomi

Efektivitas dari stabilitas keuangan mengalami pergeseran dalam pertumbuhan ekonomi, sejalan dengan tingginya tekanan keuangan yang terjadi dalam beberapa dekade belakangan ini (Basmar et al., 2022). Fenomena ini menjadikan kinerja keuangan dari berbagai sektor mengalami penurunan, bahkan secara global perekonomian juga mengalami tekanan yang cukup berat, imbas tekanan ini menjadikan sistem keuangan mengalami perubahan dalam mendeskripsikan pergerakan aliran keuangan, baik secara melalui variabel makroekonomi maupun mikroekonomi (Bank Indonesia, 2011).

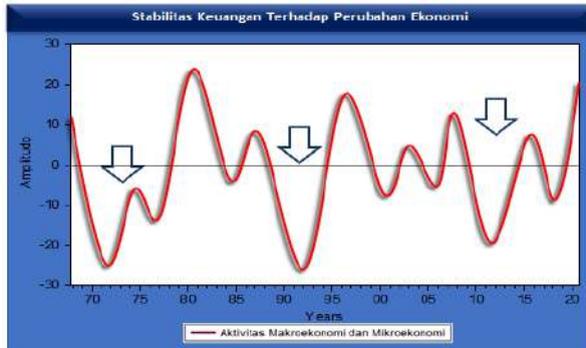
Durasi tekanan dalam gelombang siklus keuangan, digambarkan secara teori sebagai bentuk tekanan positif dan negatif yang bergerak secara fluktuatif dengan durasi tekanan yang berbeda-beda setiap periodenya, sehingga aliran keuangan dapat diterjemahkan dalam bentuk gelombang yang stabil melalui reaksi positif keuangan yang bergerak secara berkelanjutan (Basmar et al., 2021).

Waktu dan teori ekonomi yang mengalami pergeseran, mencerminkan perkembangan pemikiran dan analisis ekonomi, seiring dengan perubahan fenomena dalam aktivitas keuangan.

Berdasarkan teori stabilitas ditunjukkan melalui reaksi keseimbangan antara *supply* dan *demand* yang terjadi pada periode tertentu, hubungan ini digambarkan oleh Adam Smith dan David Ricardo sebagai bentuk pasar besar yang tujuannya adalah meningkatkan stabilitas keuangan agar maksimal sehingga proses pertumbuhan dapat tercapai dengan meminimalkan peranan pemerintah dalam pendistribusian kekayaan (keuntungan komparatif).

Identifikasi lainnya dalam teori stabilitas keuangan yang mengalami pergeseran ditunjukkan oleh Neoklasik yang dinyatakan oleh Alfred Marshall dan Leon Walras yang cenderung memandang bahwa pasar akan selalu seimbang, sehingga kemudian keseimbangan ini, akan mengantarkan terciptanya hubungan antara penawaran dan permintaan yang realistis melalui pengaruh pergerakan keuangan yang sepenuhnya di dasari oleh aktivitas makroekonomi dan mikroekonomi (Basmar, 2011).

Nilai stabilitas keuangan yang mengalami pergeseran teori dinyatakan oleh mazhab John Maynard Keynes yang sekaligus menunjukkan bahwa pergerakan aktivitas keuangan didasari oleh kebijakan yang dijalankan dan sekaligus dikontrol oleh pemerintah, melalui fungsi kebijakan moneter dan fiskal secara bersama-sama. Hal ini dikarenakan proses perekonomian yang mengalami resesi, dengan pengendalian kebijakan pemerintah melalui pengeluaran publik akan mencegah terjadinya resesi pada perekonomian disaat itu. Secara umum, pandangan Keynes berfokus pada tingkat stabilitas keuangan melalui pengendalian tekanan variabel makroekonomi, sehingga konsep tekanan keuangan dapat digambarkan secara fluktuatif, hal ini nampak pada Gambar 1.1 di bawah ini.



Gambar 1.1 Reaksi stabilitas keuangan terhadap perubahan ekonomi.

Sumber: Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro (2023)

Besarnya pengaruh tekanan makroekonomi seperti pada Gambar 1.1, menunjukkan bahwa stabilitas keuangan dalam pandangan Keynes memiliki tingkat sensitifitas yang sangat tinggi, sehingga dengan pengaturan keuangan melalui kebijakan moneter akan dapat mengatur sirkulasi keuangan dengan tepat.

Akses pergerakan keuangan yang digambarkan oleh Keynes, sejalan dengan pemikiran Milton Friedman yang menjadi pencetus pengendali pergerakan keuangan secara makroekonomi yang dikenal dengan pengendalian jumlah uang beredar, pergeseran teori dari Keynes ke Friedman ini, menjadikan keseimbangan keuangan menjadi semakin baik, namun teori moneter Friedman ini cenderung menganggap bahwa resesi keuangan atau krisis keuangan terjadi karena pergeseran makroekonomi yang jauh lebih besar, dibandingkan dengan fungsi pemerintah dalam mengintervensi kebijakan fiskal secara berlebihan. Kondisi ini sekaligus menjadi kritik dalam pemikiran teori ekonomi sebelumnya (Jony et al., 2021).

Struktur bias kognitif yang ditemukan dalam tekanan gelombang aktivitas keuangan pada stabilitas perekonomian, menggambarkan adanya tekanan perilaku keuangan yang dilakukan oleh pemerintah dalam pengambilan keputusan atas tekanan yang ditimbulkan dari dampak kebijakan moneter yang diterapkan pemerintah, sehingga mengakibatkan pasar bergerak dengan bebas dan mengakibatkan

terjadinya ketidakseimbangan antara *supply* dan *demand*, sehingga Daniel Kahneman dan Richard Thaler berpandangan bahwa kunci dari stabilitas keuangan ditentukan oleh perilaku keuangan yang harus dikontrol dengan baik oleh pemerintah dalam menetapkan kebijakan yang efektif dalam perekonomian.

Merujuk pada sebagian besar teori ekonomi, yang kemudian mengalami pergeseran karena aspek pemikiran yang cenderung semakin meluas, sehingga diperlukan penyesuaian kondisi dalam kerangka aktivitas perekonomian dalam menggambarkan peranan keputusan kebijakan moneter terhadap pengendalian perekonomian, Douglass North dan Oliver Williamson memandang bahwa peranan lembaga dan struktur yang terdapat dalam perekonomian menjadi dasar untuk mengatur dan mengantisipasi tekanan keuangan secara keseluruhan, sehingga melalui institusi yang baik akan memberikan efek positif pada stabilitas keuangan dan juga aspek lainnya yang saling berhubungan satu dengan lainnya.

Oleh karena itu, stabilitas keuangan dalam perekonomian telah mengalami pergeseran melalui fenomena dan cara pandang yang diberikan oleh pemikiran-pemikiran sebelumnya, dan teori ekonomi akan terus berkembang sejalan dengan dinamika perubahan segala elemen ekonomi secara umum dan elemen keuangan secara khusus.

Reaksi Pertumbuhan Ekonomi terhadap Perubahan Ekonomi

Entitas pertumbuhan perekonomian ditentukan peran serta semua elemen keuangan, baik secara makroekonomi maupun mikroekonomi, tentunya melalui fungsi lembaga keuangan yang memiliki tujuan untuk menciptakan sirkulasi keuangan secara berkelanjutan (Basmar; Hasdiana., 2021). Pertumbuhan perekonomian ini juga memberikan makna bahwa integrasi keuangan dengan sistem yang mengaturnya, harus sejalan dengan kebijakan yang dihasilkannya, karena efek ini akan memberikan kelenturan pergerakan gelombang keuangan dalam menerjemahkan tekanan keuangan, melalui variabel makroekonomi maupun mikroekonomi yang memberikan pengaruh pada proses pertumbuhan perekonomian.

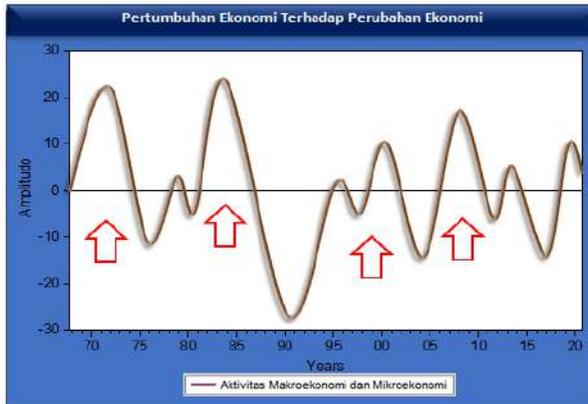
Dasar dari pergeseran teori pertumbuhan perekonomian, dijelaskan oleh mazhab Ekonomi Ekologis yang digambarkan oleh Herman Daly dengan berfokus pada konsep berkelanjutan dengan menitikberatkan pada batasan pergerakan pertumbuhan ekonomi secara maksimal, yang merupakan faktor pengaruh dari variabel perekonomian (Bank Indonesia, 2012). Di samping itu, Herman Daly juga memberikan gambaran bahwa konsep Ekologi terjadi karena adanya faktor lingkungan yang memberikan pengaruh pada aktivitas keuangan, secara tidak langsung sumber daya alam memberikan sumbangsih terbesar atas keseimbangan pembangunan melalui hubungan permintaan dan penawaran, ketersediaan pasokan sumber daya alam memberikan efek pada kemampuan sirkulasi keuangan secara berkelanjutan.

Weakness yang selama ini kurang mendapat perhatian dalam kajian ekonomi dan perekonomian adalah lingkungan, sehingga beberapa dekade dalam pergerakan perekonomian secara global terdapat kesenjangan dan kerusakan alam yang memberikan efek negatif pada perekonomian seperti dengan menurunnya tingkat GDP dunia sebesar 18% dan terjadi panas global yang meningkat dari waktu ke waktu. Gejala ini menandakan bahwa terjadi kerusakan sangat fatal pada lingkungan yang mengakibatkan tergerusnya keterbatasan sumber daya alam untuk jangka waktu pendek maupun jangka panjang, di mana kondisi ini dikenal dengan tekanan Perubahan Iklim atau yang sering disebut dengan sebutan *Climate Change*.

Interkoneksi dan kesamaan dalam mencapai pertumbuhan ekonomi dan pembangunan berkelanjutan dimasa krisis *Climate Change* menjadi semakin sulit, dikarenakan keterikatan ekonomi dan lingkungan secara teori harus memiliki kesamaan dan kecukupan yang seimbang atau equilibrium, namun kondisi ini semakin sulit untuk mengontrol efek krisis *Climate Change* (Basmar et al., 2021).

Nampak di beberapa periode belakangan ini, teori-teori modern termasuk *Green Ekonomi* dan berkelanjutan berfokus pada aspek pentingnya keberlanjutan lingkungan dan tanggung jawab sosial dalam ekonomi, dan melalui pergeseran teori ini menunjukkan

respons terhadap tantangan baru dan kemajuan pengetahuan yang mendalam dalam memahami dinamika ekonomi (Basmar, 2019). Hal ini dapat digambarkan bentuk pergerakan perekonomian dalam proses pencapaian pertumbuhan dan perekonomian secara berkelanjutan, hubungan ini dapat terlihat melalui tekanan gelombang keuangan yang ditunjukkan pada Gambar 1.2 berikut.



Gambar 1.2 Reaksi pertumbuhan ekonomi terhadap perubahan ekonomi.

Sumber: Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro (2023)

Besaran tekanan gelombang keuangan yang terdapat pada Gambar 1.2, menunjukkan bahwa gelombang bergerak secara fluktuatif dengan konsentrasi tekanan berada pada masa perekonomian, mengalami tekanan yang sangat dalam pada area negatif, hal ini menandakan bahwa terjadi ketidakseimbangan aliran keuangan secara permanen dalam periode tertentu, sehingga mengakibatkan ketimpangan dari pergerakan variabel makroekonomi dan mikroekonomi secara bersamaan, dan ditunjang dengan ketidakseimbangan antara perilaku konsumen terhadap lingkungan secara tidak langsung (Basmar et al., 2022).

Akibat negatif dari tekanan tersebut, menjadikan siklus keuangan bereaksi sangat aktif terhadap semua tekanan yang memengaruhinya. Efek ini menjadikan pasar keuangan bekerja di bawah tekanan, mengakibatkan terjadinya disequilibrium keuangan, di sisi lain efek tekanan keuangan mengakibatkan perubahan

perilaku keuangan, sehingga sektor keuangan dan lembaga keuangan lainnya juga mengalami tekanan yang sangat kuat. Kondisi ini menjadi respons bagi semua kalangan dalam mengambil kebijakan terhadap tantangan ekonomi yang mengalami perubahan dengan menggunakan pendekatan modern, dalam menyikapi dan memahami dinamika tekanan perekonomian global (Nainggolan et al., 2021).

Sistem pertumbuhan perekonomian pada zaman sekarang yang menjadi semakin modern dan canggih, mengakibatkan teori dan implementasi perekonomian mengalami pergeseran dan perkembangan. Hal ini diperlukan untuk dapat memahami perubahan global yang bergerak dengan cepat. Aspek perubahan ekonomi pada era modern ini, dapat berupa perubahan ekonomi dapat terjadi pada perekonomian digital, ekonomi inklusif, ekonomi berkelanjutan, ekonomi perilaku, ekonomi institusional dan ekonomi global.

Mekanisme perubahan ekonomi tersebut, menunjukkan pentingnya teori perekonomian untuk mengatasi dan membantu dalam memahami peluang dan tantangan yang terjadi pada perekonomian pada era modern, yang tidak hanya terbatas pada sistem keuangan saja, tetapi dengan mengombinasikan terhadap aspek lainnya, seperti perubahan teknologi, perubahan lingkungan dan perubahan globalisasi.

Daftar Pustaka

- Bank Indonesia. (2011). *Peraturan Bank Indonesia Nomor 13/I/PBI/2011 Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum*, Jakarta
- Bank Indonesia. (2012). *Kodefikasi Peraturan Bank Indonesia Kelembagaan Penelitian Tingkat Kesehatan Bank*, Pusat Riset dan Edukasi Bank Sentral (PRES) Bank Indonesia, Jakarta.
- Basmar E. (2011). Analisis Tingkat Kesehatan Perbankan Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bongaya Makassar*

- Basmar E. (2019). Pengaruh Fluktuasi Keuangan Terhadap Kesejahteraan Petani di Bulukumba, *Univeristas Fajar*, 1(2), 1–32.
- Basmar E. (2020). Analisis Tingkat Upah dan Potensi Tingkat Pengangguran di Indonesia, *Univeristas Fajar*, 1(1), 1–33.
- Basmar E., Carl M. Campbell III, Erlin B., S. Suhendra., (2022). The Climate Changes in Banking Credit to the Financial Cycle during The Covid 19 Pandemic in Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(1), 173–182.
- Basmar E., Carl M. Campbell III., Erlin B. (2022). Bank Credit in Financial Cycle During Covid-19 Pandemic: Dilemma from Indonesia. *Shirkah Journal of Economics and Business*, 7(3).
- Basmar E., M. Bahtiar., Erlin B. (2021). Tekanan Suku Bunga Terhadap Siklus Keuangan di Indonesia. *SEIKO Journal of Management and Business, STIE AMKOP Makassar*.
- Basmar E., S. Hasdiana. (2021). Literasi Keuangan dimasa Pandemi Covid-19 (FLC19) dan Pengaruhnya terhadap Siklus Keuangan di Indonesia, *POINT Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(2), 21–33.
- Basmar E., S. Hasdiana., Carl M. Campbell III, Erlin B. (2022). Perilaku Kredit Perbankan Dalam Gelombang Siklus Keuangan Selama Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *POINT Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 4(1), 67–80.
- Basmar E., S. Hasdiana., Erlin B., Carl M. Campbell III. (2021). Identification Of Banking Credit Behavior in The Waves of Financial Cycle During the Pandemic Covid-19 in Indonesia. *Atestasi Jurnal Ilmiah Akuntansi, Universitas Muslim Indonesia, Makassar*.
- Basmar E., S. Sutriana, Z. Salim, E. Basmar, Carl M. Campbell III. (2022). Analisis Pergeseran Tekanan Siklus Keuangan di Indonesia. *POINT Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 4(2), 30–45.
- Basmar E., Sri H.S., Abdul R.S., Abdul R.S., Annisa I.F., Darwin D., Amruddin, Bonaraja P., Nugrahini S.W., Wisnujati., Nur A.N., (2021), *Ekonomi Pembangunan: Strategi dan Kebijakan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

- Basmar, E., Bonaraja P., Darwin D., Astri R.B, Parlin D.S., Moses L.P.H., Astuti, Erna H., Darwin L., Mariana S., Eko S., Hengki M.P.S., Nugrahini S.W. (2021). *Ekonomi Bisnis Indonesia*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Jony J, Sunday A.S., Kharis F.H., Bonaraja P., Edwin B., Hasyim., Mochamad S., Marina S., Sariyanto. (2021). *Pemasaran Usaha Kecil Menengah (UKM)*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Nainggolan L. E., Bonaraja P., Nurjannah., Muhammad H., Edwin B., Nur A.N., Darwin D., Eko S. (2021). *Ekonomi Moneter*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sudarmanto E., Muhammad F. R., Noni R., Abdul R. S., Edwin B., Amruddin., Elistia., Yulfiswandi, Nur A. N. (2021). *Ekonomi Pembagunan Islam*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sudarmanto E., Muhammad S., Nadia F., Muhammad H., Ashar M., Annisa I. F., Selvi Y.T., Ari M., Lora E. M., Iwan P., Arfandi S.N., Muh I.S.A., Laily F., Darwin D., Edwin B., Nur Z., Bonaraja P. (2021). *Teori Ekonomi: Mikro dan Makro*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

TENTANG PENULIS



Dr. Edwin Basmar, S.E., M.M.

Penulis menyelesaikan studi *Visiting Research* di Northern Illinois University Amerika Serikat dan *Post Doctoral* pada National Research and Innovation Agency Jakarta, setelah menyelesaikan Pendidikan Doktor (Ilmu Ekonomi) di Universitas Hasanuddin Makassar. Beliau aktif sebagai peneliti di Bidang Ekonomi Pembangunan (Makroekonomi, Keuangan dan Perbankan).
E-mail: e2nbasmar@gmail.com.



RAGAM KEGIATAN EKONOMI

Dr. Dra. Herlina Tarigan, MPPM.
Universitas Pertahanan RI

Pengertian Kegiatan Ekonomi

Beberapa pemikir kunci yang telah berkontribusi pada pemahaman tentang kegiatan ekonomi di berbagai sektor antara lain Adam Smith (1723-1790); Colin Clark (1905-1989); Jean Fourastié (1907-1990); Friedrich List (1789-1846); Daniel Bell (1919-2011); Alfred Marshall (1842-1924); dan Wassily Leontief (1906-1999) menjelaskan seperti berikut di bawah ini.

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak bisa hidup sendiri dan selalu membutuhkan orang lain, termasuk dalam kegiatan ekonomi. Kerja sama antar individu diperlukan untuk saling melengkapi. Misalnya, nelayan menangkap ikan yang kemudian dibeli oleh orang lain untuk dijual atau dikonsumsi, serta petani yang memproduksi bahan pangan dan orang yang membuat pakaian untuk dijual. Kegiatan ekonomi adalah aktivitas yang dilakukan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, baik berupa barang maupun jasa.

Hampir semua aktivitas sehari-hari, seperti makan, bekerja, berbelanja, dan melakukan transaksi jual beli, merupakan bagian dari kegiatan ekonomi. Setiap individu terlibat dalam kegiatan ini untuk memenuhi kebutuhan pokok seperti makanan, pakaian, tempat tinggal, dan barang lainnya. Kegiatan ekonomi terjadi melalui transaksi antara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk mempertahankan keberlangsungan hidup.

Kegiatan ekonomi, menurut Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI, adalah semua aktivitas yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak dapat melakukan semuanya sendiri, sehingga membutuhkan bantuan orang lain dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Menurut Eurostat European Commission, kegiatan ekonomi melibatkan penggunaan sumber daya seperti barang modal, tenaga kerja, dan teknik manufaktur untuk menghasilkan barang atau jasa tertentu. Kegiatan ini mencakup berbagai aspek seperti produksi, yaitu proses menciptakan atau menambah nilai pada barang atau jasa; distribusi, yang melibatkan pendistribusian barang atau jasa dari produsen ke konsumen; serta konsumsi, di mana barang atau jasa yang dihasilkan digunakan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.

Kegiatan ekonomi mencakup produksi, distribusi, dan konsumsi barang serta jasa, dengan beragam aktivitas yang saling berkaitan. Proses ini melibatkan penggunaan sumber daya, produksi, dan keluaran berupa barang atau jasa. Kegiatan ekonomi bisa sederhana, seperti menenun, atau kompleks, seperti pembuatan mobil yang melibatkan berbagai sub-proses seperti pengecoran, pengelasan, dan perakitan.

Kegiatan ekonomi tidak hanya mencakup kegiatan berskala besar seperti industri manufaktur atau perdagangan internasional, tetapi juga kegiatan sederhana sehari-hari seperti jual beli di pasar lokal. Setiap kegiatan ekonomi memiliki tujuan utama untuk meningkatkan kesejahteraan manusia dan memainkan peran penting dalam perkembangan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Selain itu, kegiatan ekonomi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti teknologi, sumber daya alam, kebijakan pemerintah, serta pasar dan harga.

Dapat disimpulkan kegiatan ekonomi adalah aktivitas yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau institusi untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan cara memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi barang dan jasa. Kegiatan ekonomi adalah aktivitas yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, baik

berupa barang maupun jasa. Manusia tidak bisa melakukan semua hal sendiri, sehingga memerlukan bantuan orang lain dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Contohnya saat berbelanja di pasar, di mana proses produksi, distribusi, dan konsumsi terjadi. Tujuan utama kegiatan ekonomi adalah memenuhi kebutuhan hidup yang beragam, seperti makanan, keperluan rumah tangga, dan biaya pendidikan.

Jenis-Jenis Kegiatan Ekonomi

Kegiatan ekonomi terbagi menjadi tiga jenis: produksi, distribusi, dan konsumsi.

1. Produksi

Produksi adalah aktivitas menciptakan atau mengubah barang menjadi lebih bernilai guna memenuhi kebutuhan manusia, baik berupa barang maupun jasa. Contohnya, petani menanam padi untuk menghasilkan beras, buruh tekstil membuat pakaian, dan bank menyediakan layanan keuangan. Tujuan produksi meliputi menghasilkan barang atau jasa, meningkatkan nilai guna, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memperoleh keuntungan, memperluas lapangan usaha, dan menjaga kesinambungan bisnis.

Setiap kegiatan ekonomi melibatkan tahap produksi, yaitu aktivitas menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Produsen bertujuan mencari keuntungan, menjaga kelangsungan usaha, meningkatkan mutu, dan jumlah produksi. Proses produksi dipengaruhi oleh faktor Sumber Daya Manusia (SDM), Sumber Daya Alam (SDA), modal, dan kewirausahaan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, produksi adalah proses pembuatan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia dan meningkatkan ekonomi. Kegiatan produksi memerlukan pengeluaran dana untuk menghasilkan barang atau jasa berkualitas yang dapat menarik perhatian konsumen. Produsen, yaitu orang, badan usaha, atau organisasi yang menciptakan barang atau jasa, berperan dalam proses ini.

Contohnya, seseorang yang memproduksi dan menjual roti kepada teman-temannya sudah bisa disebut sebagai produsen. Tingkat produksi dipengaruhi oleh faktor-faktor produksi, termasuk sumber daya manusia, sumber daya alam, dan sumber daya modal. Faktor-faktor ini menentukan naik turunnya tingkat produksi dalam kegiatan ekonomi.

a. Sumber Daya Manusia

Dalam produksi barang atau jasa, tenaga kerja manusia sangat penting untuk menciptakan produk berkualitas. Sumber daya manusia dapat dibagi menjadi tiga kategori: tenaga kerja terdidik (misalnya psikolog dan dokter), tenaga kerja terlatih (misalnya supir dan teknisi), dan tenaga kerja tak terdidik serta tak terlatih (misalnya kuli panggul dan buruh tani). Kualitas tenaga kerja memengaruhi hasil produksi.

b. Sumber Daya Alam

Sumber daya alam adalah faktor penting dalam kegiatan ekonomi produksi, karena kondisi alam yang baik menghasilkan produk berkualitas. Sumber daya alam seperti tanah, udara, air, dan hasil tambang meningkatkan ekonomi, tetapi juga dapat merusak lingkungan jika tidak digunakan dengan bijak.

Sumber Daya Alam Tanah: digunakan untuk pertanian, perkebunan, pembangunan, dan infrastruktur, menghasilkan produk seperti kentang, beras, dan perumahan. Sumber Daya Alam Udara: penting untuk penerbangan dan pertanian, membantu dalam navigasi dan penyesuaian tanaman sesuai wilayah. Sumber Daya Alam Air: digunakan dalam pengangkutan, irigasi, dan pembangkit listrik, sangat berguna terutama di daerah yang belum terjangkau listrik. Sumber Daya Modal: diperlukan untuk meningkatkan produksi dan kualitas. Modal terdiri dari modal lancar (barang yang hanya digunakan sekali, seperti bahan bakar) dan modal tetap (barang yang digunakan berulang kali, seperti mesin dan gedung).

Berdasarkan bentuknya, modal terbagi menjadi modal konkret (terlihat seperti mesin dan bahan baku) dan modal abstrak (tidak terlihat seperti pengetahuan dan merek). Sumber Daya Pengusaha, atau Kewirausahaan, melibatkan individu yang ahli dalam menyusun kerja sama antara sumber daya alam, modal, dan tenaga kerja. Pengusaha mengendalikan semua faktor kegiatan ekonomi produksi untuk meningkatkan jumlah dan kualitas produk.

2. Distribusi

Kegiatan ekonomi yang selanjutnya yaitu distribusi. Distribusi adalah aktivitas penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen, yang dilakukan oleh distributor. Kegiatan distribusi meliputi perdagangan, penyimpanan, dan pengangkutan barang, dengan tujuan memenuhi kebutuhan konsumen dan menjaga kelangsungan produksi. Distribusi dipengaruhi oleh faktor pasar, barang, perusahaan, dan kebiasaan pembelian.

Distribusi adalah kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, dilakukan oleh distributor. Tanpa distribusi, produsen akan kesulitan memasarkan produknya, dan konsumen sulit mendapatkan barang. Distribusi meliputi perdagangan, pengangkutan, penyimpanan, dan penyaluran. Alur distribusi terdiri dari produksi, distribusi, dan konsumsi, dengan bentuk distribusi langsung, semi langsung, dan tidak langsung. Fungsi utama distribusi mencakup pengangkutan, penyimpanan, penjualan, dan penanggungungan risiko, sedangkan fungsi tambahannya meliputi pengelompokan, pengemasan, dan penginformasian.

Distribusi dilakukan melalui saluran seperti pedagang, agen, broker, eksportir, dan importir. Faktor-faktor yang memengaruhi distribusi meliputi: faktor pasar (pola pembelian, lokasi, jumlah konsumen), faktor barang (nilai, berat, ketahanan, pengemasan), faktor perusahaan (sumber dana, manajemen), dan faktor kebiasaan pembelian (kegunaan, ongkos penyaluran). Contoh distribusi: pemilik toko sembako membeli barang di pasar induk untuk dijual kembali, agen jastip menjual barang dari luar negeri,

bank menawarkan asuransi, dan layanan logistik mengirimkan barang ke pembeli.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, distribusi berarti penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Kegiatan distribusi, yang dilakukan oleh lembaga atau perorangan (distributor), mencakup berbagai aktivitas seperti perdagangan, pengangkutan, dan penyimpanan. Tingkat distribusi dipengaruhi oleh beberapa faktor: a) Faktor Pasar: Memengaruhi saluran distribusi melalui pola pembelian konsumen. b) Faktor Barang: Meliputi besar, berat, standar, daya tahan, dan pengemasan barang. c) Faktor Perusahaan: Termasuk sumber dana, pelayanan, dan manajemen perusahaan. d) Faktor Kebiasaan Pembelian: Melibatkan biaya pengiriman, volume penjualan, dan kebijakan.

3. Konsumsi

Konsumsi dalam kegiatan ekonomi adalah aktivitas individu menggunakan produk atau jasa yang diproduksi oleh produsen. Kebutuhan konsumen beragam, dari primer, sekunder, hingga tersier, dan dipengaruhi oleh faktor lingkungan, pendidikan, serta gaya hidup. Konsumsi bertujuan memenuhi kebutuhan, mengurangi nilai guna barang atau jasa, dan memuaskan kebutuhan rohani. Setiap produsen juga merupakan konsumen, meski tidak semua konsumen adalah produsen.

Konsumsi adalah kegiatan menghabiskan atau mengurangi nilai guna barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Tujuannya meliputi mengurangi atau menghabiskan nilai guna, serta memuaskan kebutuhan fisik dan rohani. Faktor yang memengaruhi konsumsi termasuk kemampuan produksi, tingkat penghasilan, dan harga barang. Contoh konsumsi: nasabah membeli produk keuangan, ibu rumah tangga membeli sayur di pasar, keluarga memesan makanan di restoran, dan perempuan membeli produk *skincare* di mal.

Menurut KBBI, konsumsi adalah pemakaian barang hasil produksi. Kegiatan ekonomi konsumsi terjadi ketika seseorang menggunakan produk atau jasa yang diproduksi untuk

memenuhi kebutuhan hidupnya, seperti rumah, pakaian, dan makanan. Seorang konsumen tidak selalu menjadi produsen, tetapi produsen pasti juga seorang konsumen karena mereka membeli bahan baku untuk produksi. Tingkat konsumsi yang tinggi dalam masyarakat menandakan kemakmuran atau kesejahteraan.

Faktor-faktor yang memengaruhi kegiatan konsumsi antara individu berbeda-beda, tergantung pada kebutuhan hidupnya. Tingkat konsumsi dipengaruhi oleh pendapatan, harga, kebiasaan, selera, dan ketersediaan barang pengganti.

a. Pendapatan.

Pendapatan adalah hasil kerja yang diperoleh dari pekerjaan atau tugas yang telah diselesaikan, seperti upah, sewa, atau laba. Karena bentuk dan jumlah pendapatan berbeda-beda, tingkat konsumsi setiap orang juga bervariasi. Misalnya, kebutuhan seorang pengusaha akan berbeda dengan kebutuhan seorang karyawan.

b. Harga

Faktor harga sangat memengaruhi kegiatan konsumsi. Kenaikan harga suatu barang atau jasa biasanya menurunkan permintaan, sedangkan penurunan harga dapat meningkatkannya. Misalnya, kenaikan harga kedelai akan menyebabkan harga tahu dan tempe naik, mengurangi jumlah pembeli. Oleh karena itu, sebaiknya konsumsi ditingkatkan saat harga turun dan dikurangi saat harga naik.

c. Kebiasaan

Kebiasaan hidup seseorang, dipengaruhi oleh gaya hidup, lingkungan, dan kebutuhan, dapat memengaruhi tingkat konsumsi. Misalnya, seseorang yang boros akan cenderung meningkatkan konsumsi, sedangkan yang hemat akan menjaga konsumsi tetap stabil atau rendah.

d. Selera

Selera individu yang berbeda-beda, dipengaruhi oleh faktor psikologis yang bisa berubah, memengaruhi tingkat konsumsi. Misalnya, seseorang yang hobi membaca akan

cenderung membeli lebih banyak buku. Jadi, selera seseorang menentukan tingkat konsumsi: semakin tinggi selera pada suatu barang atau jasa, semakin tinggi konsumsi, dan sebaliknya.

e. **Barang Pengganti**

Kenaikan harga barang sering mendorong konsumen untuk beralih ke barang yang lebih murah. Adanya barang pengganti memengaruhi tingkat konsumsi, sehingga semakin banyak orang yang memilih barang substitusi, semakin berkurang konsumsi barang yang digantikan.

Tujuan Kegiatan Ekonomi

1. Kegiatan Ekonomi Produksi

Kegiatan ekonomi produksi memiliki berbagai tujuan penting yang mendukung kelangsungan dan pertumbuhan ekonomi. Pertama, produksi bertujuan untuk menghasilkan barang atau jasa yang bermanfaat bagi konsumen, memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Selain itu, produksi juga bertujuan meningkatkan kualitas barang atau jasa agar lebih bernilai dan kompetitif. Tujuan lainnya adalah meningkatkan keuntungan usaha, yang memungkinkan perusahaan untuk berkembang dan berinvestasi lebih lanjut. Produksi juga berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penyediaan barang dan jasa yang diperlukan serta menciptakan lapangan pekerjaan, yang pada gilirannya membantu mengurangi pengangguran dan meningkatkan kualitas hidup.

2. Kegiatan Ekonomi Distribusi

Kegiatan ekonomi distribusi memiliki tujuan utama untuk memastikan barang yang diproduksi sampai ke tangan konsumen dengan selamat. Pertama, distribusi berfungsi menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, menjamin bahwa barang tersebut sampai dengan baik. Selain itu, distribusi juga bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat akan berbagai barang, memastikan bahwa produk yang dihasilkan dapat dinikmati oleh konsumen. Kegiatan distribusi membantu menjamin kontinuitas

produksi dengan memastikan adanya saluran yang efektif untuk penyaluran barang. Terakhir, distribusi memastikan bahwa hasil produksi digunakan secara optimal oleh konsumen, mengoptimalkan manfaat dan kepuasan dari barang yang dibeli.

3. Kegiatan Ekonomi Konsumsi

Kegiatan ekonomi konsumsi memiliki beberapa tujuan penting yang terkait dengan penggunaan barang dan jasa. Pertama, tujuan utama konsumsi adalah memberikan kepuasan pribadi, yaitu memenuhi kebutuhan dan keinginan individu melalui barang dan jasa yang dikonsumsi. Selain itu, konsumsi juga bertujuan menghabiskan nilai guna barang secara bertahap, yaitu memanfaatkan produk hingga manfaatnya berkurang seiring waktu. Selain itu, konsumsi juga bertujuan untuk menghabiskan nilai guna suatu barang sekaligus, seperti dalam pembelian barang-barang yang digunakan secara langsung dalam satu waktu, misalnya makanan. Tujuan-tujuan ini membantu memastikan bahwa konsumsi tidak hanya memenuhi kebutuhan, tetapi juga memaksimalkan manfaat dari barang dan jasa yang tersedia.

Contoh kegiatan ekonomi dapat ditemukan di berbagai sektor, masing-masing dengan karakteristik dan tujuan yang berbeda. Dalam bidang perkebunan, kegiatan ekonomi melibatkan proses tanam menanam untuk menghasilkan produk seperti mangga atau sawit yang dijual kepada konsumen. Di sektor pertanian, kegiatan ekonomi berfokus pada penggunaan tanah untuk menghasilkan hasil pertanian seperti kentang, wortel, dan padi, di mana kualitas tanah sangat memengaruhi hasil produksi. Sementara itu, di bidang industri, kegiatan ekonomi melibatkan pengolahan bahan baku menjadi barang jadi atau setengah jadi, seperti pada perusahaan roti yang mengubah bahan mentah menjadi produk roti. Terakhir, kegiatan ekonomi di bidang jasa berkaitan dengan penyediaan pelayanan, contohnya dalam sektor perhotelan, perbankan, asuransi, dan transportasi, di mana layanan tersebut memenuhi berbagai kebutuhan konsumen.

Jenis Bisnis dalam Kegiatan Ekonomi

Di Indonesia, ada berbagai jenis bisnis yang umum dilakukan dalam kegiatan ekonomi sehari-hari. Salah satunya adalah bisnis di bidang perdagangan, yang merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang paling populer. Dengan perkembangan teknologi digital, perdagangan kini semakin mudah dilakukan, terutama melalui platform online yang memungkinkan jangkauan pasar yang lebih luas. Kemudahan ini memberikan peluang besar bagi para pedagang untuk mengembangkan usaha mereka, menggunakan fasilitas digital untuk mempermudah transaksi dan mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien.

Bisnis di bidang industri melibatkan pengolahan bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang bernilai tambah. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah meningkatkan nilai guna bahan mentah melalui proses produksi. Industri dapat dilakukan oleh perorangan atau lembaga yang memiliki fasilitas dan sumber daya memadai. Kegiatan industri mencakup berbagai sektor, yang dibedakan berdasarkan skala usaha menjadi industri kecil, menengah, dan besar.

Industri kecil biasanya melibatkan usaha rumahan dengan modal dan tenaga kerja terbatas, seperti kerajinan tangan. Industri menengah memiliki skala lebih besar dengan teknologi lebih canggih, mampu memproduksi dalam jumlah yang lebih besar. Industri besar, seperti pabrik otomotif, memerlukan modal besar, teknologi tinggi, dan tenaga kerja dalam jumlah besar, memungkinkan produksi massal yang efisien. Setiap kategori industri berkontribusi pada perekonomian melalui penciptaan lapangan kerja dan inovasi produk.

Bisnis di bidang pertanian memiliki peran penting dalam ekonomi Indonesia, yang dikenal sebagai negara agraris dengan mayoritas penduduknya terlibat dalam sektor ini. Kegiatan pertanian meliputi produksi bahan pangan seperti padi, kelapa sawit, kopi, dan teh, yang kemudian diolah atau dijual untuk memenuhi kebutuhan konsumsi domestik. Pertanian di Indonesia umumnya berpusat di daerah pedesaan dan pegunungan, di mana kondisi tanah dan iklim mendukung pertumbuhan tanaman.

Selain penanaman, kegiatan pertanian mencakup pengolahan hasil panen, pemasaran, dan distribusi. Petani menghadapi tantangan seperti cuaca, hama, dan fluktuasi harga pasar yang memengaruhi pendapatan mereka. Pertanian tidak hanya menyediakan bahan pangan, tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan menggerakkan ekonomi pedesaan. Peningkatan teknologi pertanian menjadi kunci untuk meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan petani, menjadikan sektor ini sangat vital dalam mendukung ketahanan pangan dan ekonomi nasional.

Bisnis perikanan merupakan sektor ekonomi signifikan di Indonesia, dengan wilayah perairan yang lebih luas dibandingkan daratan. Kegiatan ini melibatkan budidaya dan pemanfaatan sumber daya ikan serta produk laut lainnya, baik di laut, sungai, maupun danau. Perikanan menjadi mata pencaharian utama bagi nelayan yang tinggal di wilayah pesisir, memberikan kontribusi besar bagi perekonomian lokal dan nasional.

Kegiatan perikanan di Indonesia mencakup penangkapan ikan di laut, budidaya ikan di tambak atau keramba jaring apung, hingga pengolahan produk seperti ikan kering dan produk olahan laut. Dengan letak geografis yang kaya akan biodiversitas laut, Indonesia menghasilkan sumber daya laut bernilai tinggi, baik untuk kebutuhan dalam negeri maupun ekspor. Keanekaragaman laut ini menjadikan perikanan sebagai sektor strategis dalam perdagangan internasional.

Namun, sektor perikanan menghadapi tantangan seperti perubahan iklim, penurunan stok ikan akibat penangkapan berlebih, dan pengelolaan sumber daya laut yang kurang optimal. Oleh karena itu, diperlukan inovasi teknologi, pengelolaan berkelanjutan, dan kebijakan yang mendukung untuk menjaga kelangsungan sektor ini. Bisnis perikanan tidak hanya penting dalam pemenuhan kebutuhan pangan dan menciptakan lapangan kerja, tetapi juga menjadi penggerak utama bagi perekonomian daerah pesisir.

Bisnis peternakan merupakan sektor ekonomi penting di Indonesia, yang mencakup pemeliharaan dan pembiakan hewan untuk menghasilkan produk seperti daging, susu, telur, serta produk olahan lainnya. Sektor ini dibagi menjadi tiga kategori utama:

peternakan hewan besar, peternakan hewan kecil, dan peternakan unggas. Masing-masing kategori memiliki fokus berbeda, seperti produksi daging, susu, dan telur, serta berperan dalam memenuhi kebutuhan pangan nasional.

Peternakan hewan besar, seperti sapi dan kerbau, berfokus pada produksi daging dan susu, sementara peternakan hewan kecil, seperti kambing dan domba, menghasilkan daging, susu, dan wol. Sektor peternakan unggas, termasuk ayam broiler dan petelur, adalah yang paling berkembang dan memiliki kontribusi besar dalam penyediaan protein hewani untuk konsumsi domestik.

Setiap jenis peternakan menghadapi tantangan tersendiri, seperti manajemen pakan, kesehatan hewan, serta fluktuasi harga pasar. Dengan dukungan teknologi modern, manajemen yang tepat, serta kebijakan pemerintah yang memadai, sektor peternakan dapat terus berkembang dan berkontribusi pada ketahanan pangan serta perekonomian masyarakat di Indonesia.

Bisnis di bidang jasa merupakan kegiatan ekonomi yang fokus pada penyediaan layanan alih-alih produk fisik. Dalam bisnis ini, penyedia jasa menawarkan keahlian, pengalaman, atau layanan tertentu untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen. Tujuan dari bisnis jasa, seperti halnya bisnis barang, adalah untuk menghasilkan keuntungan. Kelebihan utama dari bisnis jasa adalah tidak memerlukan inventaris barang yang perlu disimpan, sehingga mengurangi kebutuhan akan ruang penyimpanan dan modal awal yang besar. Ini menjadikannya pilihan menarik bagi mereka yang ingin memulai usaha dengan modal terbatas, memanfaatkan keterampilan atau keahlian khusus yang dimiliki. Bisnis jasa dapat mencakup berbagai sektor, seperti perhotelan, perbankan, asuransi, dan jasa transportasi, yang semuanya berfokus pada penyediaan layanan kepada pelanggan. Keberhasilan dalam bisnis ini sering kali bergantung pada kualitas pelayanan, reputasi, dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan serta ekspektasi pelanggan dengan efektif.

Kesimpulan

Kegiatan ekonomi merupakan aktivitas yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup, baik berupa barang maupun jasa. Karena itu, manusia tidak bisa memenuhi semua kebutuhannya sendiri, kegiatan ekonomi melibatkan banyak pihak, seperti produsen, distributor, dan konsumen. Contoh sederhana dari kegiatan ekonomi adalah berbelanja di pasar, di mana proses produksi, distribusi, dan konsumsi terjadi. Tujuan utama dari kegiatan ekonomi ini adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia yang beragam, seperti kebutuhan pangan, peralatan rumah tangga, dan pendidikan.

Kegiatan ekonomi dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk ketersediaan sumber daya, kondisi pasar, karakteristik barang, serta letak geografis. Agar kegiatan ekonomi berjalan dengan baik, semua pelakunya harus menjalankan fungsi dan peran masing-masing secara efektif. Pentingnya kegiatan ekonomi tidak hanya terletak pada pemenuhan kebutuhan manusia, tetapi juga dalam menjaga agar roda perekonomian terus berputar. Setiap jenis bisnis yang bergerak dalam kegiatan ekonomi, meskipun memiliki kelebihan dan kekurangan, harus dikelola dengan baik untuk mencapai pertumbuhan dan perkembangan yang berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Amdan, L., & Sanjani, M. R. I. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(1), 108–119.
- Anisha, O., Mulyono, H., & Hadiyah, H. (2020). Peningkatan pemahaman konsep kegiatan ekonomi dan jenis-jenis usaha melalui model pembelajaran kooperatif tipe example non example pada peserta didik kelas V sekolah dasar. *Didaktika Dwija Indria*, 8(2), 37–41.
- Aslam, A., Ninawati, M., & Noviani, A. (2021). Pengembangan media monopoli berbasis kontekstual pada materi jenis-jenis usaha dan kegiatan ekonomi mata pelajaran ips siswa kelas tinggi. *Al-Aulad: Journal of Islamic Primary Education*, 4(1), 35–43.

- Cahyani, N. M. S., & Suniasih, N. W. (2022). Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Kontekstual pada Materi Jenis-Jenis Usaha dan Kegiatan Ekonomi di Indonesia Muatan IPS Kelas V SD. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pendidikan*, 6(1), 1–11.
- Nursyamsiah, N. (2017). Pengaruh Model Problem Based Introduction (PBI) terhadap Prestasi Belajar IPS Kompetensi Mengenal Jenis-Jenis Usaha dan Kegiatan Ekonomi di Indonesia. *FONDATIA*, 1(1), 44–60.
- Sari, R. T., Istiyati, S., & Riyadi, R. (2019). Penerapan model pembelajaran kooperatif tipe think pair share untuk meningkatkan pemahaman konsep kegiatan ekonomi dan jenis-jenis usaha di indonesia pada peserta didik kelas V sekolah dasar. *Didaktika Dwija Indria*, 7(5), 42–47.
- Syahsudarmi, S. (2019). Ekonomi Kreatif Sebagai Solusi Alternatif Meningkatkan Daya Saing di Era Digital. *Jurnal Daya Saing*, 5(1), 23–29.
- Widhinata, I. G. N. A. I. (2022). Pengembangan Media Pembelajaran Komik Digital Materi Jenis-Jenis Usaha dan Kegiatan Ekonomi Masyarakat Muatan Ips Siswa Kelas V Sd Negeri 1 Dauh Peken (*Doctoral Dissertation*, Universitas Pendidikan Ganesha).

TENTANG PENULIS



Dr. Dra. Herlina Tarigan, MPPM.

Penulis berasal dari Medan dan tinggal di Jakarta. Penulis menyelesaikan pendidikan S1-Sastra Inggris di Universitas Sumatera Utara, Medan tahun 1987. Peneliti melanjutkan pendidikan S2-*Master of Public Policy and Management* di Monash University, Melbourne, Australia program studi *Public Policy and Management*, jurusan Manajemen dan menyelesaikan pendidikan pada tahun 2000. Peneliti melanjutkan Pendidikan S3-Manajemen Pendidikan di Universitas Pakuan, Bogor dan menyelesaikan pendidikan pada tahun 2021. Penulis juga telah banyak melaksanakan pendidikan dan kursus baik di dalam negeri maupun di luar negeri di antaranya di Australia, Belanda, Kanada, China, dan Korea Selatan serta mengikuti Seminar tentang Anti Terorisme secara daring di Amerika Serikat selama seminggu. Saat ini, penulis bekerja sebagai Dosen yang telah dilaksanakan sejak tahun 2002, di samping itu juga sebagai seorang Wanita TNI AD sejak tahun 1990 dan telah Pensiun tahun 2021 dengan pangkat terakhir Kolonel. Penulis memiliki kepakaran dalam bidang Manajemen, Bisnis, Kepemimpinan, *Good Governance, Security Sector Reform and the Utility of Force, Strategic Leadership*; Sejarah Perang; *Defense Management; Business Ethics*; serta *Business Sustainability* dan Bahasa Inggris, Pancasila, Kewarganegaraan, Agama, Karakter Bangsa dan Bela Negara, Pendidikan Anti Korupsi serta Pertahanan dan mulai aktif menulis berbagai buku pada tahun 2022, beberapa buku berhasil diterbitkan dan menulis berbagai buku kolaborasi *Book Chapter*, hingga saat ini sudah menulis 40 (empat puluh) buah Buku *Book Chapter*. Beberapa tulisan yang telah dihasilkan dalam bentuk jurnal nasional yang terakreditasi dan jurnal internasional bereputasi pada bidang keilmuan khususnya Manajemen dan Pertahanan. Selain menulis, penulis juga aktif sebagai Mentor untuk Mantee dalam *Program Alumni Mentoring Monash University, Australia*. Penulis juga sering mengikuti seminar moderasi beragama dan topik-topik lainnya yang dilaksanakan secara daring dengan pembicara dari dalam negeri dan luar negeri.



PELAKU EKONOMI DAN PERANANNYA DALAM PEREKONOMIAN

Dr. Christimulia Purnama Trimurti, S.E., S.H., M.M., CFRM.
Universitas Dhyana Pura

Pendahuluan

Kondisi perekonomian suatu negara, tidak lepas dari peran pelaku ekonomi dalam melakukan aktivitas. Pelaku ekonomi tidak hanya dapat mengakselerasi pertumbuhan ekonomi yang dapat mendorong kemakmuran dan kesejahteraan negara, namun pelaku ekonomi dapat pula melemahkan perekonomian. Pelemahan perekonomian yang dilakukan oleh rumah tangga, yaitu: 1) tidak terkontrolnya dalam penggunaan hutang sehingga menimbulkan kemacetan dan mengganggu likuiditas lembaga kreditur, 2) konsumsi yang tidak produktif dibandingkan investasi pada pendidikan, kesehatan atau aset produktif, 3) kecenderungan menabung dibandingkan investasi dan konsumtif.

Pelemahan perekonomian yang dilakukan oleh perusahaan, yaitu: 1) pengelolaan usaha yang buruk berakibat pada penurunan produktivitas, kebangkrutan, dan hilangnya lapangan kerja; 2) monopoli dan praktik anti-persaingan dapat menurunkan efisiensi, inovasi, dan merugikan konsumen dengan harga yang lebih tinggi; 3) penghindaran pajak yang dapat mengurangi kemampuan pemerintah untuk berinvestasi dalam infrastruktur, pendidikan, dan layanan publik lainnya yang penting untuk pertumbuhan ekonomi.

Pelemahan perekonomian yang dilakukan oleh pemerintah, yaitu: 1) kebijakan ekonomi yang buruk dapat menyebabkan inflasi, defisit anggaran, dan ketidakstabilan ekonomi; 2) korupsi di

kalangan pemerintah dapat mengalihkan sumber daya yang seharusnya digunakan untuk pembangunan ekonomi, merusak kepercayaan investor, dan menghambat pertumbuhan; dan 3) pemerintah yang tidak stabil atau sering berubah kebijakan dapat menciptakan ketidakpastian di pasar, yang menghambat investasi dan pertumbuhan ekonomi. Untuk tidak membuat masalah di dalam perekonomian maka pelaku ekonomi harus bisa memainkan peran yang baik sehingga dapat mendorong kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat.

Peran Rumah Tangga di dalam Perekonomian

Dalam ekonomi, rumah tangga merupakan unit dasar dari analisis ekonomi, yang terdiri dari individu atau kelompok individu yang tinggal bersama dan berbagi sumber daya. Rumah tangga berperan sebagai konsumen yang membeli barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Selain itu, rumah tangga juga berperan sebagai pemasok faktor-faktor produksi, seperti tenaga kerja, modal, dan tanah, kepada perusahaan atau sektor lain dalam perekonomian. Rumah tangga menghasilkan pendapatan dari penjualan faktor produksi tersebut, yang kemudian digunakan untuk membeli barang dan jasa. Dengan demikian, rumah tangga memainkan peran ganda dalam ekonomi: sebagai konsumen barang dan jasa serta sebagai pemasok faktor produksi yang mendukung proses produksi di perusahaan.

Konsumsi rumah tangga adalah salah satu komponen terbesar dari produk domestik bruto (PDB) di banyak negara. PDB mencerminkan total nilai barang dan jasa yang diproduksi dalam suatu perekonomian, dan konsumsi rumah tangga biasanya mencakup lebih dari setengah dari total PDB. Ketika rumah tangga mengkonsumsi lebih banyak, ini mendorong peningkatan produksi, yang pada gilirannya meningkatkan PDB.

Pengeluaran rumah tangga untuk barang dan jasa, menciptakan permintaan bagi produsen. Untuk memenuhi permintaan ini, perusahaan perlu meningkatkan produksi, yang dapat mengarah pada penciptaan lapangan kerja, investasi dalam teknologi baru, dan

ekspansi bisnis. Dengan demikian, konsumsi rumah tangga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Pengeluaran konsumsi oleh rumah tangga tidak hanya memengaruhi sektor-sektor yang secara langsung, menyediakan barang dan jasa tersebut, tetapi juga sektor-sektor lain, melalui efek multiplier. Sebagai contoh, ketika rumah tangga membeli lebih banyak mobil, hal ini juga mendorong peningkatan produksi di industri baja, ban, dan komponen lain yang terkait.

Teori Keynesian dikembangkan oleh John Maynard Keynes (1936) mengemukakan bahwa permintaan agregat (total permintaan barang dan jasa dalam perekonomian) merupakan faktor utama dalam menentukan *output* dan tingkat pekerjaan. Menurut Keynes, fluktuasi dalam permintaan agregat dapat menyebabkan perubahan dalam tingkat produksi dan pengangguran. Keynes memperkenalkan konsep bahwa konsumsi rumah tangga dipengaruhi oleh pendapatan, tetapi tidak sebanding secara proporsional. Ini menjelaskan mengapa peningkatan pendapatan tidak selalu diikuti dengan peningkatan konsumsi yang sama besar.

Teori Keynesian menekankan bahwa investasi dipengaruhi oleh ekspektasi keuntungan dan tingkat bunga. Penurunan investasi dapat menyebabkan penurunan permintaan agregat dan *output*, sedangkan penurunan tabungan dapat memengaruhi kapasitas investasi. Keynes berargumen bahwa pemerintah dapat dan harus memainkan peran aktif dalam mengelola perekonomian melalui kebijakan fiskal. Selama masa resesi, pemerintah dapat meningkatkan pengeluaran dan mengurangi pajak untuk merangsang permintaan agregat dan memulihkan pertumbuhan ekonomi.

Solow Growth Model, diperkenalkan oleh Robert Solow (1956) adalah salah satu model dasar dalam teori pertumbuhan ekonomi. Model ini berfokus pada bagaimana tabungan dan investasi memengaruhi pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Teori Solow memberikan kerangka untuk memahami bagaimana tabungan, investasi, dan akumulasi modal memengaruhi pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Ini menunjukkan bahwa akumulasi modal saja tidak cukup untuk pertumbuhan berkelanjutan, tanpa kemajuan teknologi.

Model ini memengaruhi kebijakan ekonomi dengan menunjukkan bahwa investasi dalam modal dan teknologi dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi. Namun, untuk pertumbuhan jangka panjang, kemajuan teknologi adalah kunci. Model Solow memicu pengembangan teori pertumbuhan endogen, yang menjelaskan bagaimana investasi dalam modal manusia dan teknologi memengaruhi pertumbuhan ekonomi secara lebih mendalam.

Rumah tangga adalah sumber utama tenaga kerja dalam perekonomian. Anggota rumah tangga yang bekerja memberikan tenaga, keterampilan, dan keahlian mereka kepada perusahaan dan organisasi lain, yang memungkinkan produksi barang dan jasa. Produktivitas dan kuantitas tenaga kerja yang disediakan oleh rumah tangga langsung memengaruhi pertumbuhan ekonomi. Semakin banyak tenaga kerja yang tersedia dan semakin tinggi produktivitasnya, semakin besar potensi pertumbuhan ekonomi.

Jumlah tenaga kerja yang tersedia dan keterampilan yang dimiliki, dapat memengaruhi tingkat upah di pasar tenaga kerja. Jika ada banyak tenaga kerja yang memiliki keterampilan yang sama, persaingan untuk pekerjaan dapat menekan upah. Sebaliknya, jika keterampilan tersebut langka, upah cenderung lebih tinggi. Pendapatan yang diterima oleh rumah tangga dari pekerjaan mereka menjadi sumber utama pendapatan yang digunakan untuk konsumsi, tabungan, dan investasi. Dengan demikian, rumah tangga yang memasok tenaga kerja berperan dalam mendistribusikan pendapatan di seluruh perekonomian.

Rumah tangga yang berinvestasi dalam pendidikan dan pelatihan, meningkatkan keterampilan anggota mereka, yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas tenaga kerja. Tenaga kerja yang lebih terampil, cenderung lebih inovatif dan efisien, yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi. Tenaga kerja yang terdidik dan berpengalaman sering kali menjadi sumber inovasi di tempat kerja. Inovasi ini bisa dalam bentuk peningkatan proses produksi, pengembangan produk baru, atau efisiensi manajemen, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan daya saing ekonomi.

Teori modal manusia, yang dikembangkan oleh ekonom seperti Gary Becker (1961) dan Theodore Schultz (1964), menyatakan bahwa pendidikan adalah investasi dalam "modal manusia." Seperti halnya investasi dalam modal fisik (seperti mesin atau teknologi), investasi dalam pendidikan meningkatkan produktivitas individu dan kemampuan mereka untuk menghasilkan pendapatan lebih tinggi pada masa depan. Pendidikan meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan kemampuan individu, yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas mereka di tempat kerja. Tenaga kerja yang lebih produktif dapat menciptakan nilai ekonomi yang lebih besar, yang mendorong pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Individu yang lebih terdidik, cenderung mendapatkan penghasilan yang lebih tinggi, dibandingkan dengan mereka yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih rendah. Ini mencerminkan pengembalian investasi yang diperoleh dari pendidikan.

Teori pertumbuhan endogen (Endogenous Growth Theory), yang dikembangkan oleh ekonom seperti Paul Romer (1990), menekankan bahwa tenaga kerja terdidik berperan sebagai motor penggerak inovasi dan perkembangan teknologi. Inovasi dan kemajuan teknologi yang dihasilkan oleh tenaga kerja terdidik adalah sumber utama pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Pengetahuan yang dihasilkan oleh tenaga kerja terdidik memiliki karakteristik barang publik, di mana manfaat dari pengetahuan ini dapat menyebar ke seluruh perekonomian dan mendorong kemajuan teknologi secara lebih luas.

Romer menekankan bahwa kegiatan ekonomi yang terkait dengan pengetahuan, seperti penelitian dan pengembangan (R&D), menciptakan peningkatan hasil skala. Ini berarti bahwa investasi dalam pengetahuan menghasilkan peningkatan produktivitas yang lebih besar daripada investasi dalam modal fisik. Akibatnya, ekonomi yang berinvestasi dalam pengetahuan dan inovasi dapat terus tumbuh tanpa batas, karena pengetahuan tidak mengalami hukum hasil yang menurun seperti yang terjadi pada modal fisik.

Peran Produsen di dalam Perekonomian

Produsen memainkan peran kunci dalam perekonomian dengan mengorganisasi, memproduksi, dan menyuplai barang dan jasa, yang dibutuhkan oleh masyarakat. Produsen bertanggung jawab untuk memproduksi barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Ini mencakup berbagai sektor, mulai dari barang konsumsi sehari-hari hingga barang modal yang digunakan dalam produksi lebih lanjut.

Produsen berperan dalam meningkatkan kualitas dan inovasi produk. Melalui riset dan pengembangan (R&D), produsen dapat menciptakan produk baru atau meningkatkan produk yang sudah ada, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi. Produsen menciptakan lapangan kerja bagi tenaga kerja. Dengan beroperasi, mereka memberikan kesempatan kerja di berbagai tingkat, mulai dari pekerjaan langsung dalam produksi hingga pekerjaan tidak langsung dalam distribusi dan pemasaran. Pendapatan yang diperoleh pekerja dari produsen berkontribusi pada konsumsi rumah tangga, yang merupakan salah satu komponen utama dari permintaan agregat dalam perekonomian.

Produsen mengelola dan mengalokasikan sumber daya seperti modal, tenaga kerja, dan bahan baku. Efisiensi dalam penggunaan sumber daya ini berpengaruh pada biaya produksi dan harga barang/jasa. Produsen membuat keputusan investasi dalam teknologi, infrastruktur, dan kapasitas produksi. Investasi ini berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan produktivitas dan efisiensi. Produsen memengaruhi harga barang dan jasa melalui keputusan tentang biaya produksi dan strategi penetapan harga. Harga yang ditetapkan oleh produsen dapat memengaruhi daya beli konsumen dan, secara keseluruhan, inflasi dalam perekonomian.

Produsen berperan dalam menjaga keseimbangan antara penawaran dan permintaan. Ketidakseimbangan ini bisa memengaruhi fluktuasi harga dan stabilitas pasar. Investasi oleh produsen dalam mesin, teknologi, dan infrastruktur berkontribusi pada akumulasi modal, yang meningkatkan kapasitas produksi dan

pertumbuhan ekonomi. Produsen juga berperan dalam perdagangan internasional dengan mengekspor barang dan jasa. Ekspor dapat meningkatkan pendapatan nasional dan memperluas pasar untuk produk-produk domestik.

Produsen terlibat dalam pengembangan dan penerapan teknologi baru, yang dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi produksi. Inovasi ini sering kali memimpin perubahan dalam industri dan memengaruhi keseluruhan perekonomian. Produsen yang mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pasar akan lebih kompetitif dan mampu memenuhi tuntutan konsumen yang terus berubah. Produsen dapat juga memengaruhi kebijakan ekonomi melalui lobi dan advokasi, seperti kebijakan perpajakan, regulasi, dan subsidi yang berdampak pada industri. Kinerja dan keputusan produsen memiliki dampak langsung pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Adam Smith (1776) memperkenalkan konsep "tangan tak terlihat," yang menjelaskan bagaimana individu yang bertindak untuk kepentingan pribadi mereka dapat secara tidak langsung mempromosikan kepentingan umum melalui mekanisme pasar. Produsen yang mencari keuntungan akan memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat, mengarahkan sumber daya ke area yang paling produktif. Smith menekankan pentingnya spesialisasi dan divisi kerja dalam meningkatkan efisiensi produksi. Produsen yang memfokuskan pada tugas tertentu, dapat meningkatkan produktivitas dan menurunkan biaya.

Thomas Malthus (1798) berargumen bahwa pertumbuhan populasi yang cepat, akan melebihi kapasitas produksi pangan. Produsen yang terlibat dalam sektor pertanian dan produksi pangan akan menghadapi tantangan dalam memenuhi kebutuhan yang meningkat karena kapasitas produksi tidak dapat mengikuti laju pertumbuhan populasi. Dengan populasi yang terus berkembang, produsen harus bekerja lebih keras untuk meningkatkan produksi pangan dan sumber daya lainnya untuk mencegah kelaparan dan krisis.

Menurut Malthus, jika produsen tidak dapat meningkatkan produksi untuk memenuhi permintaan yang terus meningkat, akan terjadi krisis kelangkaan pangan. Ini akan menyebabkan peningkatan harga pangan, kelaparan, dan penurunan kualitas hidup. Malthusian teori dapat memengaruhi kebijakan terkait dengan produksi pangan, seperti investasi dalam teknologi pertanian, pengelolaan sumber daya, dan kebijakan pertanian untuk meningkatkan kapasitas produksi dan mengatasi krisis kelangkaan.

David Ricardo (1817) mengembangkan teori nilai kerja yang menyatakan bahwa nilai suatu barang ditentukan oleh jumlah kerja, yang diperlukan untuk memproduksinya. Produsen memengaruhi harga barang berdasarkan biaya produksi dan jumlah kerja yang terlibat. Ricardo juga menjelaskan konsep keuntungan komparatif, yang menunjukkan bagaimana produsen dapat memanfaatkan keunggulan relatif dalam produksi untuk berdagang dengan negara lain. Ini memengaruhi bagaimana produsen berpartisipasi dalam perdagangan internasional dan alokasi sumber daya.

Alfred Marshall (1890) adalah seorang ekonom terkemuka yang memberikan kontribusi signifikan terhadap teori ekonomi mikro, terutama dalam konteks bagaimana produsen beroperasi dalam pasar, sebagai berikut.

1. Marshall mengembangkan konsep kurva produksi yang menunjukkan hubungan antara input (seperti tenaga kerja dan modal) dan *output*. Fungsi produksi ini membantu dalam memahami bagaimana produsen mengubah input menjadi *output* dan bagaimana efisiensi dapat dicapai.
2. Marshall memperkenalkan konsep biaya marginal, yaitu biaya tambahan yang diperlukan untuk memproduksi satu unit tambahan dari barang. Produsen membuat keputusan produksi dengan mempertimbangkan biaya marginal dan pendapatan marginal untuk memaksimalkan keuntungan.
3. Konsep biaya rata-rata juga diperkenalkan, yang merupakan biaya total dibagi dengan jumlah unit yang diproduksi. Ini membantu produsen dalam mengevaluasi efisiensi dan skala produksi.

4. Marshall mengembangkan model keseimbangan pasar yang menjelaskan bagaimana harga ditentukan, melalui interaksi antara penawaran dan permintaan. Produsen memengaruhi penawaran barang dan jasa, dan harga di pasar, akan menyesuaikan untuk mencapai keseimbangan.
5. Konsep elastisitas harga penawaran dan permintaan dijelaskan oleh Marshall. Elastisitas ini menunjukkan bagaimana perubahan harga memengaruhi jumlah barang yang diproduksi dan dibeli
6. Marshall membedakan antara keseimbangan jangka pendek dan jangka panjang. Dalam jangka pendek, produsen mungkin menghadapi keterbatasan kapasitas produksi, sedangkan dalam jangka panjang, mereka dapat menyesuaikan semua faktor produksi untuk mencapai efisiensi.
7. Marshall membahas konsep ekonomi skala, di mana biaya produksi per unit dapat menurun seiring dengan peningkatan skala produksi. Ini menjelaskan bagaimana produsen dapat mencapai efisiensi dengan memproduksi dalam jumlah besar
8. Marshall mempertimbangkan konsep pengembalian pada skala produksi. Pengembalian meningkat atau menurun seiring dengan perubahan dalam skala produksi.
9. Marshall memisahkan biaya tetap (biaya yang tidak berubah dengan volume produksi) dan biaya variabel (biaya yang berubah dengan volume produksi). Ini membantu produsen dalam merencanakan produksi dan menentukan harga.
10. Marshall membahas bagaimana persaingan memengaruhi keputusan produsen dan hasil pasar. Dalam pasar persaingan sempurna, produsen adalah penerima harga dan harus beroperasi pada biaya minimum untuk bertahan. Dalam pasar tidak sempurna, seperti monopoli atau oligopoli, produsen memiliki lebih banyak kekuatan untuk memengaruhi harga.
11. Marshall mengeksplorasi bagaimana produsen memperoleh keuntungan dan bagaimana keuntungan ini memengaruhi kesejahteraan dan keputusan investasi. Keuntungan mendorong inovasi dan efisiensi dalam produksi.

12. Marshall mengakui pentingnya inovasi teknologi dalam meningkatkan efisiensi produksi dan menurunkan biaya. Produsen yang mengadopsi teknologi baru dapat meningkatkan kapasitas produksi dan daya saing mereka.
13. Marshall melihat pasar sebagai sistem dinamis di mana produsen harus terus beradaptasi dengan perubahan dalam teknologi, biaya, dan permintaan untuk mempertahankan efisiensi dan daya saing.

Léon Walras adalah seorang ekonom terkemuka yang dikenal karena kontribusinya terhadap teori keseimbangan umum dalam ekonomi. Walras mengembangkan Teori Keseimbangan Umum (General Equilibrium Theory) yang memberikan pandangan mendalam tentang bagaimana berbagai pasar dalam ekonomi berinteraksi satu sama lain, termasuk peran produsen sebagai berikut.

1. Walras memperkenalkan konsep keseimbangan umum, yang menggambarkan bagaimana semua pasar dalam ekonomi mencapai keseimbangan simultan. Dalam keseimbangan umum, penawaran dan permintaan di semua pasar (barang, tenaga kerja, modal) seimbang secara bersamaan.
2. Dalam model keseimbangan umum Walras, produsen memainkan peran kunci dengan menentukan penawaran barang dan jasa. Produsen berusaha memaksimalkan keuntungan dengan memproduksi barang dan jasa, sesuai dengan harga pasar yang ditetapkan.
3. Walras menjelaskan bagaimana harga ditentukan dalam sistem pasar secara keseluruhan. Harga barang dan faktor produksi diatur oleh interaksi antara penawaran dan permintaan di semua pasar. Produsen bereaksi terhadap sinyal harga untuk menyesuaikan tingkat produksi.
4. Walras menyarankan bahwa produsen menggunakan berbagai kombinasi input (seperti tenaga kerja dan modal) untuk menghasilkan *output*. Fungsi produksi menunjukkan hubungan antara input yang digunakan dan *output* yang dihasilkan.

5. Produsen memanfaatkan teknologi yang tersedia untuk meningkatkan produktivitas. Teknologi memengaruhi efisiensi produksi dan biaya, serta berperan dalam bagaimana produsen menentukan strategi produksi.
6. Dalam model Walras, produsen memaksimalkan keuntungan dengan memilih tingkat produksi di mana biaya marginal sama dengan harga jual barang. Keputusan produksi ini, mencerminkan upaya untuk mencapai keseimbangan di pasar.
7. Walras menunjukkan bagaimana pasar barang dan pasar faktor (seperti tenaga kerja dan modal) saling berinteraksi. Produsen menawarkan barang di pasar barang dan beroleh faktor produksi dari pasar faktor.
8. Walras mengembangkan sistem persamaan matematis yang menggambarkan bagaimana semua pasar mencapai keseimbangan secara bersamaan. Ini termasuk bagaimana produsen menyesuaikan penawaran mereka dengan permintaan dan bagaimana harga barang dan faktor produksi ditentukan.
9. Dalam keseimbangan umum Walras, hasil yang dicapai adalah efisiensi Pareto, di mana tidak ada pihak yang dapat diperbaiki tanpa merugikan pihak lain. Produsen yang beroperasi dalam kondisi ini berkontribusi pada efisiensi ekonomi secara keseluruhan.

Peran Pemerintah di dalam Perekonomian

Peran pemerintah dalam perekonomian sangat penting dan beragam. Pemerintah berperan sebagai pengatur, penyedia, dan stabilisator dalam berbagai aspek kegiatan ekonomi sebagai berikut.

1. Pemerintah mengatur pasar untuk mencegah praktik monopoli dan oligopoli yang dapat merugikan konsumen dan mengurangi kompetisi. Pemerintah sudah menerapkan undang-undang terkait larangan terhadap praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.
2. Pemerintah menetapkan standar untuk kualitas barang dan jasa serta keselamatan produk untuk melindungi konsumen dari barang yang berbahaya atau cacat.

3. Pemerintah menetapkan peraturan terkait upah minimum, kondisi kerja, dan hak-hak pekerja untuk melindungi tenaga kerja dan memastikan pasar tenaga kerja berfungsi dengan adil.
4. Pemerintah mengatur aktivitas industri untuk melindungi lingkungan melalui undang-undang lingkungan dan regulasi yang mengurangi pencemaran dan dampak negatif lainnya.
5. Pemerintah menyediakan dan memelihara infrastruktur publik seperti jalan, jembatan, jaringan transportasi, dan utilitas dasar (air, listrik) yang mendukung aktivitas ekonomi dan meningkatkan efisiensi pasar.
6. Pemerintah menyediakan layanan kesehatan dan pendidikan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengurangi ketimpangan. Ini termasuk rumah sakit, sekolah, dan universitas yang dibiayai atau disubsidi oleh pemerintah.
7. Pemerintah memberikan bantuan sosial dan tunjangan untuk kelompok yang rentan seperti pensiunan, penyandang disabilitas, dan keluarga berpendapatan rendah untuk memastikan kesejahteraan dasar.
8. Pemerintah melakukan pengeluaran untuk proyek-proyek investasi publik yang dapat merangsang pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja. Ini mencakup pembangunan infrastruktur, riset dan pengembangan, dan dukungan untuk industri strategis.
9. Pemerintah mengumpulkan pajak dari individu dan perusahaan untuk membiayai pengeluaran publik. Pajak ini berfungsi sebagai sumber pendanaan utama untuk layanan dan proyek pemerintah.
10. Pemerintah mengelola anggaran nasional, termasuk mengatur defisit dan surplus anggaran. Kebijakan fiskal seperti pengeluaran pemerintah dan pemungutan pajak memengaruhi pertumbuhan ekonomi dan stabilitas.
11. Pemerintah melalui bank sentral mengelola kebijakan moneter untuk mengontrol inflasi dan stabilitas harga. Ini termasuk pengaturan suku bunga dan pengendalian jumlah uang beredar.

12. Pemerintah mengatur sektor perbankan dan lembaga keuangan untuk menjaga stabilitas sistem keuangan dan mencegah krisis keuangan.
13. Pemerintah menggunakan kebijakan fiskal dan moneter untuk merespons resesi ekonomi dan melindungi perekonomian dari fluktuasi besar. Ini termasuk stimulus ekonomi dan paket bantuan.
14. Pemerintah mengambil langkah-langkah untuk menanggulangi krisis ekonomi dan memitigasi dampak negatif terhadap masyarakat dan sektor ekonomi.
15. Pemerintah menerapkan kebijakan redistribusi pendapatan melalui pajak progresif dan program bantuan sosial untuk mengurangi ketimpangan pendapatan dan meningkatkan keadilan sosial.
16. Pemerintah melakukan intervensi untuk mengurangi ketimpangan regional dengan mendukung pembangunan di daerah yang kurang berkembang dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih merata.

Pemerintah juga memainkan peran penting dalam perdagangan internasional, melalui berbagai kebijakan dan tindakan yang memengaruhi bagaimana negara berinteraksi dengan ekonomi global sebagai berikut.

1. Pemerintah menetapkan tarif dan bea masuk yang dikenakan pada barang impor untuk melindungi industri domestik dari kompetisi luar negeri. Kebijakan ini dapat memengaruhi harga barang impor dan ekspor.
2. Pemerintah dapat menetapkan kuota atau batasan jumlah barang yang dapat diimpor atau diekspor untuk mengendalikan perdagangan dan melindungi industri local.
3. Pemerintah menetapkan standar dan regulasi untuk barang-barang yang diperdagangkan, termasuk standar keselamatan, kualitas, dan kesehatan, untuk melindungi konsumen dan memastikan produk yang aman.
4. Pemerintah terlibat dalam negosiasi perjanjian perdagangan bilateral (antara dua negara) atau multilateral (melibatkan

- banyak negara) untuk memfasilitasi akses pasar, mengurangi tarif, dan menghilangkan hambatan perdagangan.
5. Pemerintah berpartisipasi dalam organisasi internasional seperti Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) yang menetapkan aturan dan menyelesaikan sengketa perdagangan antar negara.
 6. Pemerintah terlibat dalam perjanjian perdagangan bebas yang menghapuskan tarif dan hambatan non-tarif untuk meningkatkan aliran barang dan jasa antar negara peserta.
 7. Pemerintah dapat memberikan subsidi atau dukungan keuangan kepada industri domestik untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar internasional.
 8. Pemerintah juga memberikan bantuan kepada industri yang rentan terhadap dampak negatif dari perdagangan internasional untuk membantu mereka beradaptasi dan bersaing.
 9. Pemerintah dapat menerapkan langkah-langkah antidumping untuk melindungi industri domestik dari praktik dumping, di mana barang diimpor dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar domestik untuk merugikan produsen lokal.
 10. Pemerintah dapat mengembangkan program promosi dan pemasaran untuk membantu perusahaan domestik memasuki pasar internasional, termasuk dukungan dalam mencari mitra dagang dan mengakses informasi pasar.
 11. Pemerintah melakukan diplomasi ekonomi untuk membangun hubungan baik dengan negara lain dan mempromosikan kepentingan ekonomi nasional dalam forum internasional.
 12. Pemerintah dapat menyediakan asuransi atau jaminan untuk risiko perdagangan internasional seperti risiko kredit dan risiko politik untuk mendorong perusahaan domestik berpartisipasi dalam perdagangan global.
 13. Pemerintah bertanggung jawab untuk memastikan bahwa perusahaan domestik mematuhi peraturan perdagangan internasional dan standar global untuk menghindari sengketa dan sanksi.
 14. Pemerintah berinvestasi dalam pembangunan infrastruktur logistik seperti pelabuhan, bandara, dan jaringan transportasi untuk memfasilitasi arus barang dan jasa lintas batas.

15. Pemerintah juga mengembangkan sistem informasi untuk mempermudah proses perdagangan internasional, termasuk sistem pabean dan pelaporan perdagangan.

Untuk membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menembus pasar dunia, pemerintah dapat menerapkan berbagai strategi yang dirancang untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang internasional sebagai berikut.

1. Pemerintah memberikan kursus ekspor, *workshop*, dan seminar untuk membantu ketrampilan bisnis internasional dari UMKM.
2. Pemerintah memberikan pendampingan dan mentoring untuk mengatasi masalah ekspor dan memasuki pasar internasional dari UMKM.
3. Pemerintah memberikan subsidi dan insentif kepada UMKM yang ingin menembus pasar dunia.
4. Pemerintah memberikan fasilitas pembiayaan berupa kredit ekspor dan asuransi ekspor kepada UMKM.
5. Pemerintah membantu UMKM dalam Pameran dan Misi Dagang di berbagai negara untuk mencari dan membuka peluang pasar.
6. Pemerintah membantu UMKM dalam merancang dan melakukan promosi digital.
7. Pemerintah memberikan bantuan regulasi untuk mendapatkan sertifikasi internasional kepada UMKM dan memberikan bimbingan tentang peraturan dan prosedur ekspor.
8. Pemerintah membantu UMKM dalam membangun jaringan dan kemitraan strategis dengan perusahaan asing dalam memperluas jaringan dan akses pasar
9. Pemerintah meningkatkan infrastruktur logistik seperti pelabuhan, bandara, dan fasilitas penyimpanan untuk mempermudah proses ekspor.
10. Pemerintah mempermudah prosedur pabean dan administrasi ekspor untuk mengurangi waktu dan biaya yang terkait dengan perdagangan internasional.
11. Pemerintah memberikan dukungan teknis terkait penelitian dan pengembangan serta menyediakan layanan teknis dan konsultasi untuk membantu UMKM mengatasi tantangan teknis dalam produksi dan distribusi internasional.

12. Pemerintah membantu melakukan analisis pasar dan penelitian terkait kompetitor untuk membantu UMKM merumuskan strategi pemasaran yang efektif.

Adanya peran pemerintah yang aktif dalam perekonomian, akan menjaga keseimbangan produsen dan konsumen yang akan mendorong tercapainya kemajuan bersama sehingga terjadi pertumbuhan ekonomi yang baik, meningkatnya kemakmuran dan pemerataan kesejahteraan masyarakat.

Daftar Pustaka

Arnold, Roger et al. (2023). *Economics*. 14th Edition. Boston: Cengage.

Case Karl E., et.al. (2020). *Principles of Economics*. 13th Edition. New York: Pearson.

Frank Robert H. et al. (2022). *Principles of Economics*. 8th Edition. New York: McGrawHill.

Gwartney James D., et.al. (2022). *Economics: Private and Public Choice*. 17th Edition. Boston: Cengage Learning.

Karlan Dean & Morduch Jonathan. (2021). *Economic: Improve Your World*. Third Edition. New York: McGrawHill.

Mankiw Gregory N., et.al. (2024). *Essentials of Economics*. 10th Edition. Boston: Cengage.

O' Sullivan Ar ~~*Economics: Principles, Applications, and Tools*~~ .
Economics: Principles, Applications, and Tools. Ninth Edition. New York: Pearson.

Perloff Jeffrey M. (2018). *Microeconomics*. 8th Edition. New York: Pearson.

TENTANG PENULIS



Dr. Christimulia Purnama Trimurti, S.E., S.H., M.M., CFRM.

Penulis menyelesaikan S-1 Manajemen Universitas Pendidikan Nasional, 2002; S-1 Hukum Universitas Udayana, 2004, S-2 Magister Manajemen Universitas Udayana, 2015; S-3 Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Udayana, 2015; Sertifikasi Kompetensi Sistem Penjaminan Mutu Internal dan Audit Internal Perguruan Tinggi dari Institut Pertanian Bogor, 2011; Research Reviewer Kemenristekdikti, 2018; Certified Financial Risk Manajemen (CFRM) American Academy of Financial Management, 2021. Penulis merupakan Dosen Tetap Program Studi S-2 Magister Manajemen pada Universitas Dhyana Pura yang mengampu matakuliah di antaranya Manajemen Keuangan, Metodologi Penelitian dan Business Economic & Environment. Penulis dipercaya sebagai Asesor Beban Kerja Dosen (BKD) Nasional pada Kemenristekdikti sejak 2021, Tim Evaluator Siaga Kemenristekdikti sejak 2022, serta Tim Pendamping Kelembagaan pada LLDikti Wil.VIII sejak 2024. Penulis memiliki beberapa karya buku yang memiliki ISBN, Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) serta hasil penelitian yang di publikasi pada Proseeding Seminar Nasional, Jurnal Nasional Terakreditasi, hingga Jurnal Internasional Terindex Scopus. Penulis aktif dalam organisasi kepakaran di Forum Manajemen Indonesia dan Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia.



PERMINTAAN DAN PENAWARAN

Dra. Ary Sutrischastini, M.Si.
STIE Widya Wiwaha Yogyakarta

Pengertian Permintaan

Dalam ilmu ekonomi, permintaan adalah jumlah barang maupun jasa yang dibeli konsumen, pada berbagai tingkat harga yang berlaku di pasar pada waktu tertentu (Dinar & Hasan, 2018). Permintaan memiliki arti apabila didukung oleh daya beli, yang dimaksud dengan daya beli atau tenaga beli seseorang adalah kemampuan seseorang untuk dapat membeli suatu barang yang dibutuhkan. Daya beli seseorang tergantung pada dua unsur, yaitu pendapatan yang dapat dibelanjakan dan harga barang yang dikendaki. Berdasarkan kemampuan konsumen untuk membeli suatu barang, permintaan dibedakan menjadi tiga, yaitu:

1. permintaan efektif, yaitu permintaan yang didukung oleh daya beli;
2. permintaan absolut, yaitu permintaan yang hanya berupa kebutuhan tanpa didukung daya beli karena konsumen belum mampu untuk membeli; dan
3. permintaan potensial, yaitu konsumen memiliki kemampuan untuk membeli suatu barang, tetapi konsumen belum melakukan pembelian karena ada kemungkinan belum membutuhkan pada saat ini. Contoh ada seorang mahasiswa membutuhkan laptop untuk mengerjakan tugas-tugasnya, tetapi mahasiswa tersebut belum membeli laptop karena belum memiliki uang, maka permintaan ini dikategorikan permintaan absolut. Ketika

mahasiswa sudah memiliki uang dan kemudian membeli laptop, maka permintaan mahasiswa tersebut dikategorikan sebagai permintaan efektif.

Leibenstein mengelompokkan permintaan menjadi dua, yaitu:

1. permintaan yang bersifat fungsional, yaitu pembelian yang dilakukan oleh konsumen dengan didasarkan pada manfaat atau kegunaan dari barang tersebut; dan
2. permintaan yang bersifat tidak fungsional, yaitu pembelian suatu barang di luar rencana atau tidak direncanakan, misalnya ketika seseorang sedang jalan-jalan di mall melihat banyak barang yang dijual didiskon, hal ini menarik bagi orang tersebut untuk membeli barang yang didiskon tanpa mempertimbangkan manfaat dari barang tersebut.

Alfred Marshall (tahun 1842–1924) merupakan seorang ekonom dari Inggris, mendefinisikan permintaan adalah berbagai jumlah barang yang diminta pada berbagai tingkat harga. Menurut Marshall, selain variabel harga barang itu sendiri, dianggap konstan atau tidak berpengaruh, sehingga pendapat ini bersifat *partial*. Dengan kata lain, permintaan akan barang x hanya ditentukan oleh harga barang x itu sendiri. Bila ditulis dalam suatu fungsi yaitu $Q_x = f(P_x)$, sedangkan Leon Walras (tahun 1834–1910) memiliki pendapat bersifat *general*, karena memasukkan semua variabel yang memengaruhi terhadap jumlah barang yang diminta. Apabila dituliskan dalam suatu fungsi yaitu $Q_x = f(P_x, P_y, I, S \dots)$. Jumlah barang dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri (P_x), harga barang lain (P_y), pendapatan konsumen (I), selera (S) dan lain-lain.

Hukum Permintaan

Hukum permintaan yaitu semakin tinggi harga suatu barang, *ceteris paribus* semakin sedikit barang yang diminta atau dibeli konsumen, demikian sebaliknya, semakin rendah harga suatu barang, *ceteris paribus* semakin banyak barang yang diminta konsumen. Istilah *ceteris paribus* memiliki arti bahwa dalam hukum tersebut hanya berlaku untuk hubungan antara jumlah barang x yang diminta konsumen dengan harga barang x itu sendiri, sedangkan

variabel lain misalnya pendapatan konsumen, harga barang lain, jumlah penduduk dan lain-lain, dianggap tidak berpengaruh atau konstan.

Dalam hukum permintaan antara jumlah barang yang diminta dengan harganya memiliki hubungan yang negatif atau berlawanan arah. Hal ini dapat dikaitkan dengan daya beli atau kemampuan konsumen untuk membeli barang, akan semakin menurun apabila harga barang mengalami peningkatan.

Demikian sebaliknya, apabila harga barang mengalami penurunan akan mengakibatkan daya beli konsumen naik. Contoh Bu Ani memiliki uang sebesar Rp20.000,00 akan digunakan untuk membeli es krim yang harga per buah sebesar Rp5.000,00, maka Bu Ani akan mendapatkan es krim sebanyak 4 buah. Akan tetapi, ketika harga naik menjadi sebesar Rp10.000,00 per buah, maka Bu Ani akan mendapatkan es krim menjadi sebanyak 2 buah.

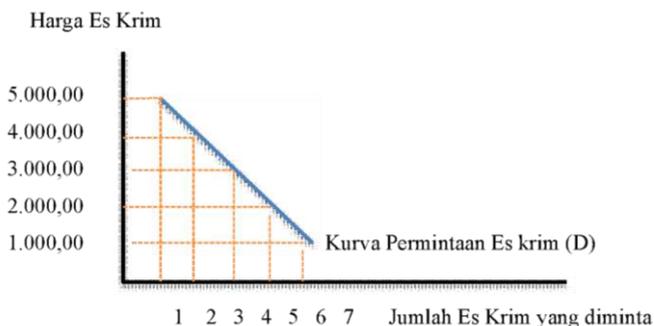
Selain terkait daya beli konsumen, hubungan negatif dalam hukum permintaan, dapat disebabkan oleh penggantian barang dengan barang lain yang memiliki fungsi yang sama apabila harga barang tersebut mengalami peningkatan. Jadi, ketika harga es krim naik, ada kemungkinan konsumen akan menggantikan pembelian es krim dengan *frozen yogurt*.

Berikut ini contoh hubungan antara permintaan es krim dengan harga es krim yang dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1 Permintaan Es krim

Harga Es Krim (Rp)	Jumlah Es Krim yang diminta (buah)
5.000,00	1
4.000,00	2
3.000,00	3
2.000,00	4
1.000,00	5

Bila dari tabel 4.1 kemudian dibuat grafik akan diperoleh kurva permintaan sebagai berikut.



Gambar 4.1 Kurva Permintaan Es Krim

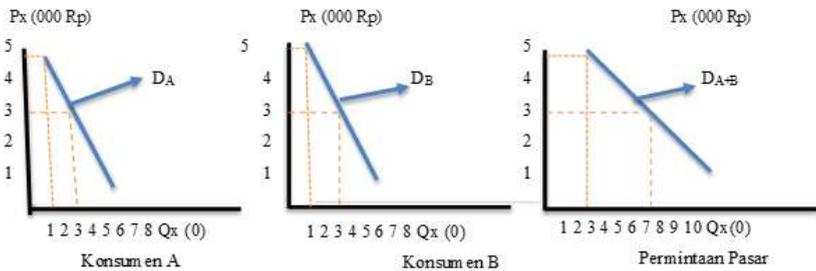
Pada gambar 4.1, menunjukkan bahwa sumbu horizontal menunjukkan jumlah atau banyaknya es krim yang diminta konsumen dan sumbu vertical, menunjukkan harga es krim. Dari gambar tersebut, terlihat bahwa hubungan antara harga es krim dengan jumlah barang yang diminta memiliki hubungan yang negative. Hal ini dapat dilihat dari kemiringan garis permintaan yang dimulai dari kiri atas ke kanan bawah.

Dalam ekonomi dikenal ada permintaan pasar, yaitu kumpulan dari permintaan individual atau penjumlahan dari seluruh permintaan individu yang ada di pasar. Permintaan pasar secara grafis dapat didefinisikan sebagai penjumlahan secara horizontal dari permintaan individual yang ada di pasar. Penjumlahan secara horizontal berarti kalau secara grafik yang dijumlahkan adalah banyaknya barang yang diminta atau dibeli individu pada tingkat harga tertentu. Sebagai ilustrasi, permintaan pasar dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4.2 Permintaan Pasar

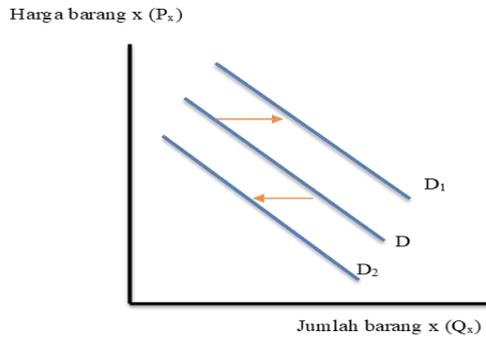
Harga Barang X (Rp)	Jumlah Barang X yang Diminta (unit)		
	Konsumen A	Konsumen B	Permintaan Pasar
5.000,00	10	10	10
4.000,00	20	20	40
3.000,00	30	30	60
2.000,00	40	40	80
1.000,00	50	50	100

Pada tabel 4.2 merupakan contoh permintaan pasar untuk barang x. Diasumsikan di pasar terdapat dua konsumen, yaitu konsumen A dan konsumen B. Pada tingkat harga Rp5.000,00 konsumen A membeli barang x sebanyak 10 unit dan konsumen B membeli sebanyak 10 unit, sehingga permintaan pasar sebesar 20 unit yang diperoleh dari penjumlahan permintaan dari konsumen A dan konsumen B. Ketika harga turun menjadi Rp3.000,00, konsumen A meminta sebanyak 30 unit dan konsumen B meminta 30 unit, sehingga permintaan pasar menjadi sebesar 60 unit. Dari tabel 4.2, dapat dibuat kurva permintaan pasar barang x yang dapat dilihat pada gambar 4.2 di bawah ini.



Gambar 4.2 Kurva Permintaan Pasar

Dalam kurva permintaan dikenal ada istilah pergeseran dan pergerakan kurva permintaan. Istilah pergeseran kurva permintaan dipergunakan apabila variabel selain harga barang itu sendiri yang mengalami perubahan, misalnya apabila terjadi peningkatan pendapatan konsumen sehingga mendorong kurva permintaan bergeser ke kanan atas. Demikian sebaliknya, jika pendapatan konsumen mengalami penurunan, maka kurva permintaan akan bergeser ke kiri bawah. Selain pendapatan, pergeseran akan terjadi jika terjadi pertambahan penduduk yang mengakibatkan permintaan terhadap suatu produk akan meningkat, sedangkan istilah pergerakan dipergunakan jika terjadi perubahan harga barang itu sendiri yang mengakibatkan barang yang diminta berubah.



Gambar 4.3 Pergeseran Kurva Permintaan

Gambar 4.3 garis D, menunjukkan kurva permintaan mula-mula, misalnya pendapatan konsumen menurun akan mengakibatkan kurva permintaan bergeser ke kiri bawah yaitu dari D ke D_2 . Demikian sebaliknya apabila terjadi peningkatan pendapatan konsumen akan mengakibatkan kurva permintaan bergeser ke kanan atas yaitu dari D ke D_1 .

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan Barang

Seorang konsumen membeli suatu barang dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain sebagai berikut (Zahara & Anwar, 2021).

1. Harga Barang itu Sendiri

Konsumen pada umumnya memiliki kemampuan yang terbatas untuk membeli suatu barang, sehingga ketika melakukan pembelian terhadap suatu produk akan melihat harga barang tersebut sebagai bahan pertimbangan dalam pembelian.

2. Harga Barang Lain yang Terkait

Harga barang lain yang memiliki fungsi yang sama, akan menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian. Misalnya jika harga sabun cuci merek A naik mengakibatkan konsumen akan membeli sabun cuci dengan merek B yang tidak mengalami peningkatan harga. Contoh lain misalnya harga *yoghurt* dingin turun, mungkin kita akan membeli *yoghurt* dalam jumlah lebih banyak dan mengurangi pembelian es krim.

3. Pendapatan

Tinggi rendahnya pendapatan konsumen sangat memengaruhi terhadap kemampuan konsumen dalam membeli suatu barang. Semakin tinggi pendapatan konsumen, maka kemampuan konsumen dalam membeli barang akan semakin tinggi. Demikian sebaliknya, semakin rendah pendapatan, maka kemampuan konsumen membeli barang semakin rendah. Ada kecenderungan apabila pendapatan konsumen naik, maka akan mendorong permintaan konsumen akan naik pula.

4. Selera

Selera akan memengaruhi permintaan terhadap suatu barang. Jika seseorang menyukai es krim, maka orang tersebut akan membeli lebih banyak es krim.

5. Perkiraan Harga pada Masa yang Akan Datang

Harapan masyarakat terhadap keadaan yang akan datang dapat memengaruhi permintaan pada saat ini. Sebagai contoh jika masyarakat memiliki ekspektasi bahwa harga minyak goreng akan naik di masa yang akan datang, maka ada kemungkinan pada saat ini masyarakat akan membeli lebih banyak minyak goreng.

6. Jumlah Penduduk

Bertambahnya jumlah penduduk pada umumnya akan diikuti oleh meningkatnya kesempatan kerja yang tersedia. Hal ini akan mendorong jumlah orang yang bekerja dan menerima pendapatan semakin bertambah. Dengan semakin banyak orang menerima pendapatan, maka daya beli masyarakat akan meningkat yang pada akhirnya akan meningkatkan permintaan

7. Promosi

Promosi merupakan salah satu cara bagi penjual untuk memasarkan produknya. Promosi dapat digunakan untuk menonjolkan kelebihan produk yang dijual dibandingkan dengan pesaingnya. Dengan promosi diharapkan konsumen akan tertarik untuk melakukan pembelian.

Pengertian Penawaran

Penawaran merupakan banyaknya barang atau jasa yang bersedia dijual atau ditawarkan oleh penjual, pada berbagai tingkat harga dan pada suatu jangka waktu tertentu (Dinar & Hasan, 2018), yang dimaksud dengan harga di sini adalah harga barang itu sendiri. Ketika harga barang mengalami peningkatan akan mendorong bagi produsen untuk meningkatkan penawaran terhadap barang yang mengalami peningkatan harga tersebut. Hal ini dilakukan oleh penjual dengan harapan semakin tinggi harga barang, maka keuntungan yang diperoleh semakin banyak. Jadi pelaku penawaran merupakan pihak produsen atau penjual.

Hukum Penawaran

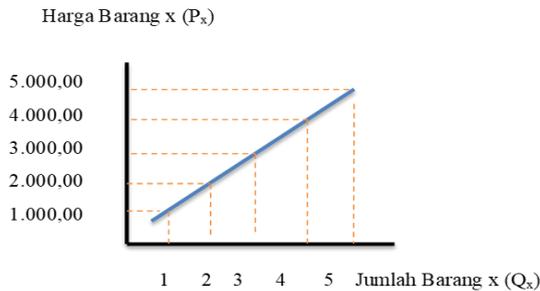
Hukum penawaran adalah jika harga suatu barang naik, *ceteris paribus* jumlah barang yang ditawarkan akan naik. Demikian sebaliknya, jika harga barang turun, *ceteris paribus* jumlah barang yang ditawarkan akan turun. Istilah *ceteris paribus* adalah selain variabel harga barang itu sendiri, diasumsikan tidak berubah atau konstan. Dalam hukum penawaran hubungan antara jumlah barang yang dijual dengan harganya memiliki hubungan yang positif atau kedua variabel memiliki hubungan yang searah.

Dengan semakin tinggi harga barang, akan menarik bagi penjual untuk menjual produknya lebih banyak karena penjual berharap keuntungan yang diperoleh semakin besar. Di samping itu, dengan meningkatnya harga ada kemungkinan barang tersebut diminati oleh konsumen tetapi penawaran di pasar kurang, sehingga mendorong bagi penjual untuk menawarkan lebih banyak. Tabel 4.3 di bawah ini, menunjukkan hubungan antara jumlah es krim yang dijual atau ditawarkan dengan harga es krim.

Tabel 4.3. Daftar penawaran

Harga Es Krim (Rp)	Jumlah Es Krim yang Ditawarkan (Unit)
5.000,00	5
4.000,00	4
3.000,00	3
2.000,00	2
1.000,00	1

Pada tabel 4.3 di atas, terlihat bahwa ketika harga barang x sebesar Rp5.000,00, maka jumlah barang x yang ditawarkan penjual sebanyak 5 unit. Ketika harga turun menjadi Rp4.000,00 per unit, maka jumlah barang yang ditawarkan penjual akan turun menjadi 4 unit dan seterusnya. Semakin tinggi harga suatu barang, maka jumlah barang yang ditawarkan akan semakin banyak. Pada umumnya kurva penawaran digambarkan dari kiri bawah ke kanan atas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.4.



Gambar 4.4 Kurva Penawaran

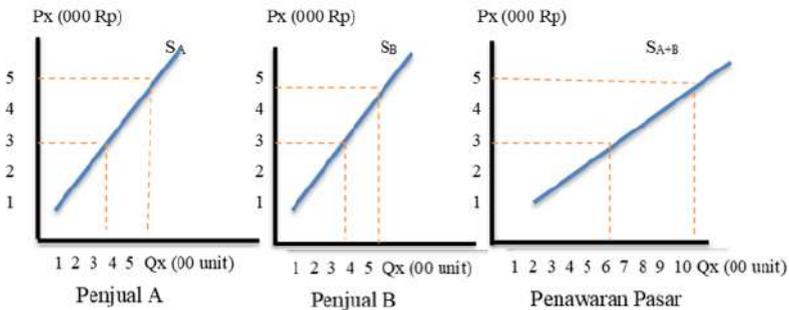
Penawaran Pasar

Penawaran pasar merupakan penjumlahan dari seluruh produk yang ditawarkan penjual yang ada di pasar. Secara grafik, penawaran pasar merupakan penjumlahan secara horizontal dari seluruh penawaran yang ada di pasar. Artinya pada tingkat harga tertentu, barang yang ditawarkan oleh seluruh penjual di pasar dijumlahkan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4 Penawaran Pasar

Harga Barang X (Rp)	Jumlah Barang X yang Ditawarkan (Unit)		Penawaran Pasar (Unit)
	Penjual A	Penjual B	
5.000,00	500	500	1000
4.000,00	400	400	800
3.000,00	300	300	600
2.000,00	200	200	400
1.000,00	100	100	200

Pada tingkat harga sebesar Rp5.000,00, penjual A bersedia menawarkan barangnya sebanyak 500 unit dan penjual B juga 500 unit, sehingga total penawaran pasar pada tingkat harga tersebut sebesar 1000 unit. Ketika harga turun menjadi Rp4.000,00, jumlah penawaran pasar sebanyak 800 unit yang diperoleh dari penjumlahan kesediaan barang yang ditawarkan oleh penjual A sebanyak 400 unit dan penjual B sebanyak 400 unit. Bila dari tabel kemudian dibuat dalam bentuk kurva dapat dilihat pada gambar 4.5.



Gambar 4.5 Penawaran Pasar

Dengan menggunakan asumsi bahwa di pasar hanya terdapat dua penjual yaitu A dan B, maka kurva penawaran pasar (S_{A+B}) diperoleh dari hasil menjumlahkan secara horizontal dari kurva penawaran penjual A yaitu S_A dan penjual B atau S_B . Misalnya ketika harga barang x di pasar setinggi Rp3.000,00, penjual A bersedia menawarkan barangnya sebanyak 300 unit dan penjual B sebanyak 300 unit, sehingga diperoleh penawaran pasar sebesar 600 unit.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penawaran

Ada beberapa faktor yang memengaruhi terhadap penawaran, antara lain sebagai berikut (Mankiw,2021; Mankiw & Taylor, 2020).

1. Harga *Input*

Dalam aktivitas produksi tentu tidak lepas dari penggunaan faktor produksi. Misalnya untuk menghasilkan es krim diperlukan bahan baku antara lain gula, susu, penambah rasa,

krim, mesin pembuat es krim, tenaga kerja untuk membuat es krim. Ketika harga dari satu atau lebih bahan baku mengalami peningkatan, maka akan berdampak pada penurunan kemampuan produsen untuk menghasilkan es krim tersebut. Harga *input* akan memengaruhi terhadap kemampuan produsen dalam menghasilkan barang tersebut.

2. Teknologi

Teknologi dalam ekonomi tidak harus dikaitkan dengan penggunaan alat modern yang canggih, tetapi termasuk bagaimana kemampuan produsen untuk mengkombinasikan faktor produksi dengan baik, sehingga dapat dihasilkan barang yang memiliki kualitas yang baik dengan harga *output* yang lebih bersaing.

3. Ekspektasi pada Masa Depan

Banyaknya barang yang akan ditawarkan, sangat dipengaruhi oleh ekspektasi atau perkiraan di masa depan. Semakin baik perkiraan pada masa depan, ada kecenderungan penawaran akan semakin banyak. Misalnya semakin baik kondisi ekonomi suatu negara, akan mendorong anak-anak muda untuk menggunakan skincare semakin banyak.

4. Jumlah Produsen

Penawaran suatu barang salah satu faktor yang memengaruhi adalah banyaknya jumlah produsen di pasar. Semakin banyak produsen, akan mendorong barang yang dihasilkan akan meningkat dan penawaran meningkat pula.

Menurut Sukirno (2016) faktor-faktor yang memengaruhi permintaan sebagai berikut.

1. Harga Barang itu Sendiri

Harga barang menjadi salah satu pertimbangan bagi produsen untuk kesediaannya dalam menghasilkan suatu barang. Semakin tinggi harga barang, diharapkan keuntungan yang diperoleh produsen akan semakin tinggi pula.

2. Harga Barang Lain

Dalam perekonomian banyak barang yang ada bersifat saling menggantikan, sehingga produsen tidak bisa menetapkan harga

secara sewenang-wenang tanpa mempertimbangkan produsen lain (Sowell, 2015). Jika produsen menetapkan harga yang lebih tinggi, produsen khawatir konsumen atau pelanggan akan lari ke produsen yang lain yang menghasilkan barang relatif sama.

3. Biaya Produksi

Biaya produksi akan memengaruhi kemampuan bagi produsen dalam menghasilkan suatu barang. Semakin tinggi biaya produksi maka kemampuan produsen dalam menghasilkan barang akan semakin turun.

4. Tujuan Operasi Perusahaan

Tujuan perusahaan dalam teori ekonomi, pada umumnya adalah memaksimalkan keuntungan. Tetapi dalam kenyataan ada perusahaan yang dalam menjalankan aktivitas usahanya memiliki tujuan yang lain, misalnya perusahaan milik pemerintah lebih menekankan pada memaksimalkan *output*, dibandingkan dengan keuntungan. Dengan tujuan perusahaan yang berbeda, dapat memengaruhi pada jumlah *output* yang harus dihasilkan oleh perusahaan.

Daftar Pustaka

- Dinar, Muhammad dan Hasan, Muhammad. (2018) *Pengantar Ekonomi: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Nur Lina
- Hall, Robert E. & Lieberman, Marc. (2013). *Economics Principles and Applications*. Second Edition. South-Western and Cengage Learning.
- Mankiw, N. Gregory. (2021). *Micro Economics*. Ninth Edition. Cengage Learning
- Mankiw, N. Gregory & Taylor, Mark P. (2020). *Economics*. Fifth Edition. Cengage Learning.
- Sowell, Thomas. (2015). *Basic Economics*. Fifth Edition. New York: Basic Books.
- Sukirno, Sadono. (2016). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Edisi ketiga. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Zahara, Vadilla Mutia & Anwar, Cep Jandi. (2021). *Mikroekonomi (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Media Sains Indonesia.

TENTANG PENULIS



Dra. Ary Sutrischastini, M.Si.

Penulis berasal dari Banyumas Jawa Tengah. Penulis menyelesaikan pendidikan Sarjana (S-1) dari Fakultas Ekonomi Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan di Universitas Jendral Soedirman (UNSOED) Purwokerto pada Tahun 1991. Pada tahun 1998 menyelesaikan pendidikan S-2 di Fakultas Ekonomi Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan di Universitas Gadjah Mada (UGM) Yogyakarta. Saat ini, penulis bekerja sebagai Dosen tetap Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha yang beralamatkan di Jalan Lowanu Sorosutan Yogyakarta. Penulis mengampu mata kuliah Ekonomi Pengantar, Perekonomian Indonesia dan mata kuliah Hukum dan Etika Bisnis.



KONSEP ELASTISITAS

Dr. Tukiyat, S.E., M.Si.
Universitas Pamulang

Konsep Elastisitas dalam Ekonomi

Dalam dunia ekonomi, konsumen sering kali dihadapkan pada berbagai pilihan. Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk tidak hanya dipengaruhi oleh harga, tetapi juga oleh faktor-faktor lain seperti pendapatan, selera, dan ketersediaan produk substitusi. Hubungan kuantitatif antara harga dengan dan kuantitas yang dibeli dianalisis dengan menggunakan konsep elastisitas. Menurut Samuelson dan Nordhaus (2010), elastisitas harga permintaan mengukur sejauh mana perubahan harga suatu barang memengaruhi kuantitas yang diminta dari barang tersebut.

Elastisitas adalah konsep fundamental dalam ilmu ekonomi yang menggambarkan tingkat responsivitas suatu variabel ekonomi, seperti permintaan atau penawaran, terhadap perubahan dalam variabel lain, seperti harga, pendapatan, atau harga barang terkait (Mankiw, 2022; Sukirno, 2020). Secara umum, elastisitas mengukur seberapa besar perubahan dalam jumlah yang diminta atau ditawarkan sebagai akibat dari perubahan dalam salah satu faktor yang memengaruhi (Krugman & Wells, 2021; Salvatore, 2019; Sadono, 2018). Konsep ini sangat penting dipelajari untuk memahami dinamika pasar dan pengambilan keputusan ekonomi, baik untuk produsen, konsumen, maupun pembuat kebijakan (Varian, 2019; Rahardja & Manurung, 2021).

Dengan demikian, pemahaman tentang elastisitas tidak hanya membantu dalam analisis perubahan harga dan dampaknya terhadap permintaan atau penawaran, tetapi juga memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai perilaku pasar secara keseluruhan. Elastisitas memfasilitasi penilaian yang lebih akurat tentang bagaimana berbagai faktor eksternal memengaruhi keputusan ekonomi, seperti bagaimana konsumen merespons perubahan harga atau bagaimana produsen menyesuaikan output mereka. Informasi ini menjadi sangat berharga, bagi para pembuat kebijakan dalam merancang strategi ekonomi yang efektif dan bagi pelaku bisnis dalam mengembangkan strategi pasar yang adaptif. Dengan mengevaluasi elastisitas, semua pihak yang terlibat dapat membuat keputusan yang lebih informasional dan responsif terhadap perubahan pasar yang dinamis.

Elastisitas permintaan dan penawaran dipengaruhi oleh sejumlah faktor penting dalam manajemen dan ekonomi. Elastisitas permintaan ditentukan oleh ketersediaan substitusi, di mana semakin banyak alternatif yang tersedia, semakin sensitif permintaan terhadap perubahan harga. Kebutuhan dan preferensi konsumen juga berperan, dengan barang kebutuhan pokok, cenderung memiliki permintaan yang kurang elastis dibandingkan barang mewah. Proporsi pendapatan yang dibelanjakan untuk barang tersebut serta jangka waktu juga memengaruhi elastisitas permintaan, di mana barang yang memakan anggaran besar dan respons konsumen dalam jangka panjang biasanya lebih elastis. Selain itu, ketersediaan informasi yang baik membuat permintaan lebih elastis karena konsumen dapat membuat keputusan yang lebih cepat.

Di sisi lain, elastisitas penawaran dipengaruhi oleh kemudahan dalam produksi dan pengadaan, dengan penawaran lebih elastis jika produsen dapat menyesuaikan produksi dengan biaya tambahan yang minim. Jangka waktu produksi dan biaya produksi juga memengaruhi elastisitas penawaran, di mana dalam jangka panjang penawaran lebih elastis. Fleksibilitas faktor produksi dan skala ekonomi, berperan dalam menentukan seberapa responsif

penawaran terhadap perubahan harga, dengan produsen yang dapat menyesuaikan kapasitas produksi dan memanfaatkan skala ekonomi memiliki penawaran yang lebih elastis.

Elastisitas Harga Permintaan

Elastisitas harga permintaan adalah ukuran seberapa besar perubahan persentase dalam kuantitas yang diminta dari suatu barang, sebagai respons terhadap perubahan persentase dalam harganya (Samuelson & Nordhaus, 2010). Dalam perspektif ekonomi bahwa perilaku konsumen dalam merespon terhadap perubahan harga dan pendapatan sangat dipengaruhi oleh elastisitas permintaan. Elastisitas permintaan mencakup berbagai jenis yang menggambarkan bagaimana konsumen merespons perubahan dalam kondisi ekonomi. Elastisitas harga permintaan menunjukkan tingkat sensitivitas kuantitas yang diminta terhadap perubahan harga, dengan kategori seperti elastis, inelastis, dan *unitary elastic*.

Elastisitas pendapatan permintaan, di sisi lain, menilai perubahan dalam permintaan seiring dengan perubahan pendapatan, yang dapat menunjukkan apakah barang tersebut termasuk dalam kategori barang normal, barang mewah, atau barang inferior. Elastisitas silang permintaan mengukur hubungan antara dua barang, menentukan apakah barang-barang tersebut saling menggantikan atau saling melengkapi berdasarkan perubahan harga salah satu barang. Memahami berbagai jenis elastisitas merupakan kunci dalam strategi harga, analisis pasar, dan perencanaan ekonomi yang efektif, di mana konsep-konsep ini, sangat penting bagi bisnis dan pemerintah dalam mengambil keputusan yang tepat terkait harga, produksi, dan kebijakan ekonomi.

Elastisitas permintaan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, berdasarkan bagaimana permintaan terhadap suatu barang atau jasa merespons perubahan dalam harga, pendapatan, atau harga barang lain. Berikut adalah beberapa jenis elastisitas permintaan yang umum.

1. Elastisitas Harga Permintaan (*Price Elasticity of Demand - Ed*)

Mengukur seberapa besar perubahan kuantitas yang diminta dari suatu barang atau jasa sebagai respons terhadap perubahan harga barang atau jasa tersebut.

Secara matematis untuk menghitung koefisien elastisitas harga permintaan disimbolkan dengan E_d (elastisitas harga permintaan).

Secara matematis, dapat dirumuskan sebagai berikut:

Keterangan

E_i = Elastisitas pendapatan

ΔQ = Perubahan kuantitas yang diminta

Q = Kuantitas barang yang diminta awal

ΔP = Perubahan dalam harga

P = Harga awal

Dengan rumus di atas, maka perubahan permintaan barang-barang sebagai akibat perubahan pada harga akan berbeda elastisitas harganya. Adapun jenis elastisitas harga permintaan adalah sebagai berikut.

- a. Elastis ($E_d > 1$): Perubahan harga menyebabkan perubahan besar pada kuantitas yang diminta.

Contoh sebuah perusahaan menjual produk dengan harga awal Rp10.000 per unit dan jumlah permintaan adalah 1.000 unit per bulan. Setelah harga naik menjadi Rp12.000 per unit, jumlah permintaan turun menjadi 700 unit. Hitung elastisitas harga permintaan dan tentukan sifat elastisitasnya.

Solusi:

Persentase perubahan harga:

Persentase perubahan kuantitas yang diminta:

Elastisitas harga permintaan:

Karena $E_d = -1.5$, maka permintaan produk ini bersifat elastis. Artinya, perubahan harga menyebabkan perubahan yang lebih besar dalam kuantitas yang diminta.

- b. Inelastis ($E_d < 1$): Perubahan harga menyebabkan perubahan kecil pada kuantitas yang diminta.

Contoh harga produk B naik dari Rp50.000 menjadi Rp55.000, dan permintaan hanya turun dari 2.000 unit menjadi 1.950 unit. Hitung elastisitas harga permintaan.

Solusi:

Persentase perubahan harga:

Persentase perubahan kuantitas yang diminta:

Elastisitas harga permintaan:

Dari hasil tersebut nilai mutlak $E_d = 0.25$ di mana nilai ini $E_d < 1$. Dengan demikian, dapat disimpulkan permintaan produk ini bersifat inelastis. Artinya, perubahan harga tidak menyebabkan perubahan besar dalam kuantitas yang diminta.

- c. *Unitary Elastic* ($E_d = 1$): Perubahan harga menyebabkan perubahan proporsional dalam kuantitas yang diminta.

Contoh sebuah toko sepatu menjual sepatu olahraga dengan harga Rp400.000 per pasang. Toko tersebut memutuskan untuk menurunkan harga menjadi Rp360.000 per pasang untuk promosi. Akibat penurunan harga ini, penjualan sepatu meningkat dari 2.000 pasang menjadi 2.200 pasang per bulan. Hitung Elastisitas Harga Permintaan.

Solusi:

Persentase perubahan harga:

Persentase perubahan kuantitas yang diminta:

Elastisitas harga permintaan:

Dari hasil perhitungan bahwa nilai $E_d = 1$, permintaan sepatu olahraga ini bersifat *unitary elastic*. Penurunan harga sebesar 10% menyebabkan peningkatan jumlah penjualan sebesar 10%, yang berarti perubahan harga mengakibatkan perubahan proporsional dalam kuantitas yang diminta.

- d. *Perfectly Elastic* ($E_d = \infty$): Kuantitas yang sangat sensitif terhadap perubahan harga (sejumlah kecil perubahan harga menyebabkan perubahan tak terbatas dalam kuantitas yang diminta).

Contoh Perusahaan D menetapkan harga Rp15.000 per unit untuk produk mereka. Jika harga naik sedikit saja, permintaan untuk produk tersebut menjadi nol. Jelaskan situasi ini dan hitung elastisitas harga permintaan.

Solusi:

Persentase perubahan kuantitas yang diminta:

Persentase perubahan harga:

Elastisitas harga permintaan:

Permintaan produk ini bersifat *perfectly elastic*. Artinya, permintaan sangat sensitif terhadap perubahan harga; bahkan kenaikan harga yang sangat kecil menyebabkan

permintaan menjadi nol. Ini menunjukkan bahwa konsumen akan berhenti membeli produk tersebut jika harga sedikit saja naik.

- e. *Perfectly Inelastic* ($E_d = 0$): Perubahan harga tidak memengaruhi kuantitas yang diminta sama sekali.

Contoh Sebuah perusahaan farmasi menjual obat yang sangat dibutuhkan dengan harga Rp100.000 per botol. Meskipun harga dinaikkan menjadi Rp150.000, permintaan tetap stabil di 1.000 unit per bulan. Hitung elastisitas harga permintaan.

Solusi:

Persentase perubahan harga.

Persentase perubahan kuantitas yang diminta. Karena kuantitas yang diminta tetap stabil, tidak ada perubahan kuantitas:

Elastisitas harga permintaan.

Permintaan produk ini bersifat *perfectly inelastic* (elastisitas harga permintaan = 0), di mana perubahan harga tidak memengaruhi kuantitas yang diminta sama sekali.

2. Elastisitas Pendapatan Permintaan (*Income Elasticity of Demand - Ei*)

Mengukur seberapa besar perubahan dalam kuantitas yang diminta sebagai respons terhadap perubahan dalam pendapatan konsumen.

Secara matematis, untuk menghitung koefisien elastisitas harga permintaan disimbolkan dengan E_i (elastisitas pendapatan permintaan) yang dapat dihitung dengan rumus berikut ini.

Atau dalam bentuk matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

Keterangan

E_i = Elastisitas pendapatan.

ΔQ = Perubahan dalam kuantitas barang.

Q = Kuantitas barang yang diminta awal.

ΔI = Perubahan dalam pendapatan.

I = Pendapatan awal.

Secara umum, elastisitas pendapatan ada jenis jenis elastisitas yang dapat mengelompokkan apakah barang normal, barang mewah atau barang inferior dan uniter.

a. Barang Normal (Positif)

Apabila ($E_i > 0$) atau Elastisitas Positif: Jika elastisitas pendapatan lebih dari 0, barang tersebut adalah barang normal. Permintaan meningkat seiring dengan peningkatan pendapatan. Contoh: Makanan sehari-hari, pakaian.

Contoh soal pendapatan seorang konsumen meningkat dari Rp5.000.000 menjadi Rp6.500.000. Akibatnya, permintaan untuk makanan sehari-hari meningkat dari 70 unit menjadi 85 unit. Hitung elastisitas pendapatan dan tentukan jenis barang berdasarkan hasil perhitungan.

Solusi:

Hitung Persentase Perubahan Pendapatan:

Hitung Persentase Perubahan Kuantitas Barang yang Diminta:

Hitung Elastisitas Pendapatan:

Elastisitas pendapatan sebesar 0,714, menunjukkan bahwa makanan sehari-hari adalah barang normal, di mana permintaan meningkat dengan kenaikan pendapatan, tetapi tidak secara proporsional. Peningkatan permintaan untuk makanan sehari-hari relatif lebih kecil, dibandingkan dengan kenaikan pendapatan itu sendiri, sesuai dengan elastisitas pendapatan kurang dari 1 yang menunjukkan respon permintaan yang moderat terhadap perubahan pendapatan (Mankiw, 2021; Perloff, 2023).

b. Barang Mewah (*Luxury Goods*)

Apabila ($E_i > 1$) Elastisitas Lebih dari 1: Jika elastisitas pendapatan lebih dari 1, barang tersebut adalah barang mewah. Permintaan meningkat lebih dari proporsional terhadap kenaikan pendapatan. Contoh: Mobil mewah, perhiasan.

Contoh Soal: Pendapatan konsumen meningkat dari Rp8.000.000 menjadi Rp10.000.000. Permintaan untuk mobil mewah meningkat dari 5 unit menjadi 8 unit. Hitung elastisitas pendapatan dan identifikasi jenis barang.

Solusi:

Hitung Persentase Perubahan Pendapatan:

Hitung Persentase Perubahan Kuantitas Barang yang Diminta:

Hitung Elastisitas Pendapatan:

Elastisitas pendapatan sebesar 2,4, menunjukkan bahwa mobil mewah tergolong sebagai barang mewah. Dengan elastisitas pendapatan yang lebih besar dari 1, hal ini

mengindikasikan bahwa permintaan untuk mobil mewah meningkat secara lebih dari proporsional terhadap kenaikan pendapatan. Artinya, setiap peningkatan dalam pendapatan konsumen akan menyebabkan peningkatan yang lebih besar dalam permintaan untuk mobil mewah. Ini mencerminkan karakteristik barang mewah, di mana konsumen cenderung meningkatkan pengeluaran mereka untuk barang-barang prestisius secara signifikan saat mereka mengalami peningkatan pendapatan (Mankiw, 2021; Perloff, 2023).

c. Barang Inferior (Negatif)

Apabila ($E_i < 0$) Elastisitas Negatif: Jika elastisitas pendapatan kurang dari 0, barang tersebut adalah barang inferior. Permintaan menurun ketika pendapatan meningkat. Contoh: Mie instan, produk substitusi murah.

Contoh Soal, jika pendapatan konsumen naik dari Rp3.000.000 menjadi Rp3.600.000, dan permintaan untuk mie instan menurun dari 120 unit menjadi 100 unit, hitung elastisitas pendapatan dan identifikasi jenis barang.

Solusi:

Hitung Persentase Perubahan Pendapatan:

Hitung persentase perubahan kuantitas barang yang diminta:

Hitung Elastisitas Pendapatan:

Elastisitas pendapatan sebesar -0,833 menunjukkan bahwa mie instan adalah barang inferior. Dengan nilai elastisitas pendapatan yang negatif, permintaan terhadap mie instan menurun seiring dengan peningkatan pendapatan. Hal ini berarti bahwa ketika pendapatan konsumen meningkat, mereka cenderung mengurangi konsumsi mie instan dan beralih ke barang-barang yang dianggap lebih berkualitas atau lebih mahal. Barang inferior

ditandai dengan elastisitas pendapatan negatif, mengindikasikan bahwa permintaan untuk barang tersebut berkurang ketika konsumen memiliki pendapatan yang lebih tinggi.

d. Barang *Unitary Elastic*

Apabila $E_i = 1$ atau Elastisitas Sama dengan 1: Jika elastisitas pendapatan sama dengan 1, perubahan pendapatan menyebabkan perubahan yang proporsional dalam permintaan. Contoh: Barang-barang yang tidak secara jelas jatuh ke kategori lain.

Contoh soal: Pendapatan konsumen meningkat dari Rp2.000.000 menjadi Rp2.500.000. Permintaan untuk barang yang tidak termasuk kategori lain (misalnya, barang standar) berubah dari 40 unit menjadi 50 unit. Hitung elastisitas pendapatan dan tentukan jenis barang.

Solusi:

Hitung Persentase Perubahan Pendapatan:

Hitung Persentase Perubahan Kuantitas Barang yang Diminta:

Hitung Elastisitas Pendapatan:

Elastisitas pendapatan sebesar 1 menunjukkan bahwa barang tersebut memiliki elastisitas pendapatan unitary. Ini berarti perubahan dalam pendapatan konsumen menyebabkan perubahan yang proporsional dalam permintaan barang tersebut. Dengan kata lain, setiap perubahan persentase dalam pendapatan akan diikuti oleh perubahan persentase yang sama dalam permintaan barang tersebut, mencerminkan hubungan langsung dan seimbang antara pendapatan dan konsumsi.

3. Elastisitas Silang Permintaan (*Cross Elasticity of Demand - Ec*)
 Mengukur seberapa besar perubahan dalam kuantitas yang diminta dari suatu barang sebagai respons terhadap perubahan harga barang lain. Elastisitas silang permintaan mengukur seberapa besar perubahan dalam kuantitas yang diminta untuk suatu barang dipengaruhi oleh perubahan harga barang lain. Ini penting untuk memahami hubungan antara dua barang, apakah mereka substitusi atau komplementer.

Atau dalam bentuk matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

Keterangan:

E_{xy} = Elastisitas silang permintaan

ΔQ_x = Perubahan dalam kuantitas barang X yang diminta

Q_x = Kuantitas barang X yang diminta awal

Δp_y = Perubahan dalam harga barang Y

P_y = Harga barang Y awal

Dari rumusan di atas, maka hasil dari perhitungan apabila dapat diketahui apakah barang yang dihitung elastisitasnya termasuk barang substitusi atau jenis barang komplementar.

a. Barang Substitusi

Apabila nilai elastisitas Positif ($E_{xy} > 0$): Jika elastisitas silang permintaan positif, barang X dan Y adalah barang substitusi. Ini berarti jika harga barang Y naik, permintaan untuk barang X juga meningkat. Contoh: Kopi dan teh.

Contoh Misalkan harga teh meningkat dari Rp20.000 per bungkus menjadi Rp25.000 per bungkus. Akibatnya, permintaan untuk kopi meningkat dari 200 unit menjadi 220 unit. Hitung elastisitas silang permintaan antara kopi dan teh. Jelaskan jenis hubungan antara kopi dan teh berdasarkan hasil perhitungan.

Solusi:

Hitung Persentase Perubahan Harga Teh:

Hitung Persentase Perubahan Permintaan Kopi:

Hitung Elastisitas Silang Permintaan:

Elastisitas silang permintaan sebesar 0,4 menunjukkan bahwa kopi dan teh adalah barang substitusi. Meskipun nilai elastisitasnya positif, yang menunjukkan bahwa peningkatan harga salah satu barang akan meningkatkan permintaan barang lainnya, angka 0,4 menunjukkan bahwa hubungan substitusi tersebut tidak terlalu kuat. Dengan kata lain, kopi dan teh dapat saling menggantikan, tetapi konsumennya tidak sepenuhnya bergantung pada salah satu barang sebagai pengganti yang sempurna (Mankiw, 2021; Perloff, 2023).

b. Barang Komplementar

Elastisitas Negatif ($E_{xy} < 0$), apabila dalam perhitungan menghasilkan nilai elastisitas silang permintaan negatif, barang X dan Y adalah barang komplementar. Ini berarti jika harga barang Y naik, permintaan untuk barang X menurun. Contoh: Mobil dan bensin. Artinya harga bensin naik akan berpengaruh pada permintaan mobil akan menurun.

Contoh soal:

Harga bensin meningkat dari Rp 8.000 per liter menjadi Rp 10.000 per liter. Sebagai hasilnya, permintaan untuk mobil menurun dari 1.000 unit menjadi 950 unit. Hitung elastisitas silang permintaan antara mobil dan bensin.

Hitung Persentase Perubahan Harga Bensin:

Hitung Persentase Perubahan Permintaan Mobil:

Hasil perhitungan elastisitas silang = _____

Dengan demikian dapat disimpulkan elastisitas silang permintaan sebesar -0.2 menunjukkan bahwa mobil dan bensin adalah barang komplementer.

c. Barang tidak Ada Keterkaitan

Suatu barang dikatakan tidak ada keterkaitannya, apabila Elastisitas Nol ($E_{xy} = 0$). Hal ini berarti elastisitas silang permintaan nol apabila barang X dan Y tidak memiliki hubungan yang signifikan. Perubahan harga barang Y tidak memengaruhi permintaan barang X. Contoh: Barang yang tidak terkait seperti permen dan komputer.

Contoh Jika harga produk A meningkat dari Rp 15.000 per unit menjadi Rp 16.500 per unit, dan permintaan untuk produk B tetap pada 500 unit, hitung elastisitas silang permintaan antara produk A dan B.

Solusi:

Hitung Persentase Perubahan Harga Produk A:

Hitung Persentase Perubahan Permintaan Produk B:

Hitung Elastisitas Silang Permintaan:

Elastisitas silang permintaan sebesar 0 menunjukkan bahwa produk A dan B tidak memiliki hubungan yang signifikan.

Elastisitas Harga Penawaran

Elastisitas harga penawaran mengukur seberapa besar perubahan dalam jumlah barang yang ditawarkan sebagai respons terhadap perubahan harga barang tersebut. Ini mencerminkan sejauh mana produsen dapat menyesuaikan jumlah produksi mereka ketika harga barang berubah. Elastisitas harga penawaran membantu dalam memahami fleksibilitas produsen dan efisiensi pasar dalam menanggapi fluktuasi harga. Ketika elastisitas harga penawaran tinggi, produsen lebih mampu menyesuaikan jumlah barang yang ditawarkan terhadap perubahan harga. Sebaliknya, elastisitas yang rendah menunjukkan bahwa penawaran lebih kaku dan kurang responsif terhadap perubahan harga (Mankiw, 2022; Varian, 2019; Sihombing, 2021; Prabowo, 2020).

Konsep ini penting untuk memahami bagaimana perubahan harga dapat memengaruhi keputusan produksi dan penawaran barang dalam ekonomi. Elastisitas harga penawaran dapat dihitung dengan rumus:

Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

Keterangan:

Es = Elastisitas harga penawaran

ΔQ = Perubahan yang ditawarkan t i t a

Q = Kuantitas awal

ΔP = Perubahan h a r g a

P = Harga awal

Macam-macam elastisitas penawaran, meliputi beberapa jenis yang menggambarkan bagaimana kuantitas barang yang ditawarkan merespons perubahan harga. Jenis-jenis elastisitas penawaran ini mencakup elastis, inelastis, unit elastis, serta elastisitas sempurna dan inelastis sempurna. Masing-masing jenis memiliki karakteristik unik yang memengaruhi keputusan produksi dan strategi harga di pasar.

- 1) Jika nilai $E_s > 1$, maka penawaran dikatakan elastis. Hal ini berarti perubahan harga menyebabkan perubahan yang lebih besar dalam jumlah barang yang ditawarkan. Produsen sangat responsif terhadap perubahan harga. Produsen sangat responsif terhadap perubahan harga, sehingga peningkatan harga mengarah pada peningkatan yang lebih besar dalam jumlah yang ditawarkan (Mankiw, 2021).

Contoh soal harga tas ransel naik dari Rp200.000 menjadi Rp250.000. Jumlah tas yang ditawarkan meningkat dari 500 unit menjadi 700 unit.

Solusi:

Menghitung Persentase Perubahan Kuantitas:

Menghitung Persentase Perubahan Harga:

Menghitung Elastisitas Harga Penawaran:

Elastisitas harga penawaran ($E_s > 1$) adalah 1,6, penawaran tas ransel dikatakan elastis. Artinya, perubahan harga menyebabkan perubahan yang lebih besar dalam jumlah tas yang ditawarkan. Produsen tas ransel sangat responsif terhadap perubahan harga, sehingga peningkatan harga secara signifikan meningkatkan jumlah yang ditawarkan.

- 2) Jika nilai $E_s < 1$, maka penawaran dikatakan inelastis. Dalam hal ini, perubahan harga hanya menyebabkan perubahan kecil dalam jumlah barang yang ditawarkan. Produsen kurang responsif terhadap perubahan harga. Produsen kurang responsif terhadap perubahan harga, sehingga perubahan harga hanya berdampak kecil pada jumlah yang ditawarkan (Krugman & Wells, 2020). Contoh, bahwa harga obat-obatan naik dari Rp100.000 per botol menjadi Rp110.000 per botol. Jumlah obat yang ditawarkan meningkat dari 1.000 botol menjadi 1.020 botol.

Solusi:

Menghitung Persentase Perubahan Kuantitas:

Menghitung Persentase Perubahan Harga:

Menghitung Elastisitas Harga Penawaran:

Karena elastisitas harga penawaran ($E_s < 1$) sebesar 0,2, maka penawaran obat-obatan tersebut dikatakan inelastis. Ini berarti perubahan harga hanya sedikit memengaruhi jumlah yang ditawarkan, menunjukkan produsen kurang responsif terhadap perubahan harga.

- 3) Jika nilai $E_s = 1$, penawaran dikatakan *unitary elastic*. Ini berarti perubahan harga menyebabkan perubahan yang proporsional dalam jumlah barang yang ditawarkan. Dalam kondisi ini, persentase perubahan harga dan kuantitas yang ditawarkan adalah sama (Varian, 2022).

- 4) Jika nilai $E_s = \infty$ *perfectly elastic*. Dalam situasi ini, produsen bersedia menawarkan barang dalam jumlah tak terbatas pada harga tertentu. Penawaran sangat sensitif terhadap perubahan harga, dan produsen tidak bersedia menawarkan barang jika harga berubah (Pindyck & Rubinfeld, 2021).

Daftar Pustaka

- Frank, R. H., & Bernanke, B. S. (2022). *Principles of Economics* (8th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Krugman, P., & Wells, R. (2021). *Microeconomics* (6th ed.). Worth Publishers. Worth Publishers.
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of economics* (9th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Perloff, J. M. (2023). *Microeconomics: Theory and Applications with Calculus*. New York: Pearson.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2021). *Microeconomics* (9th ed.). New York: Pearson.
- Prabowo, H. (2020). *Dasar-Dasar Ekonomi Mikro*. Bogor: Mitra Wacana Media.
- Rahardja, U., & Manurung, M. (2021). *Teori ekonomi mikro: Konsep dan aplikasi* (3rd ed.). Jawa Tengah: Universitas Kristen Satya Wacana Press.
- Sadono, S. (2018). *Ekonomi Mikro* (4th ed.). Jawa Tengah: Universitas Kristen Satya Wacana Press.
- Salvatore, D. (2019). *Microeconomics: Theory and Applications* (7th ed.). USA: Oxford University Press.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economics* (19th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Sihombing, S. (2021). *Ekonomi Mikro: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Sukirno, S. (2020). *Pengantar Ekonomi Mikro* (7th ed.). Jakarta: Rajawali Pers.
- Varian, H. R. (2019). *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach* (10th ed.). USA: W.W. Norton & Company.

TENTANG PENULIS



Dr. Tukiyat, S.E., M.Si.

Lahir di Klaten, 5 Mei 1962. Pendidikan S-1 bidang Manajemen pada Universitas Islam Jakarta, pendidikan S-2 Bidang Perencanaan Pembangunan Wilayah dan Perdesaan dari IPB Bogor dan menyelesaikan S-3 bidang Pendidikan Kependudukan dan Lingkungan Hidup dari Universitas Negeri Jakarta. Saat ini, penulis bekerja di Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) sebagai Perekrayasa. Penulis juga sebagai dosen dengan register NIDK 8898211019 di Universitas Pamulang, Program Studi Teknik Informatika S-2 dan sebagai dosen tidak tetap di Universitas Respati Indonesia, Program Studi Manajemen. Mata Kuliah yang diampu saat ini, antara lain statistik, statistika & analisis data, metode penelitian. Penulis memiliki kepakaran dalam bidang kuantitatif, manajemen dan ekonomi sumberdaya. Aktif menulis *book chapter* dan *paper* baik level nasional atau internasional serta aktif dalam kegiatan ilmiah. *E-mail*: dosen02711@unpam.ac.id



SISTEM PEREKONOMIAN DI INDONESIA

Agus N. Simanjuntak, S.E., M.M.
Universitas HKBP Nommensen

“ etiap negara harus berfikir dan bertindak bagaimana kebutuhan tidak terbatas dapat dipenuhi dengan sumber daya terbatas (langka).”

Pendapat di atas merupakan tugas suatu negara untuk melakukan studi dan tindakan menuju pengadaan dan pemenuhan berbagai pilihan kebutuhan yang penting bagi kehidupan bangsanya, untuk kemudian tindakan yang dilakukan tersebut merupakan langkah melakukan kegiatan ekonomi. Segala bentuk pemikiran dalam langkah tersebut dan perencanaan dalam kegiatan ekonomi tersebut, dikatakan sebagai ilmu ekonomi, sedangkan ekonomi diartikan sebagai studi mengatur (*management*) tentang bagaimana sumberdaya yang langka atau terbatas digunakan.

Seiring dengan perkembangan jaman, kekurangan sumber daya dan pengadaan sumber daya yang terbatas dan langka tersebut merupakan bagian dari masalah dalam ekonomi dan menjadi masalah publik (bangsa), pilihan-pilihan kebutuhan semakin beragam dan semakin modern serta kebijakan-kebijakan menyangkut pengambilan keputusan pun semakin dibutuhkan, hingga pada saatnya diperlukan suatu tatanan sistem perekonomian yang disusun dan diatur sedemikian rupa.

Sejarah Pemikiran Ekonomi Indonesia

Ekonomi Indonesia (perekonomian Indonesia) terbentuk atas dasar letak geografisnya yang terletak antara persilangan samudera dan benua dunia. Sumber daya alam yang melimpah, berupa hasil tani dan bumi, serta penduduk yang tinggal di penjuru kepulauan yang membentuk dasar bagi perkembangan negara Indonesia.

Munculnya kontak dengan perdagangan internasional, melalui mitra asing yang datang untuk berdagang juga ikut berperan penting dalam perkembangan perekonomian Indonesia berupa kedatangan pedagang dari India, China, Arab dan Eropa yang mengeksplorasi rempah-rempah.

Sejak merdeka, krisis ekonomi negara Indonesia, pertama muncul pada masa kepemimpinan Presiden Sukarno, saat perekonomian tidak mampu lagi menopang keborosan yang terus-menerus, disebabkan negara ditopang oleh pencetakan uang, hasilnya inflasi membumbung tidak terkendali. Seluruh bangsa tercekik akibat daya beli terkikis habis serta kelangkaan barang. Akhirnya, pemerintahan Presiden Sukarno pun tumbang. Sejalan dengan itu, sejumlah masalah ekonomi terus mengikuti. Jika penanganan masalah ini tidak mengalami kemajuan yang berarti maka perekonomian akan terpuruk lebih jauh.

Berangsur-angsur sampai kepada dikeluarkannya Surat Perintah Sebelas Maret (Supersemar) pada tahun 1966, negara Indonesia mulai menyusun ekonominya dalam tindakan rencana pembangunan negara. Rencana tersebut dimulai dengan rencana jangka pendek, yaitu lima tahun sekali yang dikenal dengan Rencana Pembangunan Lima Tahun (Repelita), dengan transisi sebagai berikut.

1. Repelita I (1969–1974)

Dalam perencanaan ini, perekonomian diorientasikan terhadap pertanian, sebab negara Indonesia memiliki struktur agraris yang tinggi pada masa ini.

2. Repelita II (1974–1979)

Perekonomian mulai mengarah kepada kelengkapan sandang, pangan, prasarana, perumahan rakyat, perluasan lapangan kerja dan kesejahteraan.

3. Repelita III (1979–1984)

Mulai berfikir mengikuti dunia dalam pertumbuhan industri, pertambangan dan perkebunan menjadi perhatian kegiatan ekonomi.

4. Repelita IV (1984–1989)

Perekonomian sudah mengalami pertumbuhan dan perkembangan, menuju kepada swasembada pangan, swasembada produksi dan swasembada teknologi.

5. Repelita V (1989–1994)

Negara Indonesia berusaha mengimbangi pertumbuhan ekonomi dunia dengan usaha industrialisasi, demi mengejar pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan pada akhirnya pada masa ini negara Indonesia dapat mencapai pertumbuhan ekonomi sebesar 6,8%.

Selanjutnya, perekonomian Indonesia meletakkan perhatian kepada kepentingan rakyat melalui delapan jalur pemerataan, yaitu:

1. pemerataan pemenuhan kebutuhan pokok, khususnya sandang, pangan dan perumahan;
2. pemerataan memperoleh pendidikan dan layanan kesehatan;
3. pemerataan pembagian pendapatan;
4. pemerataan kesempatan bekerja;
5. pemerataan kesempatan berusaha;
6. pemerataan kesempatan turut serta dalam pembangunan untuk generasi muda dan wanita;
7. pemerataan penyebaran pembangunan di seluruh tanah air; dan
8. pemerataan kesempatan memperoleh keadilan.

Selanjutnya, berdasarkan makro sektoral, perekonomian Indonesia didasarkan kepada struktur sektor-sektor ekonomi yang dianggap penting termasuk di dalamnya struktural agraris, struktural industri dan struktural produksi untuk dijadikan tulang punggung negara dan bangsa. Namun, secara spasial beberapa struktur perekonomian Indonesia masih berstruktur tradisional/pedesaan dengan teknologi dominan diwarnai dengan teknologi tradisional.

Beberapa sektoral yang menjadi tolok ukur sistem perekonomian berikutnya adalah (tercatat sejak tahun 1998 sampai dengan tahun 2004), sebagai berikut.

1. Sektor ekonomi pertanian, dengan subsektor:
 - a. subsektor tanaman pangan,
 - b. subsektor perikanan,
 - c. subsektor peternakan
 - d. subsektor perkebunan, dan
 - e. subsektor kehutanan.
2. Sektor ekonomi pertambangan dan penggalian.
3. Sektor ekonomi industri manufaktur.
4. Sektor ekonomi listrik, gas dan air bersih.
5. Sektor ekonomi bangunan.
6. Sektor ekonomi perdagangan, hotel, dan restoran, dengan subsektor:
 - a. subsektor perdagangan,
 - b. subsektor perhotelan, dan
 - c. subsektor restoran.
7. Sektor ekonomi pengangkutan dan komunikasi, dengan subsektor:
 - d. subsektor transportasi, dan
 - e. subsektor komunikasi.
8. Sektor ekonomi keuangan perusahaan dan jasa perusahaan.
9. Sektor ekonomi jasa-jasa.

Sektor-sektor ekonomi inilah yang memberikan Pertumbuhan Ekonomi dan memberikan kontribusi besar bagi Pendapatan Nasional Indonesia serta penyumbang besar bagi penyerapan tenaga kerja atau lapangan usaha.

Sektor-sektor ekonomi ini juga diharapkan menjadi dasar memenuhi masalah-masalah, menyangkut

- a. barang-barang dan jasa apa saja yang akan diproduksi;
- b. bagaimana cara menghasilkan barang-barang dan jasa tersebut; dan
- c. bagaimana cara barang-barang dan jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan bangsa dan negara.

Sistem Perekonomian sebagai Solusi Masalah Ekonomi

Sistem perekonomian adalah suatu sistem yang mengatur serta menjalin hubungan ekonomi antarmanusia dengan seperangkat kelembagaan dalam suatu tatanan kehidupan.

Dalam pengertian di atas, nyatalah bahwa sebuah sistem perekonomian adalah sebuah organisasi yang mencakup sejumlah lembaga dan pranata yang bertujuan untuk memecahkan masalah di dalam sektor-sektor ekonomi yang terbahas sebelumnya. Sistem perekonomian terdiri dari unsur-unsur manusia sebagai subjek; barang-barang ekonomi dan jasa-jasa ekonomi sebagai objek; serta seperangkat kelembagaan yang mengatur dan menjalinnnya (termasuk pemerintah) dalam sebutan sebagai bentuk kegiatan ekonomi (kegiatan sektor-sektor ekonomi).

Dari sumber sejarah pemikiran ekonomi, di dunia ini pernah dikenal dua macam sistem perekonomian "Perekonomian Kapitalis" dan "Sistem

Kedua sistem ini, berbeda satu sama lain dilihat dari sistem kepemilikan sumber daya atau faktor-faktor produksi; keleluasaan masyarakat untuk saling berkompetisi satu sama lain dan untuk menerima imbalan atas prestasi kerjanya; serta kadar peranan pemerintah (kelembagaan negara) dalam mengatur, mengarahkan dan merencanakan kehidupan bisnis dan perekonomian negara.

Faktor-faktor apakah yang membuat suatu sistem perekonomian berbeda? Pada umumnya sistem perekonomian berbeda satu sama lain dikarenakan faktor ideologi, politik, pemerintahan, dan perencanaan ekonomi. Sebagai contoh dapat dilihat pada ilustrasi perbedaan di bawah ini, menjelaskan sistem perekonomian atas dasar ideologi yang dilaksanakan suatu negara.

Ideologi Liberalis:

- a. Sistem Perekonomian Kapitalis
- b. Persoalan Kegiatan Ekonomi Lebih kepada Mekanisme Pasar
- c. Pemerintahan Daerah Desentralisasi

Ideologi Komunis:

- a. Sistem Perekonomian Sosialis
- b. Persoalan Kegiatan Ekonomi Bersifat Terpusat kepada Pemerintah
- c. Pemerintahan Daerah Sentralisasi

Ilustrasi tersebut di atas, ada baiknya dijelaskan satu per satu agar pemahaman terhadap sistem perekonomian lebih dapat dimengerti, sebelum lanjut dan menjelaskan sistem perekonomian Indonesia sesungguhnya.

1. Sistem Perekonomian Tradisional

Sedikit mengenal sistem perekonomian tradisional, sebagai dasar suatu negara beranjak menuju sistem perekonomian yang lebih struktural. Sistem perekonomian tradisional merupakan sistem yang diterapkan oleh masyarakat tradisional, corak perekonomian juga bersifat tradisional, teknik produksi diperoleh dan diturunkan secara turun temurun.

Umumnya sistem perekonomian tradisional memiliki ciri-ciri, sebagai berikut:

- a. teknik produksi merupakan teknik turun-temurun;
- b. sedikit menggunakan modal;
- c. daya beli dilakukan secara pertukaran (barter);
- d. belum mengenal pembagian kerja;
- e. terikat dengan tradisi; dan
- f. tanah merupakan tumpuan produksi dan sumber kemakmuran.

Demikianlah halnya maka sistem perekonomian tradisional tersebut, mendorong terciptanya sistem perekonomian negara yang berbeda-beda di berbagai negara di dunia, termasuk cara pemecahan masalah ekonominya. Sesuai ciri dan karakteristik setiap negara, akan memiliki sistem perekonomian yang berbeda.

2. Sistem Perekonomian Mekanisme Pasar dan Terpusat

Dalam sistem perekonomian terpusat, peran pemerintah sangat dominan. Pemerintah menentukan: barang dan jasa apa yang akan diproduksi, dengan cara atau metode apa barang dan jasa tersebut, diproduksi serta kepada siapa atau untuk siapa barang dan jasa tersebut diproduksi, sedangkan sistem perekonomian pasar merupakan kontra sistem perekonomian terpusat. Pada sistem perekonomian pasar: kegiatan ekonomi, yaitu produksi, distribusi dan konsumsi dilakukan oleh mekanisme pasar. Dengan kata lain campur tangan pemerintah

hanya bersifat pengawasan (regulasi dan kebijakan), sedangkan perencanaan dan pelaksanaan murni masyarakat dan sektor riil.

3. Sistem Pemerintahan Daerah Desentralisasi dan Sentralisasi

Setiap negara di dunia, melakukan pembagian pemerintahan daerah yang berbeda-beda. Faktor pembagian pemerintahan daerah turut memengaruhi sistem perekonomian suatu negara. Pada pemerintahan daerah yang bersifat desentralisasi, menjelaskan memberikan kesempatan lebih luas kepada pemerintah daerah untuk menyelenggarakan kegiatan ekonominya: produksi, distribusi dan konsumsi serta melakukan konsep jalur pemerataan (delapan jalur pemerataan) dibanding pemerintahan daerah yang bersifat Sentralisasi. Pada pemerintahan yang sentralisasi semua konsep kegiatan ekonomi dipimpin oleh pemerintah pusat, termasuk pembagian kesejahteraan dan alat serta sumber daya dikuasai oleh negara. Sebagai contoh, di Negara Inggris, sebutan pemerintahan bersifat desentralisasi, disebut sebagai bentuk pemerintahan daerah *devolution*, bukan desentralisasi.

Sebenarnya, pemerintah di dalam suatu negara memiliki tiga fungsi, pembagian fungsi ini ditarik dari sudut pandang ekonomi klasik, yaitu:

- a. dalam bidang pertahanan nasional, mempetahankan negara dari serangan luar (musuh) dalam kedaulatan dan martabat;
- b. menegakkan keadilan sosial;
- c. membuat undang-undang dan peraturan peradilan; dan
- b. menyediakan barang-barang publik, di mana tidak ada pihak lain yang tertarik untuk menyediakannya selain pemerintah itu sendiri.

Sistem Perekonomian Kapitalis

Istilah kapitalis dalam sistem perekonomian, menekankan peranan kapital yaitu kekayaan dan segala jenisnya termasuk barang-barang yang digunakan dalam produksi barang lainnya. Sistem perekonomian kapitalis memiliki cir-ciri, sebagai berikut.

Pertama: Kebebasan mengonsumsi (free choice to consumption).

Makna kebebasan mengonsumsi dalam hal ini konsumen memiliki kedaulatan membeli komoditas yang diinginkannya, artinya seseorang tidak dibatasi untuk membeli kebutuhannya yang penting bersangkutan mampu mendapatkan sesuai dengan kemampuan belinya.

Kedua: Kebebasan memilih pekerjaan (free choice of occupation).

Kebebasan ini, bermakna seseorang tenaga kerja bebas memilih pekerjaan sepanjang yang bersangkutan mampu memenuhi syarat untuk mendapatkan pekerjaan tersebut.

Ketiga: Kebebasan menabung (freedom to saving).

Seseorang bebas menabung sebagian atau seluruh pendapatannya karena kemampuan seseorang menabung dipengaruhi oleh penghasilan dan keinginan untuk membelanjakan pendapatan sesuai kurun waktu.

Keempat: Kebebasan berinvestasi (freedom to investing).

Seseorang bebas berinvestasi terhadap barang-barang modal atau untuk memproduksi menghasilkan barang-barang konsumsi, berdasarkan keuntungan yang dapat diperoleh atas investasi yang dilakukan.

Kelima: Pengakuan atas hak milik pribadi (freedom to own private property).

Dalam konteks ini, sistem perekonomian kapitalis mengakui kepemilikan individual terhadap sumber-sumber daya atau faktor-faktor produksi, dalam arti seseorang dapat dengan bebas memiliki sumber-sumber daya ekonomi.

Sistem Perekonomian Sosialis

Sistem perekonomian ini merupakan sistem perekonomian yang berbeda dengan sistem perekonomian kapitalis. Sistem perekonomian ini, tidak mengakui kepemilikan individual terhadap daya-sumber daya ekonomi atau faktor-faktor produksi. Sistem ini lebih menekankan pada kebersamaan dalam menjalankan dan memajukan perekonomian. Keadilan memperoleh imbalan, didasarkan kepada kebutuhannya, bukan berdasarkan jasa yang

dicurahkan atau prestasi kerja, artinya setiap orang memperoleh imbalan yang sama.

Campur tangan pemerintah atau negara sangat tinggi, dengan kata lain pemerintah yang menentukan, merencanakan dan menetapkan persoalan pokok perekonomian, seperti apa yang harus diproduksi, bagaimana diproduksi, dan untuk apa/siapa diproduksi.

Sampai saat ini, tidak ada satu negarapun di dunia ini yang menjalankan sistem perekonomian tersebut di atas secara konsisten. Dua negara yang mungkin menjalankan sistem perekonomian tersebut adalah negara Amerika Serikat dengan sistem perekonomian kapitalis dan negara Uni Soviet (sebelum bubar) atau saat ini, menjadi negara Rusia dengan sistem perekonomian sosialis. Bila ditarik kepada negara-negara lain di dunia ini, cenderung menjalankan sistem perekonomian di antara ke dua sistem tersebut, di mana mungkin cenderung ke kapitalis dan atau cenderung ke sosialis termasuk negara Indonesia.

Sistem perekonomian negara lain merupakan variasi dari kedua sistem tersebut, biasanya berlaku pada negara-negara sedang berkembang yang baru selesai dari perang dunia ke-II atau negara-negara benua Asia dan negara-negara benua Afrika. Misalnya, negara Filipina lebih menganut sistem ekonomi dengan kadar kapitalis lebih tinggi, berbeda dengan India yang lebih menganut sistem perekonomian dengan kadar sosialis lebih tinggi. Bagaimana dengan Indonesia?

Sistem Perekonomian Indonesia

Indonesia pernah menjalankan sistem perekonomian yang sosialis pada tahun 1959 pada masa kepemimpinan Presiden Sukarno, yaitu pada masa Orde Lama (ORLA). Setelah memasuki masa Orde Baru (ORBA), yaitu setelah supersemar, kedua sistem perekonomian tersebut saling fleksibel, artinya terkadang cenderung ke sosialis dan terkadang cenderung ke kapitalis.

Berdasarkan uraian di atas bahwa sistem perekonomian suatu negara dapat ditentukan melalui ideologi negara tersebut. Indonesia yang memiliki Ideologi Pancasila, yaitu sebagai jiwa dan kepribadian

hidup bangsa, sehingga sistem perekonomian Indonesia tidak menyimpang dari Pancasila.

Ada beberapa hal yang perlu dihindari dalam sistem perekonomian Indonesia, agar pelaksanaan kegiatan ekonomi dapat dilakukan dengan baik dan sesuai dengan Ideologi Pancasila.

1. Mencegah adanya sistem *free fight liberalism* yaitu kebebasan melakukan kegiatan ekonomi oleh para pelaku ekonomi (sektor riil) secara dominan. Akan menimbulkan eksploitasi terhadap manusia bahkan negara lain.
2. Mencegah adanya Etatisme atau perekonomian serba negara, dengan memberikan dominan kepada negara sehingga dapat menghambat sektor riil maupun pelaku ekonomi melakukan kegiatan ekonomi.
3. Mencegah timbulnya monopoli. Mencegah munculnya perusahaan kekuatan ekonomi pada suatu kelompok saja.

Oleh karena itu, sistem perekonomian Indonesia harus dilaksanakan dengan Pancasila sebagai landasan hidup bangsa. Hal ini dapat dilihat dan diuraikan dalam Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945, sebagai berikut.

1. Perekonomian Indonesia disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan.
2. Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara.
3. Bumi air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.
4. Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.
5. Sumber-sumber keuangan dan kekayaan negara digunakan dengan pemufakatan lembaga-lembaga perwakilan rakyat serta pengawasan atas kebijaksanaannya ada pada lembaga tersebut.

6. Warga negara memiliki kebebasan dalam memiliki pekerjaan yang dikehendaki serta mempunyai hak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak.
7. Hak milik perseorangan diakui dan pemanfaatannya tidak boleh bertentangan dengan kepentingan masyarakat.
8. Potensi, inisiatif dan daya kreasi setiap warganegara dikembangkan sepenuhnya dalam batas-batas yang tidak merugikan kepentingan umum.
9. Fakir miskin dan anak-anak terlantardipelihara oleh negara.

Kapitalisme-Sosialisme dalam Sistem Perekonomian Indonesia

Dalam uraian sebelumnya, penjelasan tentang beda sistem perekonomian kapitalis dan sistem perekonomian sosialis, Indonesia dalam hal ini menarik beberapa kesamaan di dalamnya, seperti

- a. sistem perekonomian Indonesia menyandarkan diri sepenuhnya pada sistem mekanisme pasar, demikian pula sistem kapitalis; dan
- b. dalam menjalankan kegiatan ekonomi, sistem pemerintahan daerah Indonesia diarahkan pada prinsip desentralisasi (otonomi daerah) atau tidak terpusat, demikian pula sistem kapitalis.

Berdasarkan alasan tersebut, dapat dikatakan bahwa sistem perekonomian Indonesia memiliki beberapa kecenderungan ke arah sistem perekonomian kapitalis. Namun, seberapa besar kadar kapitalis dan sosialis di dalam sistem perekonomian Indonesia? Untuk mengukurnya maka dilakukan pendekatan struktur ekonomi Indonesia secara makro (makro-struktural), yaitu menggunakan pendekatan konsumsi (*consumption*), tabungan (*saving*), pengupahan (*wages*) dan pengorganisasian faktor-faktor produksi.

1. Barang-Barang Konsumsi

Untuk menjawab permasalahan: "Siapa barang-barang konsumsi?" Jawab melalui dua jawaban, yaitu: Sektor Riil atau sektor swasta yang juga berperan sebagai konsumen dan pemerintah. Bila pemerintah yang melakukan semuanya maka sistem perekonomian Indonesia cenderung sosialis dan bila sektor swasta yang

melakukan maka sistem perekonomian Indonesia cenderung kapitalis.

Berdasarkan hasil pendekatan ini, maka sudah terjawab bahwa sistem perekonomian Indonesia adalah Kapitalis.

2. Penentuan Tabungan

Tabungan diartikan sebagai pendapatan yang disisihkan untuk disimpan yang digunakan seiring waktu sebagai modal. Bila besaran tabungan ditentukan oleh masing-masing (sektor swasta atau individu) atas keinginan mereka sendiri, maka sistem perekonomian Indonesia cenderung kapitalis. Namun, bila pemerintah yang menentukan besaran tabungan yang diharuskan, maka sistem perekonomian Indonesia cenderung sosialis.

Berdasarkan hasil pendekatan ini, maka terjawab bahwa sistem perekonomian Indonesia adalah KAPITALIS.

3. Pilihan atas Pekerjaan dan Upah

Pada pendekatan ini, pertanyaan yang harus dijawab adalah “ S i a p a y a n g m e n e n t u k a n p i l i h a n d kebebasan memilih pekerjaan diserahkan sepenuhnya kepada individu dan penentuan besaran upah sepenuhnya diserahkan kepada sektor swasta maka sistem perekonomian Indonesia adalah kapitalis, namun bila pemerintah yang menentukan pilihan pekerjaan (alokasi pekerjaan) dan besar upah maka sistem perekonomian Indonesia cenderung sosialis.

Dalam hal ini, pengalokasian pekerjaan dapat dilakukan sektor swasta dan dilakukan pemerintah, dengan demikian sistem perekonomian sebagian kapitalis dari sektor swastanya dan sebagian sosialis dikarenakan juga dilakukan pemerintah.

Berdasarkan hasil pendekatan ini, maka sistem perekonomian Indonesia adalah Kapitalis-Sosialis atau Campuran.

4. Pengorganisasian Faktor-Faktor Produksi

Sebagaimana kita ketahui bahwa faktor-faktor produksi adalah terdiri dari tanah, modal, tenaga kerja dan keusahawanan. Bila pengalokasian faktor produksi tersebut, hanya diperoleh dari individu atau sektor swasta saja maka sistem perekonomian Indonesia cenderung kapitalis, dan bila hanya pemerintah saja

yang dapat mengalokasikan faktor-faktor produksi tersebut maka sistem perekonomian Indonesia, cenderung sosialis.

Namun, pengalokasian faktor-faktor produksi tersebut dapat ditentukan oleh individu atau sektor swasta (sebagai pemilik faktor-faktor produksi) serta pengalokasiannya dapat pula ditentukan oleh pemerintah (sebagai pengadaan faktor-faktor produksi), dalam hal ini maka sistem perekonomian Indonesia mencakup kedua sistem kapitalis dan sosialis tersebut.

Berdasarkan hasil pendekatan ini maka sistem perekonomian Indonesia adalah Kapitalis-Sosialis atau Campuran.

Sistem perekonomian suatu negara, dapat saja mencakup kedua sistem perekonomian tersebut kapitalis maupun sosialis yang variasi nama, serta sebutannya berbeda-beda di setiap negara. Bagi Indonesia, sistem perekonomian ini disebut sistem perekonomian campuran. Namun, campurannya bergantung kepada kecenderungan setiap kegiatan ekonomi memberlakukannya dalam negara tersebut, seperti negara Filipina, negara India dan termasuk negara Indonesia.

Beberapa bentuk pendekatan lain juga dapat digunakan untuk menentukan apakah negara Indonesia menganut sistem perekonomian kapitalis atau sistem perekonomian sosialis, misalnya pendekatan dari faktual struktural menggunakan model makroekonomi Keynes, yaitu: $Y = C + I + G + (X-M)$.

Bila peranan konsumtif pemerintah dilihat dari I dan G lebih besar, maka mungkin saja sistem perekonomian Indonesia cenderung sosialis. Peranan pemerintah ini, tergolong kecil atau besar harus dilihat dari persentase pertumbuhannya dalam penggunaannya dalam belanja pemerintah (G) dan Investasi (I) sektor swasta atau pemerintah.

Peranan pemerintah secara sektoral, melalui sektor-sektor ekonomi (lapangan usaha) juga turut menentukan, maka bila pemerintah cenderung menentukan tingkat upah dan besar lapangan usaha yang menampung tenaga kerja, maka dapat dikatakan sistem perekonomian Indonesia yang dijalankan cenderung sosialis. Demikian pula dapat dilihat dari kecenderungan pemerintah menetapkan tingkat konsumsi (C) dan Ekspor Impor (X-M).

Daftar Pustaka

- Basri, Faisal. (2002). *Perekonomian Indonesia, Tantangan dan Harapan Bagi Kebangkitan Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Jhingan, M.L. (1983). *The Economics of Development and Planning*, 16th Edition. New Delhi: Vicas Publishing House.
- Nurcholis, Hanif. (2007). *Teori dan Praktik, Pemerintahan dan Otonomi Daerah*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Samuelson A. Paul, Nordhaus D. William. (1985). *Economics*, 12th Edition. New York: McGraw-Hill.
- Sjafrizal. (2012). *Ekonomi Wilayah dan Perkotaan*. Edisi Satu. Jakarta: Rajawali Pers.
- S. Alam. (2013). *Ekonomi, Untuk SMA dan MA*. Jakarta: Erlangga.

TENTANG PENULIS



Agus N. Simanjuntak, S.E., M.M.

Penulis merupakan akademisi dan praktisi di bidang pemasaran. Penulis merupakan dosen tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas HKBP Nommensen sejak tahun 2003 pada Program Studi Ekonomi Pembangunan dan Program Studi Manajemen. Pengampu matakuliah Ekonomi Koperasi dan UMKM, Otonomi Daerah dan Desentralisasi Fiskal, Manajemen Operasi (Operasional), Ekonomi Manajerial, dan Riset Operasi. Saat ini menjalankan bisnis di bidang kuliner secara offline dan online dengan memanfaatkan startup Gojek dan Grab. Dalam menempuh pendidikan Strata-2 memilih konsentrasi di bidang pemasaran (*marketing*) pada Program Pascasarjana Magister Manajemen di Universitas HKBP Nommensen pada tahun 2004. Menulis Buku; Pengantar Analisis Kuantitatif, *Digital Marketing for Business dan Pengantar Metode Riset*.



TEORI PERILAKU KONSUMEN

Dr. NiLuh Widyaningsih, S.E., M.Si., M.Sc.
Institut Bio Scientia Internasional Indonesia

Pengantar Teori Perilaku Konsumen

Konsumen (*consumer*) merupakan pelaku ekonomi yang penting dalam mekanisme suatu pasar (*market*). Konsumen memiliki kekuatan daya beli, melalui tingkat pendapatan (*income*) yang dimilikinya dan konsumsi, membentuk tingkat permintaan (*demand*) akan suatu produk (barang dan/atau jasa). Konsumen memiliki nilai kepuasan (*utility*) yang berbeda antara satu dan lainnya dalam mengonsumsi produk yang sama. Utilitas ini, mencerminkan suatu konsekuensi keputusan pemilihan dari berbagai pilihan (*choice*) produk yang ada di pasar dengan keterbatasan pada *budget* yang mereka miliki.

Beberapa ciri-ciri dari perilaku konsumen yang bersifat rasional adalah: (i) konsumen memilih produk sesuai kebutuhan dan keinginannya; (ii) produk yang dipilih konsumen memberikan manfaat yang optimal bagi konsumen; (iii) konsumen memilih produk yang kualitasnya bagus; (iv) konsumen memilih produk yang harganya sesuai dengan kemampuan dan pendapatan konsumen; dan (v) konsumen memilih produk sesuai dengan kenyamanan lingkungan toko.

Pelaku ekonomi terpenting lainnya adalah produsen (*producer*), di mana mereka memproduksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup dari konsumen dan produsen juga menawarkan suatu produk yang baru di pasar. Harga jual suatu produk,

mencerminkan total biaya produksi (*total cost*) dan keuntungan (*profit*). Jadi, konsumen dan produsen berinteraksi di pasar untuk mencapai suatu tingkat kesepakatan bersama (*equilibrium*) antara harga (*price*) dan jumlah (*quantity of product*).

Perilaku konsumen di pasar, sangat memengaruhi keberlangsungan hidup suatu usaha bisnis, sehingga pendekatan (*approach*) untuk mempelajari perilaku konsumen telah melahirkan banyak konsep dalam model-model analisisnya. Konsumen dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk, dipengaruhi oleh banyak aspek, baik secara internal dan eksternal. Konsumen juga memiliki karakteristik yang berbeda, berdasarkan masing-masing latar belakang termasuk di dalamnya lokasi tempat tinggal maupun pasar.

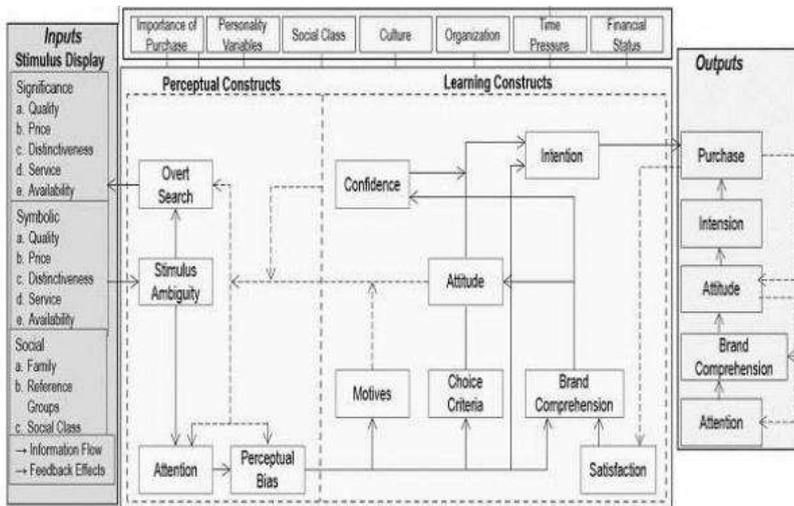
Perilaku konsumen mengalami perubahan yang cepat tergantung pada perkembangan informasi dan teknologi, tren pasar atau mode serta gaya hidup masyarakat. Hal ini harus dapat dicermati oleh bagian pemasaran dari suatu usaha bisnis/perusahaan. Selanjutnya, kita akan melihat model-model dari Teori Perilaku Konsumen, faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, dan bagaimana aplikasinya dalam hal pemasaran.

Konsep-Konsep Teori Perilaku Konsumen

Beberapa konsep Teori Perilaku Konsumen antara lain sebagai berikut.

1. Model Howard-Sheth

Model ini merupakan pendekatan untuk menganalisis dampak gabungan dari faktor sosial, psikologis, dan pemasaran atau *marketing* terhadap perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian atau preferensi konsumen, termasuk pembeli dalam suatu industri dalam urutan logis pemrosesan informasi. Model ini dikenalkan oleh John A. Howard pada tahun 1953 dalam buku yang berjudul *Theory of Buyer Behavior* bersama dengan Jagadish Sheth.

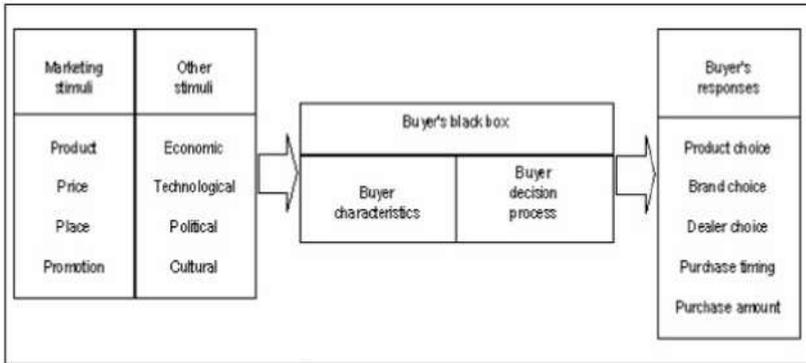


Gambar 7.1 Skema Diagram Model Howard-Sheth

Model ini, terdiri atas proses pengamatan dan proses belajar. Proses pengamatan terdiri atas perhatian, stimulus ambiguitas, dan bias persepsi. Proses belajar terdiri atas motif, kriteria memilih, pemahaman merek, sikap, niat, kepercayaan dan kepuasan. Kedua proses ini, berinteraksi dan terjadi saling kesinambungan yang diikuti dengan proses evaluasi. Proses menentukan apakah konsumen akan melakukan keputusan pembelian kembali pada masa yang akan datang atau tidak.

2. Model Perilaku Konsumen dari Kotler

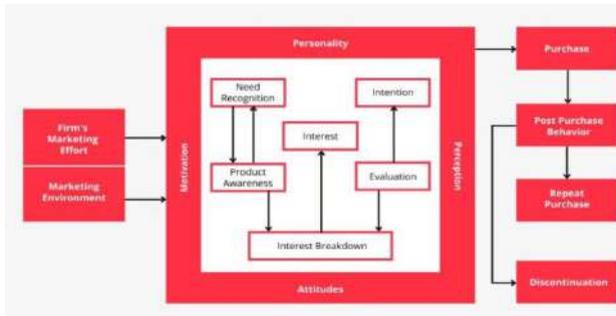
Model ini menggambarkan bahwa stimuli pemasaran dan stimuli lain, masuk pada *black box* atau kotak hitam di konsumen. Gambar berikut ini, menunjukkan stimuli terdiri atas produk, harga, tempat, dan promosi. Stimuli yang lainnya, terdiri atas kekuatan dan peristiwa yang berpengaruh signifikan yang berada di lingkungan konsumen, seperti kondisi ekonomi, perkembangan teknologi, politik, dan sosial budaya. Interaksi dari semua stimuli yang ada pada konsumen akan menentukan keputusan dalam hal pilihan produk, pilihan merk barang dan jasa, pilihan tempat penjualan, waktu pembelian dan jumlah produk yang dibeli.



Gambar 7.2 Skema Diagram Model Perilaku Konsumen (Kotler) Stimuli berubah menjadi respons dalam bentuk: (i) karakteristik pembeli/konsumen yang akan memengaruhi bagaimana menerima dan bereaksi terhadap stimuli; dan (ii) proses pengambilan keputusan pembeli yang akan memengaruhi perilaku konsumen. Beberapa karakteristik yang menonjol yaitu: kebudayaan (seperti budaya, sub-budaya, dan status); sosial (kelompok acuan, keluarga, peran, dan status); personal (seperti usia/umur dan siklus hidup, pekerjaan, keadaan sosial ekonomi, gaya hidup, kepribadian serta konsep diri); dan psikologi (seperti motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap).

3. Model Pavlovian

Model ini berguna dalam memahami perilaku konsumen, dari caranya mempelajari suatu produk dan kemudian membelinya. Analisis perilaku konsumen ini, didasarkan pada kondisi psikologis konsumen. Ada tiga indikator yang digunakan, yaitu *drive*, *drives*, dan *reinforcement*. *Drive* merupakan indikator yang mencerminkan stimuli yang memancing sebuah aktivitas, seperti perilaku konsumen saat berbelanja dipengaruhi oleh rangsangan untuk memenuhi kebutuhannya. *Drives* atau kebutuhan psikologis manusia pada saat memilih produk, seperti kebutuhan hidup dasar. *Reinforcement* merupakan indikator yang mencerminkan faktor pendorong pembelian produk.

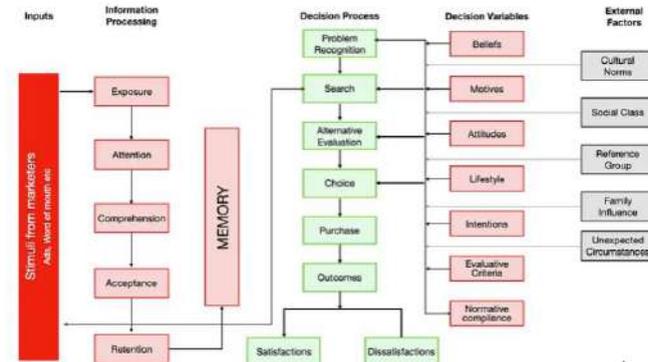


Gambar 7.3 Skema Diagram Model Pavlovian

Model ini dikembangkan oleh Ivan Petrovich Pavlov pada tahun 1906, sebagai pola pembelajaran tentang perilaku konsumen. Ia menganalogikan hewan peliharannya (anjing) dengan umpan daging, sebagai pemicu agar ia melakukan aktivitas memakan daging tersebut. Fenomena ini, dicoba dipakai dalam mempelajari perilaku konsumen.

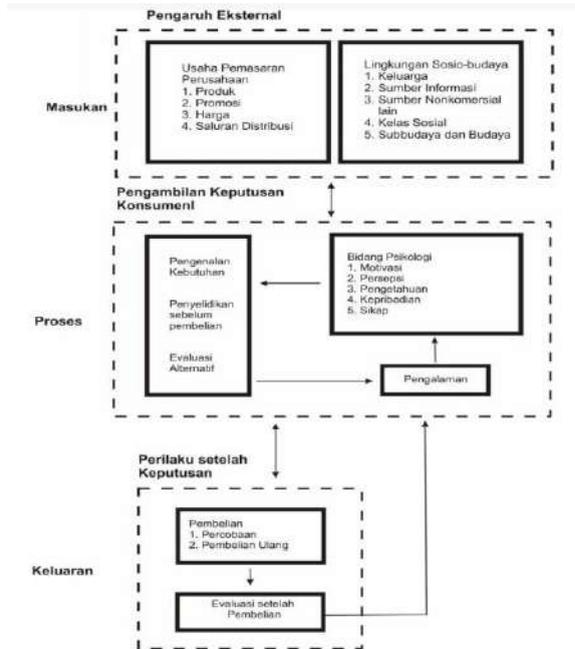
4. Model Perilaku Konsumen dari Engel, Kollat, dan Blackwell

Model ini membedakan tipe-tipe perilaku konsumen, atas dasar situasi yang dihadapinya, apakah pilihan pembeli berlangsung secara rutin atau sebaliknya. Model ini dikenalkan pada tahun 1968 (model EKB) dan mengalami pembaruan menjadi model Engel-Blackwell-Miniard (EBM) di tahun 1990. Tahapan-tahapannya adalah sebagai berikut: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi evaluasi alternatif penilaian, pembelian, dan hasil.



Gambar 7.4 Skema Diagram Model EKB

5. Model Perilaku Konsumen dari Schiffmann dan Kanuk
 Model ini membedakan model menjadi model *input*, proses, dan *output*. Komponen *input* menggambarkan pengaruh eksternal yang memberikan sumber informasi tentang produk tersebut. Komponen pada bagian proses mencerminkan bagaimana konsumen melakukan proses pengambilan keputusan pembelian. Pada bagian *output*, berkaitan dengan perilaku pembelian dan evaluasi setelah kegiatan pembelian.



Gambar 7.5 Diagram Model Perilaku Konsumen Schiffman dan Kanuk

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Teori Perilaku Konsumen

“Consumer is a person who desires, needs and requires marketing components in their capacity as buyer” (Allen, D., 2002)

Dalam melakukan proses pengambilan keputusan pembelian terhadap suatu produk ada beberapa faktor yang memengaruhi konsumen. Pemahaman terhadap perilaku konsumen, akan sangat bermanfaat bagi bagian pemasaran dari suatu usaha bisnis agar

dapat mempertahankan keberadaan produk tersebut di pasar dan dapat meningkatkan pangsa pasar.

Hal utama yang menjadi fokus perhatian dalam mempelajari perilaku konsumen adalah motivasi. Motivasi dapat digambarkan sebagai tenaga pendorong dalam diri individu yang membuat konsumen melakukan tindakan pembelian. Motivasi ini dilatarbelakangi oleh adanya kebutuhan hidup sehari-hari. Kebutuhan hidup manusia dapat dilihat pada gambar berikut ini, yaitu segitiga kebutuhan dari Abraham Maslow.



Gambar 7.6 Teori Hierarki Kebutuhan Maslow

Kebutuhan manusia sehari-hari dapat dibedakan berdasarkan kebutuhan dasar hingga kebutuhan aktualisasi diri. Konsep pokok dalam motivasi dapat berbentuk pengenalan akan kebutuhan, dorongan, perilaku berdasarkan tujuan, objek insentif, dan juga afeksi. Semakin kuat dorongan akan semakin besarnya urgensi respons yang dirasakan. Jadi, motivasi merupakan hal utama dalam bagaimana perilaku konsumen di pasar.

Kebutuhan merupakan faktor terpenting dalam mempelajari perilaku konsumen. Dalam beberapa model-model teori perilaku pada bagian sebelumnya tampak bahwa adanya sinkronisasi, antara tingkatan kebutuhan manusia dengan bagaimana perilaku mereka. Keseluruhan proses ini kita kenal dengan sasaran atau tujuan mengapa konsumen melakukan tindakan pembelian terhadap suatu produk tertentu. Dalam jurnal-jurnal ilmiah akademik mengenai perilaku konsumen di pasar, baik di pasar *offline/online* menunjukkan bahwa motivasi dapat dikelompokkan ke dalam motif rasional dan motif emosional.

Faktor keterlibatan menjadi salah satu faktor dalam perilaku konsumen, di mana kita dapat melihatnya dari pengaruh faktor pribadi, faktor produk itu sendiri dan faktor situasi pada saat dilakukannya pengambilan keputusan pembelian. Faktor pribadi meliputi hal-hal yang bersifat subjektif dan objektif. Faktor produk dapat kita lihat dari sisi harga maupun kualitas produk. Faktor situasi menjadi hal abstrak di mana para ahli teori perilaku konsumen menggambarkan hal itu, ke dalam skema diagram yang saling terkait. Hal lain yang menjadi faktor penentu keputusan pembelian adalah pesan dan kesan dari kegiatan konsumsi tersebut.

Aspek lainnya yaitu kepribadian dari konsumen. Kepribadian merupakan karakteristik unik dari seseorang yang terbentuk melalui suatu proses yang lama. Sebagai contoh yaitu kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri masing-masing, dan kemampuan beradaptasi. Kepribadian juga membentuk suatu nilai persepsi, di mana persepsi ini memengaruhi konsumen dalam menilai suatu produk sebelum dan/atau setelah melakukan kegiatan konsumsi. Selain dari segi konsumen, persepsi ini juga menjadi gambaran bagaimana citra suatu produk (*brand image*).

Aplikasi Teori Perilaku Konsumen dalam Pemasaran

Perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan dan tindakan konsumsi yang dilakukan, menjadi signal utama bagi bidang pemasaran suatu produk untuk melakukan lebih banyak lagi *advertising* atau melakukan *innovation* dalam *research and development* (R&D). Pemasaran merupakan proses bagaimana mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang diterjemahkan ke dalam proses produksi barang dan jasa. Hal ini menciptakan siklus timbal balik atau pertukaran informasi yang memiliki nilai inovasi produk. Kegiatan pemasaran akan berkaitan dengan keputusan, dalam hal: menentukan biaya pemasaran; bauran pemasaran; alokasi pemasaran dalam hubungannya dengan keadaan lingkungan terutama menghadapi pesaing (*competitor*).

Beberapa aspek utama yang berkaitan dengan perilaku konsumen, yaitu segmentasi pasar, di mana konsumen akan sangat bervariasi dalam membeli suatu produk berdasarkan lokasi tempat tinggal mereka karena hal ini, berkaitan dengan gaya hidup dan juga informasi yang mereka terima. Selain itu, segmentasi pasar dapat kita lihat dalam artian psikografik maupun segmentasi tingkah laku.

Selain segmentasi pasar, kegiatan *targeting* sebagai cerminan perusahaan untuk memprioritaskan *resources* mereka pada target ini, untuk mencapai tujuan perusahaan (*profit*) dengan lebih efektif dan efisien. Perilaku konsumen, seperti contoh Generasi-Z yang kita lihat dalam pola konsumsi mereka terhadap produk yang ramah lingkungan adalah cenderung lebih besar, maka produsen yang memasarkan produk-produk ramah lingkungan akan menjadikan konsumen Gen-Z ini sebagai target utama pemasaran mereka. Berdasarkan riset terbaru, menyatakan 54% dari Gen-Z bersedia untuk membayar lebih mahal 10% untuk pembelian barang-barang ramah lingkungan.

Positioning merupakan salah satu kegiatan penting di pemasaran, bagaimanapun agar produk mereka dapat mencapai target pasar dan menciptakan *brand image* jangka panjang yang lebih berkelanjutan dalam hal menunjang produksi produk yang lebih inovatif. Secara singkat kegiatan pemasaran ini dikenal dengan STP. Bauran konsep pemasaran yang lebih lanjut, dapat kita lihat dari *marketing mix* dengan variable: produk, harga, promosi, dan tempat.

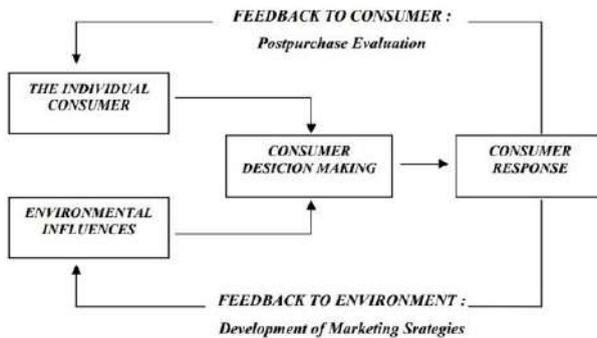


Gambar 7.7 Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran

Pada gambar di atas, tampak bagaimana teori perilaku konsumen diterapkan dalam strategi pemasaran per aktivitasnya. *Product* (P) adalah barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. *Price* (P) adalah penentuan harga jual produk yang bersangkutan. *Promotion* (P) adalah kegiatan untuk memengaruhi konsumen agar membeli produk tersebut. *Place* (P) adalah tempat di mana produk itu dijual untuk mempertemukan antara konsumen dan produsen.

Tantangan dalam Memahami Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen selain bervariasi antar individu juga mengalami perubahan yang kita tidak dapat prediksi, baik dalam negeri maupun luar negeri. Dalam mengantisipasi perubahan tersebut, dalam teori perilaku konsumen tercermin skema alur antara faktor internal dan eksternal; proses keputusan pembelian; bagaimana respons konsumen; dan pada akhirnya bagaimana respons konsumen ini menjadi *feedback* yang baik bagi perusahaan atau produsen. Siklus hubungan ini, dapat kita lihat secara mudah pada diagram berikut ini (dari Assael, 2001).



Gambar 7.8 Model Perilaku Konsumen

Tantangan yang dihadapi oleh pemasaran dari sisi produsen adalah bahwa konsumen mengalami perubahan yang besar dari segi perkembangan informasi dan teknologi, seperti pasar online (Tokopedia, Shopee, dan sebagainya). Jadi, konsumen saat ini memiliki kesempatan dalam menerima informasi dan menyerap perubahan gaya hidup yang relatif lebih cepat, dibanding sebelum

era digital. Di sisi lain, perusahaan/usaha bisnis juga mengalami perubahan dengan melihat perubahan permintaan pasar, baik dari segi kuantitas dan kualitas produk. Konsumen telah menggunakan *platform online* dalam berhubungan dengan produsen. Begitu juga sebaliknya produsen dengan konsumen.

Produsen/perusahaan harus dapat memastikan produk mereka dapat diakses secara online (lebih cepat dan tepat) bagi kepentingan konsumen/publik. Dalam suatu penelitian yang dilakukan di India oleh Priyabrata dan Dhananjay, menyatakan bahwa telah terjadi pergeseran dari manufaktur ke arah yang lebih memperhatikan perilaku konsumen (*consumer-oriented marketing*). Di India, dengan beragamnya karakteristik konsumen membuka peluang untuk bidang pemasaran untuk memasarkan produknya sebagai kesempatan untuk berinvestasi. Selain itu, bidang *marketing* juga seharusnya lebih memasarkan hal-hal yang berkaitan dengan kepedulian lingkungan.

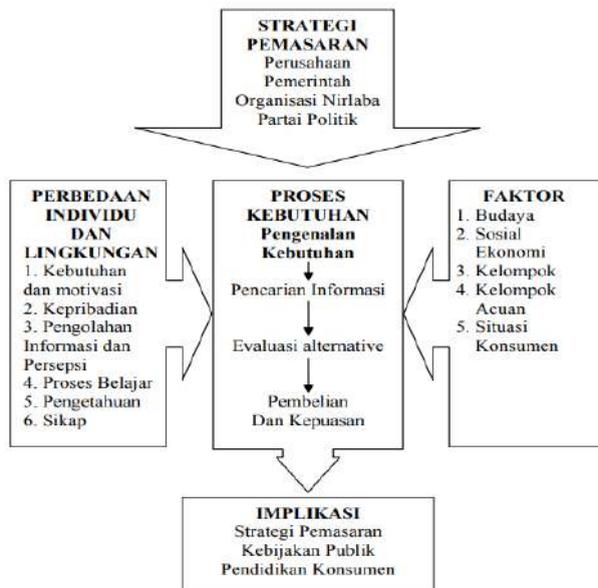
Bidang pemasaran produk harus mengikuti perkembangan tren perilaku konsumen, terutama untuk mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan efektifitas *marketing* suatu produk. Keberadaan teknologi yang telah menyatuk dengan *artificial intelligent* (AI) juga telah menjadi pegangan bagi kedua belah pihak dalam proses pengambilan keputusan pembelian suatu produk maupun mengenalan dan penjualan produk berdasarkan segmentasi pasar.

Tantangan dan kesempatan pada masa yang akan datang dalam mengimplementasikan teori perilaku konsumen untuk bidang pemasaran lainnya adalah bahwa perkembangan dari perdagangan di dunia virtual (*e-commerce*). Perdagangan di media virtual, memunculkan *gap* antara ekspektasi konsumen terhadap produk dan keadaan pada kenyataan. Hal ini dapat diukur melalui *variable service quality, tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphathy*.

Hal terpenting yang terungkap dari *literature review* mengenai perilaku konsumen dalam bisnis yaitu: (i) mengenai kenyamanan berbelanja secara online bagi konsumen; (ii) waktu pengiriman barang yang membuat konsumen beralih dari *offline* ke *online*

pembelian; (iii) konsumen mendapatkan kesenangan dalam berbelanja secara online; (iv) harga juga menjadi faktor yang menjadi perhatian dari konsumen, di mana dirasakan relative lebih murah karena produsen tidak harus membayar uang sewa toko; (v) aspek keamanan masih menjadi pro dan kontra dalam *e-commerce*; (vi) pilihan barang produk yang dijual *online* lebih bervariasi; (vi) teknologi menjadi aspek utama pilihan konsumen alam meningkatkan loyalitas dan kepuasan berbelanja.

Diagram di bawah ini, menggambarkan keseluruhan aspek dalam implementasi teori perilaku konsumen dalam bidang pemasaran.



Gambar 7.9 Keterkaitan proses pengambilan keputusan pembelian dan implikasinya pada pemasaran dan kebijakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Priyabrata (2022) menyimpulkan bahwa penerapan teori perilaku konsumen dan perubahan paradigma transaksi ekonomi di pasar, menjadi kegiatan bisnis dengan menggunakan *platform online*. Hal ini telah menyebabkan produsen melakukan investasi di bidang infrastruktur mereka untuk menunjang kegiatan bisnisnya.

Kesimpulan

Teori perilaku konsumen mencerminkan model-model dari proses pengambilan keputusan oleh konsumen secara variabel abstrak dan konkrit, baik secara internal dan eksternal. Aspek-aspek ini menjadi perhatian bagi pemasaran suatu produk. Teori perilaku konsumen, mengalami perubahan dalam mengikuti perubahan gaya hidup, tren pasar dan perkembangan informasi serta teknologi. Interaksi antara produsen dan konsumen menjadi *solid* untuk meningkatkan kemajuan bisnis.

Daftar Pustaka

- Abdul K, Sri M, Asep D S, Ita M H, Hetty I, Puji M, Hastuti M, Febrianty, Arteurt Y M, Hayati N, Nurhayati. (2020). *Perilaku Konsumen – Ruang Lingkup dan Konsep Dasar*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Acai S, Endang D A, Delila F H, Sulhaini, Aditya W, Abdurrahman, Baiq H R, Rizki P J P, Muhammad S Z, Gusti N J A, Yeldy D G, Muhammad S. (2024). *Manajemen Pemasaran Berbasis Pelanggan*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Akalya D C, Ghanasiyaa S, Harshini K, Shanmathy S, Poojashree K E, Kruthikkha P C. (2022). Consumer Behavior Analysis. *International Journal of Research and Applied Technology* 2(1) (2022) 82-90.
- Anang F. (2018). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Edwin Z. (---) *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Ekawati R N. (2021). *Perilaku Konsumen – Pengembangan Konsep dan Praktek dalam Pemasaran*. Yogyakarta: Idea Press.
- Estu M, S, Suwandi, Jayanti A E, Estik H P, Andri N, Iwan H K, Novan Y, R Suprono W, Yuyun P R, Rahmisyari, Iwan F C, Dwi A P, Joko R. *Perilaku Konsumen – Konsep dan Implementasi*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Jefri P N, Dian A, Gairah S, Umi R, Gazi S, Rosmawati, Fathihani, Rene J, Kristia, Mail H B, Widya J L, Husnil K, Maria F. (2021). *Teori*

- Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Maria D R P, Juan C R V. (2023). *Main Theoretical Consumer Behavioral Models. A Review from 1935 to 2021*. Heliyom 9 (2023) e13895.
- Mashur R. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Priyabrata R, Dhananjoy D. (2022). *Theory and Models of Consumer Buying Behavior: A Descriptive Study*. SSRN Electronic Journal, XI(VIII), 206–217.
- Roy, P., & Datta, D. (2022). Consumer buying behaviour towards online and offline shopping: a study in West Tripura district, Tripura, India. *Strad Research*, 9(8).
- Priyabrata R. (2022). Determinants of Consumer Buying Behavior towards Online and Offline Shopping. *International Journal for Research in Engineering Application and Management*, 8(3), 2454–9150.
- Purboyo, Sri H, Gusti P E K, Acai S, Suandi S S, Aditya W, Riana D K, Erwin, Nur H, Syamsuri, Silfiena S, Novi M. *Perilaku Konsumen – Tinjauan Konseptual dan Praktis*. (2021). Bandung: Media Sains Indonesia.

TENTANG PENULIS



Dr. NiLuh Widyaningsih, S.E., M.Si., M.Sc.

Penulis memiliki latar belakang pendidikan di bidang Ilmu Ekonomi dari Universitas Parahyangan. Penulis melanjutkan kuliah di Universitas Indonesia di bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik. Penulis juga mengambil program master di *Global Affairs Division* di *Rutgers University* dengan menyelesaikan tugas akhir di bidang *Business International*. Penulis memiliki pengalaman bekerja di dalam maupun di luar negeri. Sekembalinya ke tanah air, penulis melanjutkan pendidikan doktor di Ilmu Lingkungan, Universitas Indonesia dengan memperoleh penghargaan *Cum Laude*. Penulis aktif mengajar di bidang bisnis manajemen dan ekonomi, di mana saat ini menjabat sebagai *Head of Department of Master in Bio Management of i3L*. Hasil-hasil karya ilmiah yang telah dipublikasikan terutama di bidang pengembangan bisnis berbasis kreatifitas inovatif dan kearifan local. Penulis mendapatkan penghargaan sebagai presenter terbaik kedua pada *international conference ICPEU* sebagai lanjutan riset dalam menyusun rencana *grand* strategik pengembangan bank sampah di Indonesia. Penulis memiliki HAKI untuk modul *Innovation and Creativity* dan beberapa modul pengembangan bisnis lainnya.



PERILAKU PRODUSEN DAN PRODUKSI

Yuniarti Reny Renggo, S.Kom., M.Sc.
Universitas Kristen Wira Wacana Sumba

Pengertian Produsen

Pertemuan antara penawaran dan permintaan diartikan sebagai pasar, yang mana identik dengan tempat dilakukannya proses jual dan beli antara produsen dan konsumen. Produsen merupakan seorang atau badan usaha/perusahaan yang menaikan nilai suatu barang atau jasa yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, produsen sangat berhubungan dengan kegiatan produksi yaitu memproduksi suatu barang. Oleh karena itu pengaturan agar suatu barang yang diproduksi bermutu tinggi dan dapat diterima oleh masyarakat, disebut dengan perilaku produsen.

Perkembangan industri saat ini, menuntut produsen untuk lebih kreatif agar mampu menghadapi persaingan yang begitu ketat, dalam memperebutkan konsumen sehingga beberapa keputusan harus diambil oleh produsen dalam proses memproduksi suatu barang, yaitu:

1. menentukan berapa banyaknya *output* yang harus diproduksi; dan
2. menentukan kombinasi dari faktor-faktor produksi yang akan digunakan.

Serta dalam membuat keputusan tersebut, produsen harus menggunakan asumsi untuk selalu berusaha memperoleh atau mencapai keuntungan yang maksimum, atau berasumsi bahwa produsen beroperasi pada persaingan yang sempurna.

Fungsi dan Ciri-Ciri Produsen

Mencari keuntungan (laba) merupakan tujuan utama dari seorang produsen, oleh karena itu produsen mampu menjalankan fungsi manajemen dengan baik. Beberapa fungsi manajemen sebagai berikut (Yusnita, 2010).

1. *Planning*/Perencanaan

Fungsi manajemen perencanaan mampu membantu seorang produsen sebagai penentu arah, mengoordinasikan usaha, meminimalkan risiko dan memastikan penggunaan sumber daya secara efisien. Oleh karena itu, fungsi perencanaan merupakan fondasi dasar dari semua aktivitas manajemen yang akan dilakukan oleh seorang produsen.

2. *Organizing*/Pengorganisasian

Fungsi manajemen pengorganisasian membantu produsen untuk menciptakan struktur dan sistem yang memungkinkan produsen bekerja secara terkoordinasi dan efisien dalam mencapai tujuannya, yaitu dengan melakukan beberapa hal:

- a. membentuk struktur organisasi yang tepat,
- b. mengalokasikan sumber daya secara optimal, dan
- c. membangun tim yang efektif,

3. *Actuating*/Menggerakkan

Fungsi manajemen *actuating* bagi produsen juga penting karena berfokus pada aspek-aspek manusia dalam organisasi, di mana seorang produsen mampu untuk memotivasi, memimpin, dan mengarahkan karyawan secara efektif, agar tujuan yang ditetapkan oleh produsen dapat tercapai.

4. *Controlling*/Pengawasan

Fungsi manajemen *controlling* menuntut produsen agar mampu memastikan usahanya tetap berada pada jalur yang benar dalam mencapai tujuannya dengan menjaga efisiensi, efektivitas, dan produktivitas organisasi. Seperti menetapkan standar kinerja, mengukur hasil, membandingkan hasil dengan standar, mengidentifikasi penyimpangan, dan mengambil tindakan korektif.

Berikut ciri ciri seorang produsen:

1. mampu menjadi motivator;
2. memiliki pandangan jauh ke depan;
3. mampu mengorganisasi, mengelola, dan menanggung risiko usaha;
4. memiliki potensi untuk berprestasi;
5. mempunyai motivasi yang besar untuk maju;
6. mampu menolong dirinya dalam mengatasi masalah hidupnya; dan
7. mempunyai semangat, sikap dan perilaku, kemampuan dalam menangani usaha.

Teori Perilaku Produsen

Dalam kegiatan ekonomi, perilaku produsen dapat menguntungkan masyarakat bahkan pula mampu merugikan masyarakat (Yusnita, 2010).

Beberapa perilaku produsen yang dapat menguntungkan masyarakat:

1. mampu menciptakan lapangan pekerjaan;
2. mendapat keuntungan dengan tidak mengorbankan masyarakat;
3. menghasilkan produk berkualitas;
4. menetapkan harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat;
5. menerapkan praktik bisnis yang etis, seperti tidak melakukan monopoli, penipuan sehingga mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat;
6. berinovasi untuk dapat memenuhi kebutuhan sosial; dan
7. mampu mendukung ekonomi lokal dengan menggunakan bahan baku lokal.

Perilaku produsen yang menguntungkan masyarakat melibatkan berbagai aspek, mulai dari produksi barang dan jasa berkualitas hingga penerapan praktik bisnis yang etis dan ramah lingkungan. Produsen yang memperhatikan kesejahteraan konsumen, menjaga lingkungan, dan berpartisipasi dalam tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) tidak hanya mendapatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan ekonomi dan sosial yang berkelanjutan.

Beberapa perilaku produsen yang dapat merugikan masyarakat:

1. melakukan praktik KKN (korupsi, kolusi, dan nepotisme);
2. menjalankan usaha ilegal;
3. merusak lingkungan hidup;
4. menjalankan praktik monopoli;
5. tidak taat membayar pajak;
6. menghasilkan produk yang berkualitas rendah;
7. menetapkan harga yang tidak wajar;
8. menggunakan bahan baku yang berbahaya atau tidak aman;
9. melakukan praktik bisnis yang tidak etis seperti manipulasi pasar;
10. mengabaikan inovasi dan efisiensi yang berkelanjutan; dan
11. mengabaikan dampak sosial dan ekonomi pada komunitas lokal.

Perilaku produsen yang merugikan masyarakat dapat menciptakan berbagai masalah, mulai dari kerugian finansial dan kesehatan bagi konsumen, hingga kerusakan lingkungan dan ketidakadilan sosial. Oleh karena itu, penting bagi produsen untuk mengadopsi praktik bisnis yang etis, transparan, dan bertanggung jawab, yang tidak hanya menguntungkan mereka secara ekonomi tetapi juga bermanfaat bagi masyarakat secara keseluruhan.

Teori yang membahas tentang perilaku produsen dalam memproduksi barang dengan mengombinasikan faktor-faktor produksi sedemikian rupa untuk mencapai tujuan disebut juga dengan teori perilaku produsen.

Peran Produsen

Dalam perekonomian, seorang produsen tidak hanya saja mengharapkan untuk mencapai keuntungan (laba) saja, melainkan juga berharap untuk memiliki konsumen tetap atau pelanggan tetap. Hal ini memperjelas peran produsen, antara lain

1. meyakinkan konsumen agar tetap menyukai produknya;
2. menghilangkan keraguan konsumen terhadap pemakaian produknya; dan
3. mengubah kepercayaan merek.

Oleh karena itu, produsen harus berusaha meningkatkan kualitas produknya. Dengan melakukan intensifikasi dan ekstensifikasi. Intensifikasi merupakan usaha yang dilakukan oleh produsen untuk meningkatkan hasil produksi dengan cara mengganti atau memperbaiki alat produksi yang digunakan baik dengan meningkatkan produktivitas setiap faktor produksi maupun metode kerja, sedangkan ekstensifikasi merupakan usaha yang dilakukan oleh produsen meningkatkan hasil produksi dengan menambah faktor produksi.

Beberapa contoh intensifikasi dan ekstensifikasi, antara lain sebagai berikut.

1. Intensifikasi:
 - a. meningkatkan kesuburan tanah;
 - b. meningkatkan mutu tenaga kerja; dan
 - c. menggunakan alat alat produksi modern.
2. Ekstensifikasi:
 - a. menambah luas tanah,
 - b. menambah tenaga kerja,
 - c. menambah modal, dan
 - d. menambah alat alat.

Seorang produsen membutuhkan adanya perusahaan untuk memproduksi suatu barang, dan beberapa faktor pendorong utama timbulnya organisasi produksi dalam perusahaan antara lain (Sarnowo & Sunyoto, 2013):

1. memproduksi suatu barang membutuhkan pabrik dan mesin;
2. meningkatnya sumber daya untuk produksi hingga berskala besar; dan
3. mengorganisasikan produksi yang merupakan salah satu persyaratan manajemen

Faktor Produksi

Sumber daya yang digunakan dalam proses produksi disebut dengan faktor produksi yang akan menghasilkan barang dan jasa. Faktor-faktor produksi utama antara lain sebagai berikut.

1. Tanah (*Land*)

Merujuk pada semua sumber daya alam yang digunakan dalam produksi. Ini termasuk tanah itu sendiri, serta segala sesuatu yang berasal dari alam, seperti air, mineral, hutan, dan energi dari sinar matahari. Tanah adalah faktor produksi yang terbatas dan tidak dapat diperbarui secara langsung, dan penggunaan tanah sebagai faktor produksi mencakup kegiatan seperti pertanian, pertambangan, dan pengembangan properti.

2. Tenaga Kerja (*Labor*)

Tenaga kerja mencakup semua usaha manusia (baik fisik maupun mental) yang dilakukan dalam proses produksi. Ini termasuk pekerja, buruh, karyawan, dan semua orang yang terlibat dalam kegiatan produksi. Tenaga kerja merupakan faktor produksi yang dinamis, dan kualitas serta kuantitasnya dapat ditingkatkan melalui pendidikan, pelatihan, dan peningkatan kesehatan. Efektivitas tenaga kerja dapat dipengaruhi oleh faktor, seperti keterampilan, pengalaman, motivasi, dan kondisi kerja.

3. Modal (*Capital*)

Modal mencakup semua barang dan aset yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa lainnya. Ini termasuk mesin, peralatan, pabrik, infrastruktur, serta modal finansial seperti uang yang diinvestasikan dalam produksi. Modal adalah hasil dari produksi sebelumnya yang digunakan untuk menghasilkan lebih banyak barang dan jasa. Modal dapat dibagi menjadi dua jenis: modal tetap (*fixed capital*) seperti bangunan dan mesin yang tahan lama, dan modal lancar (*working capital*) seperti bahan baku dan persediaan barang.

4. Teknologi (*Technology*)

Teknologi adalah metode, proses, atau pengetahuan yang digunakan untuk menggabungkan faktor-faktor produksi secara lebih efisien. Teknologi dapat mempercepat proses produksi, mengurangi biaya, dan meningkatkan kualitas *output*. Teknologi dapat memperluas kemungkinan penggunaan faktor-faktor produksi yang ada dengan lebih efisien dan produktif. Perkembangan teknologi dapat mengubah cara produksi dilakukan dan menciptakan nilai lebih dengan *input* yang sama atau lebih sedikit.

Proses Produksi

Kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan atau meningkatkan suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber daya yang ada disebut juga dengan istilah proses produksi. Sumber daya yang dipergunakan dalam proses produksi terdiri dari bahan baku, mesin, modal, tenaga kerja, yang mana semua hal tersebut dipergunakan agar dapat berguna bagi kebutuhan manusia.

Menurut Usman et al., (2023), proses produksi terdiri dari beberapa jenis, antara lain sebagai berikut.

1. Proses produksi berdasarkan wujudnya:
 - a. proses kimiawi,
 - b. proses perubahan bentuk,
 - c. proses assembling,
 - d. proses transportasi, dan
 - e. proses penciptaan jasa-jasa administrasi.
2. Proses produksi berdasarkan dari alur bahan mentah menjadi produk akhir:
 - a. proses produksi terus-menerus, dan
 - b. proses produksi terputus-putus

Keunggulan bersaing dapat dipengaruhi dari produk, harga dan jangkauan distribusinya. Kualitas menjadi unsur yang sangat penting dari suatu produk, yang mana faktor faktor dalam suatu barang menghasilkan sesuatu yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan (Purwadinata & Batilmurik, 2020).

Fungsi Produksi

Fungsi Produksi merupakan landasan teknis dalam setiap proses produksi, di mana berupa suatu persamaan yang menunjukkan suatu hubungan teknis antara faktor produksi yang dipergunakan dengan jumlah yang dihasilkan persatuan waktu (Hanani et al., 2011).

Bentuk fungsi produksi menurut (Safri, 2018) adalah sebagai berikut:

Di mana:

- q : Mewakili *output* barang-barang tertentu selama periode tertentu.
- K : Modal (Mesin) yang digunakan selama periode tertentu.
- L : Mewakili *input* jam tenaga kerja.
- M : Bahan mentah yang digunakan.

Berdasarkan persamaan di atas juga menggambarkan bahwa tingkat *output* suatu barang tergantung pada jumlah modal, tenaga kerja, dan bahan mentah yang digunakan, dan tidak menutup kemungkinan ada variabel variabel lain yang dapat memengaruhi proses produksi.

Persamaan ini juga masih sangat bersifat umum dan belum bisa memberikan penjelasan kuantitatif untuk menjelaskan hubungan antara produk dan faktor produksi, oleh karena itu perlu untuk dinyatakan dalam bentuk spesifik misalnya (Waty et al., 2023):

Analisis Produksi

Fungsi produksi dapat dibedakan menjadi dua jenis berdasarkan jangka waktu: jangka pendek dan jangka panjang. Fungsi produksi jangka pendek adalah fungsi di mana setidaknya ada satu faktor produksi (*input*) yang tetap, sementara *input* lainnya dapat diubah, sedangkan fungsi produksi jangka panjang adalah fungsi di mana semua faktor produksi dianggap variabel.

Ciri-ciri fungsi produksi dalam jangka pendek (Waty et al., 2023) sebagai berikut.

1. Terdapat *input* tetap (misalnya, modal seperti bangunan atau mesin) dan *input* variabel (misalnya, tenaga kerja atau bahan baku).
2. Hukum produktivitas marginal yang menurun (*law of diminishing marginal returns*) berlaku, yang berarti bahwa jika *input* variabel terus ditambah sementara *input* tetap tidak berubah, tambahan

output yang dihasilkan dari setiap tambahan unit *input* variabel akan semakin menurun setelah mencapai titik tertentu.

Ciri-ciri fungsi produksi jangka panjang (Waty et al., 2023) sebagai berikut.

1. Tidak ada *input* yang tetap; semua *input* dapat diubah.
2. Perusahaan dapat menyesuaikan ukuran operasi, seperti membangun pabrik baru atau membeli peralatan tambahan.
3. Ekonomis skala (*Economies of Scale*) dapat terjadi, di mana biaya per unit *output* menurun seiring dengan peningkatan skala produksi.
4. Efisiensi produksi lebih optimal karena semua *input* dapat disesuaikan.

Tahapan dalam Fungsi Produksi

Menggambarkan hubungan antara *input* dan *output* dalam fungsi produksi dapat dianalisis melalui tiga tahap, yang mana akan membantu untuk memahami bagaimana perubahan *input* memengaruhi *output* dalam konteks hukum *diminishing return*. hukum ini menjelaskan bahwa apabila satu macam *input* ditambah penggunaannya sedangkan *input* lain tetap, maka tambahan *output* yang dihasilkan dari setiap tambahan satu unit *input* yang ditambahkan pada awal mulanya mengalami kenaikan sampai dengan titik maksimal kemudian akan mengalami penurunan bahkan menjadi negatif.

Berikut tahapannya.

1. Tahap1: Meningkatnya hasil marjinal (*increasing marginal returns*)/meningkatnya pertambahan dari total produksi.
2. Tahap 2: Menurunnya hasil marjinal (*diminishing marginal returns*)/semakin lama semakin mengecilnya pertambahan total produksi.
3. Tahap 3: Hasil marjinal negatif (*negative marginal returns*)/pertambahan produksi semakin lama semakin berkurang.

Daftar Pustaka

- Hanani, N., Asmara, R., & Fahriya. (2011). *Ekonomi Mikro*. Malang: PS. Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.
- Purwadinata, S., & Batilmurik, R. W. (2020). *Pengantar Ilmu Ekonomi: Kajian Teoritis dan Praktis Mengatasi Masalah Pokok Perekonomian* (Cetakan I). Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.
- Safri, H. (2018). *Pengantar Ilmu Ekonomi* (D. Ilhan (ed.); Cetakan I). Palopo: Lembaga Penerbit Kampus IAIN Palopo.
- Sarnowo, H., & Sunyoto, D. (2013). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro (Teori dan Soal)*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Usman, A., Tjambolang, T. A., Zainiar, Y. M., & Syamsuddin. (2023). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Ekonomi Teori dan Aplikasi* (Cetakan 1). Makassar: PT Nas Media Indonesia.
- Wa t y , E . , F a j a r , M . , C h a t r a , M . A . Setyastuti, R., Devi, E. K., Muhtadin, A. Al, Afiyah, S., & Hansopaheluwakan, S. (2023). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Ekonomi* (Efitra (ed.); Cetakan 1). Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Yusnita, M. (2010). *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen* (Yui (ed.)). Semarang: ALPRIN.

TENTANG PENULIS



Yuniarti Reny Renggo, S.Kom., M.Sc.

Penulis lahir pada tahun 1986. Penulis menyelesaikan pendidikan formal Sarjana di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) AMIKOM Jogjakarta tahun 2007. Penulis melanjutkan pendidikan Program Master di Universitas Gadjah Mada (UGM) Yogyakarta program studi ilmu ekonomi, dan menyelesaikan pendidikan pada tahun 2011. Saat ini, penulis bekerja sebagai dosen tetap Program Studi Ekonomi Pembangunan di Universitas Kristen Wira Wacana Sumba. Penulis memiliki kepakaran dalam bidang ilmu ekonomi dan mulai aktif menulis berbagai buku. Selain buku penulis juga menghasilkan tulisan yang dalam bentuk jurnal nasional yang terakreditasi pada bidang keilmuan. Diharapkan penulis dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.



INVESTASI DAN TABUNGAN

Dwi Gemina, S.E., M.Si.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Djuanda

Pendahuluan

Ilmu ekonomi merupakan ilmu yang mempelajari bagaimana orang dan masyarakat, menentukan pilihan mengenai penggunaan sumber daya yang langka dan mempunyai kemungkinan penggunaan alternatif untuk menghasilkan berbagai barang dan jasa, serta mendistribusikannya untuk konsumsi berbagai-bagai orang dan kelompok orang yang terdapat dalam masyarakat, baik kini maupun masa datang dan dengan menggunakan uang ataupun tidak.

Perekonomian tertutup artinya tidak mengenal hubungan luar negeri, sehingga tidak adanya kegiatan ekspor-impor. Perekonomian sederhana tidak mengenal keterlibatan pemerintah dalam kegiatan perekonomian. Jadi, perekonomian tertutup sederhana adalah perekonomian melibatkan dua pelaku yaitu rumah tangga dan perusahaan (swasta). Dalam perekonomian, sektor swasta merupakan satu-sastunya produsen barang dan jasa, dan proses produksi dilaksanakan dengan menggunakan faktor produksi yang dimiliki oleh rumah tangga. Faktor produksi tersebut, antara lain tanah, tenaga kerja, modal dan entrepreneurship (kewirausahaan). penghasilan yang diperoleh rumah tangga dari menjual faktor produksi terdiri dari sewa (pendapatan dari tanah), bunga (pendapatan dari modal), upah (pendapatan dari tenaga kerja) dan profit (pendapatan dari *entrepreneurship*). kemudian rumah tangga

diasumsikan merupakan satu-satunya pembeli barang dan jasa yang dihasilkan oleh swasta. Pembelian barang dan jasa tersebut dibayar dengan dengan penghasilan yang diperolehnya dari menjual faktor produksi.

Sektor rumah tangga memiliki faktor-faktor produksi yang dibutuhkan untuk proses produksi barang dan jasa dengan tersedianya tenaga kerja, barang modal/tanah, uang dan kesediaan menanggung risiko yang dihadapi perusahaan dengan membeli saham, serta mendapatkan upah, mendapatkan bunga dengan membeli obligasi milik pemerintah, sedangkan sektor perusahaan, pengeluaran rumah tangga merupakan aliran pendapatan yang diperoleh perusahaan dan memperoleh pendapatan dari pemerintah merupakan konsumsi pemerintah dan luar negeri serta membayar pajak.

Pendapatan Nasional

Pendapatan nasional merupakan jumlah keseluruhan dari pendapatan yang diterima oleh masyarakat, yang berada dalam suatu negara pada suatu periode (Ahman, 2007). Adapun periode pendapatan nasional yang dimaksud, biasanya dalam kurun waktu satu tahun. Pendapatan nasional (*national income*) juga dapat diartikan sebagai salah satu indikator yang mencerminkan kredibilitas dan kualitas sumber daya (alam atau manusia) suatu negara (Putong, 2015).

Pendapatan nasional dapat mencerminkan kredibilitas dan kualitas sumber daya suatu negara adalah karena suatu negara diperkirakan memiliki pendapatan nasional tinggi sesuai dengan porsi jumlah penduduknya apabila memiliki sumber daya manusia berkualitas baik serta ditunjang oleh sumber daya alam yang cukup melimpah. Oleh karena itu, pada hakikatnya, jika sumber daya yang dimiliki berkualitas unggul serta memiliki daya saing yang tinggi tentu akan memiliki nilai jual yang tinggi pula. Dari nilai jual yang tinggi inilah, diprediksi pendapatan yang akan diterima oleh masyarakat dalam suatu negara akan tinggi pula, sehingga diasumsikan pendapatan nasional suatu negara juga akan meningkat.

Tingkat pendapatan nominal dalam model perekonomian dua sektor, tergantung kepada jumlah pengeluaran agregat yang direncanakan, yaitu rencana untuk menabung dan investasi. Jika rumah tangga ingin menabung dengan jumlah yang lebih banyak dan keinginan pengusaha untuk investasi, penerimaan perusahaan akan lebih kecil dan pembayaran pendapatan nominal dan produksi akan turun. Nilai *output* akan lebih besar dibandingkan pengeluaran agregat yang direncanakan. Sementara itu, *output* akan meningkat apabila keinginan untuk berinvestasi, melebihi keinginan untuk menabung atau pengeluaran agregat yang direncanakan lebih besar dari nilai *output*. Nilai pengeluaran agregat yang direncanakan akan sama dengan nilai *output* apabila tabungan sama dengan investasi yang direncanakan. Pendapatan nasional dengan pendekatan pengeluaran berikut ini:

$$Y = C + I \text{ dan } Y = C + S$$

Di mana: Y = Pendapatan nasional; C = Pengeluaran konsumsi rumah tangga;

I = Investasi perusahaan; S = Tabungan (*saving*)

Sehingga $Y = C + I$

$$C + S = C + I$$

$$S = I$$

Konsumsi

Teori konsumsi menjelaskan perilaku konsumsi dan variabel yang memengaruhinya. Pendapatan menjadi faktor utama yang memengaruhi konsumsi. Teori konsumsi menjadi bagian penting di dalam pembahasan ekonomi makro, terutama mengenai pendapatan nasional ataupun pertumbuhan ekonomi. Samuelson dan William (2004) menyatakan bahwa faktor-faktor utama yang memengaruhi dan menentukan jumlah pengeluaran untuk konsumsi adalah pendapatan disposibel sebagai faktor utama, pendapatan permanen dan pendapatan menurut daur hidup, kekayaan serta faktor permanen lainnya, seperti faktor sosial dan harapan tentang kondisi ekonomi dimasa datang.

Pertumbuhan ekonomi suatu negara, baik dalam jangka pendek dan jangka panjang akan dipengaruhi oleh keputusan

konsumsi rumah tangga. Besar kecilnya pengeluaran konsumsi, hanya didasarkan besar kecilnya tingkat pendapatan masyarakat (Keynes). Pengeluaran konsumsi meningkat dengan bertambahnya penghasilan. Ada dua hal penting: 1) $MPC < APC$; 2) APC orang kaya lebih kecil daripada APC orang miskin. $MPC = Marginal Propensity to Consume$ dan $APC = Average Propensity to Consume$.

Konsumsi rumah tangga yaitu pengeluaran yang dilakukan rumah tangga atas barang dan jasa yang dihasilkan oleh berbagai perusahaan. Pengeluaran konsumsi dipengaruhi faktor-faktor lain, seperti kekayaan, tingkat sosial ekonomi, tingkat harga, selera, tingkat bunga dan lain-lain. Besar kecilnya konsumsi dipengaruhi oleh a) tingkat pendapatan dan kekayaan; b) suku bunga dan spekulasi; c) sikap berhemat; d) budaya, gaya hidup; dan e) keadaan perekonomian.

Bahwa konsumsi akan meningkat apabila pendapatan meningkat akan tetapi besarnya peningkatan konsumsi tidak akan sebesar peningkatan pendapatan, oleh karena ada batasan kecenderungan mengkonsumsi marginal $MPC = dC/dY$ dan $0 < MPC < 1$. Rata-rata kecenderungan mengkonsumsi $APC = C/Y$

Pendapatan merupakan faktor penentu utama konsumsi. Rumus konsumsi yaitu: $C = C_0 + b Y_d$

Di mana $C =$ Besarnya pengeluaran konsumsi rumah tangga

$C_0 =$ Konsumsi otonom besarnya pengeluaran konsumsi rumah tangga

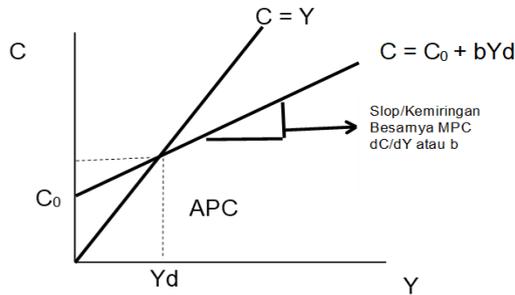
apabila pendapatan masyarakat tidak ada (konsumsi otonom)

$b = Marginal Propensity to Consume$ (hasrat marginal dari masyarakat untuk melakukan konsumsi)

$Y_d =$ Pendapatan siap pakai (*disposable income*) bahwa konsumsi dipengaruhi oleh pendapatan

Dalam teori konsumsi ini yang dipelajari adalah aspek perilaku masyarakat dalam mengalokasikan pendapatannya untuk tujuan konsumsi barang dan jasa. Keynes mengemukakan beberapa hipotesisnya antara lain :

- Konsumsi ditentukan oleh pendapatan, yakni pendapatan siap pakai (*disposable income*) atau disingkat Y_d . Hubungan kedua variabel tersebut dalam persamaan fungsionalnya : $C = f(Y_d)$
- Jika pendapatan naik, maka konsumsi juga naik, namun perubahan konsumsi (ΔC) lebih kecil daripada perubahan pendapatan (ΔY).
- Kenaikan pendapatan nasional menyebabkan konsumsi naik, namun dalam jangka pendek APC turun. Apabila digambarkan fungsi konsumsi Keynes dapat dilihat pada gambar sebagai berikut.



Gambar 9.1 Fungsi Konsumsi Keynes

Gambar tersebut memperlihatkan bahwa fungsi konsumsi Keynes, di mana kenaikan pendapatan diikuti penurunan APC.

Contoh 1: Diketahui data suatu perekonomian adalah pada saat tingkat pendapatan nasional sebesar 100, maka pengeluaran konsumsi rumah tangga sebesar 85, sedangkan apabila tingkat pendapatan nasional sebesar 120 maka pengeluaran konsumsi rumah tangga menjadi 100.

$$b = MPC = \frac{dC}{dY} = \frac{C_2 - C_1}{Y_2 - Y_1} = \frac{100 - 85}{120 - 100} = \frac{15}{20} = 0,75$$

$$C = C_0 + 0,75 Y$$

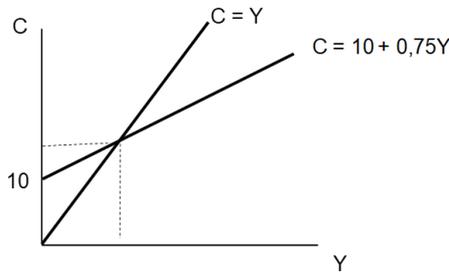
$$85 = C_0 + 0,75 (100)$$

$$85 = C_0 + 75$$

$$C_0 = 85 - 75$$

$$C_0 = 10$$

$$C = 10 + 0,75 Y$$



Gambar 9.2 Kurva Konsumsi

Saving (Tabungan)

Konsumsi yang dilakukan oleh masyarakat, meliputi kegiatan pemenuhan kebutuhan dengan pendapatan yang ada, sedangkan sisa dari pendapatan yang tidak dikonsumsi akan menjadi tabungan. Dengan kata lain, konsumsi adalah pendapatan yang dikeluarkan dan tabungan adalah pendapatan yang disimpan.

Faktor yang menentukan besarnya (yang berarti memengaruhi konsumsi) adalah tingkat bunga. Semakin tinggi tingkat bunga tabungan semakin besar jumlah uang yang ditabung. Kredit sangat erat dengan tingkat bunga. Adanya kredit menyebabkan dapat membeli barang sekarang dan membayarnya kemudian sehingga kredit, memengaruhi waktu pembayaran angsuran kredit yang harus dilakukan Rumah Tangga.

$$C = C_0 + bY$$

$$Y = C + S$$

$$Y = C_0 + bY + S$$

$$-S = -Y + C_0 + bY$$

$$S = Y - C_0 - bY$$

$$S = -C_0 + Y - bY$$

$$S = -C_0 + (1-b)Y$$

Di mana: $S = Saving$; $(1-b) = MPS$

Adapun yang memengaruhi konsumsi dan tabungan terdiri dari a) kekayaan yang terkumpul; b) tingkat bunga; c) sikap hemat; d) keadaan perekonomian; e) distribusi pendapatan; dan f) tersedianya dana pensiun.

$$C = (APC_n - MPC) Y_n + MPC (Y)$$

Contoh 2: Pada tingkat pendapatan nasional per tahunnya sebesar 100 triliun rupiah, besarnya konsumsi sebesar 95 triliun rupiah per tahun. Pada tingkat pendapatan nasional sebesar 120 triliun rupiah per tahun, besarnya konsumsi per tahunnya 110 triliun rupiah.

1. Carilah fungsi konsumsinya!
2. *Break-even point* tercapai pada tingkat pendapatan nasional berapa?

$$b = MPC = dC/dY = C_2 - C_1/Y_2 - Y_1 =$$

$$110 - 95/120 - 100 = 15/20 = 0,75$$

$$C = C_0 + 0,75 Y$$

$$85 = C_0 + 0,75 (100)$$

$$85 = C_0 + 75$$

$$C_0 = 85 - 75$$

$$C_0 = 10$$

$$C = 10 + 0,75 Y$$

$$Y = C + S$$

$$S = Y - C \text{ karena } C = C_0 + bY$$

$$S = Y - (C_0 + bY)$$

$$S = Y - C_0 - bY$$

$$S = -C_0 + (1-b)Y$$

$$MPS = 1 - MPC$$

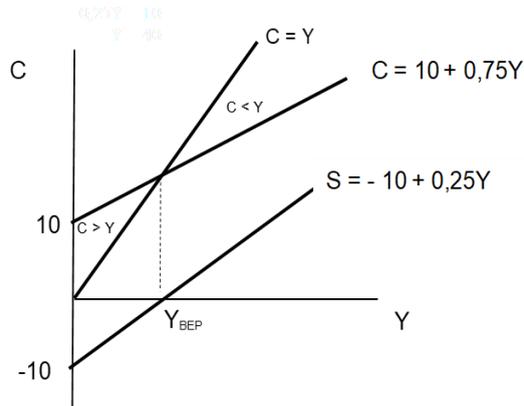
$$\text{maka } S = -10 + 0,25 Y$$

$$\text{BEP di mana } S = 0$$

$$-10 + 0,25 Y = 0$$

$$0,25Y = 10$$

$$Y = 40$$



Gambar 9.3 Kurva Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga dan Kurva Tabungan

Kurva tabungan: a) Kurva tabungan mempunyai slope positif; b) Titik - C_0 merupakan konsumsi otonom dan bernilai negatif; c) Pada titik Y terlihat $S = 0$. Hubungan MPC, MPS, APC dan APS sebagai berikut: (a) $MPC = dC/dY$; (b) $MPS = dS/dY$; (c) $MPC + MPS = 0,75 + 0,25 = 1$; (d) $APC = C/Y$; (e) $APS = S/Y$.

Investasi

Investasi adalah pengeluaran yang dilakukan oleh para pengusaha untuk membeli barang modal, guna mendirikan perusahaan atau perluasan perusahaannya. Investasi sebagai penyimpanan kekayaan dalam jangka waktu tertentu agar mendapat untung lebih besar. Investasi dibedakan menjadi dua jenis, yaitu investasi riil dan investasi finansial. Investasi riil adalah investasi terhadap barang-barang tahan lama (barang-barang modal) yang akan digunakan dalam proses produksi. Jenis investasi ini dibedakan menjadi tiga komponen, yaitu 1) investasi tetap perusahaan; 2) investasi untuk perumahan; dan 3) investasi perubahan bersih persediaan perusahaan.

Investasi finansial merupakan investasi terhadap surat-surat berharga misalnya pembelian saham, obligasi dan sebagainya. Pertimbangan dalam melakukan investasi riil adalah: a) tingkat bunga yang berlaku; dan b) tingkat pengembalian dari barang modal

dan harapan berkembang, sedangkan yang dimaksudkan dengan investasi adalah penambahan barang modal secara neto yang positif. Tingkat pengembalian barang modal, disebut *Marginal Efficiency of Capital/MEC* atau r .

$$C = R_1/(1+r) + R_2/(1+r)^2 + R_3/(1+r)^3 + \dots + R_n/(1+r)^n$$

Di mana:

C adalah biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh investasi hingga siap untuk dipakai/harga investasi.

R adalah besarnya permintaan yang diharapkan dan diperoleh dari mengoperasikan investasi.

1, 2, 3 ... p dari masing-masing penerimaan r adalah suku bunga/tingkat bunga.

Contoh 3: Sebuah mesin jahit dapat digunakan selama 2 tahun dan harganya sebesar Rp500.000. mesin tersebut menghasilkan Rp300.000 setiap tahun berapa MEC?

$$500.000 = 300.000/(1+r) + 300.000/(1+r)^2$$

$$500(1+r)^2 = 300(1+r) + 300$$

$$500(1 + 2r + r^2) = 600 + 300r$$

$$500r^2 + 700r - 100 = 0$$

$$r_1 = 0,13 \text{ dan } r_2 = -1,53 \text{ (tidak dipakai)}$$

Contoh 4: Apabila ada barang modal seperti lemari es yang dapat digunakan selama setahun dan harga Rp400.000 sedangkan lemari es memberikan hasil Rp425.000 berapa MEC lemari es?

$$400.000 = 425/(1+r)$$

$$400(1+r) = 425$$

$$400r = 25$$

$$r = 0,0625 \text{ atau } 6,25 \text{ persen}$$

Keputusan membeli suatu barang, tidak hanya tergantung pada MEC atau r , tetapi sektor perbankan. Keputusan untuk membeli barang modal atau investasi finansial.

Tabel 9.1 Keputusan Investasi Finansial

No.	Kriteria	Keputusan
1	Apabila $r > i$	maka proyek investasi bisa dijalankan.
2	Apabila $r = i$	maka investasi bisa dijalankan dan bisa juga tidak dijalankan tergantung proyek dari investasi tersebut.
3	Apabila $r < i$	maka investasi tidak dijalankan.

Menggunakan rumus di bawah lebih dari 3 tahun: $P = S/r \cdot 1 - 1/(1 + r)^n$

Meskipun tabungan dan investasi keduanya merupakan bagian dari strategi keuangan yang sehat, keduanya memiliki karakteristik dan tujuan yang berbeda. Memahami perbedaan ini, dapat membantu menentukan bagaimana sebaiknya mengalokasikan uang. Berikut perbedaan investasi dan tabungan berikut ini.

Tabel 9.2 Perbedaan Investasi dan Tabungan

No.	Pebedaan	Tabungan	Investasi
1	Definisi	Biasanya ditujukan untuk kebutuhan jangka pendek atau dana darurat. Misalnya, untuk liburan, pembelian barang, atau dana cadangan untuk keadaan tak terduga.	Ditujukan untuk pertumbuhan kekayaan jangka panjang. Ini bisa untuk tujuan seperti pensiun, pendidikan anak, atau pembelian properti.
2	Risiko dan <i>Return</i>	Menawarkan risiko yang sangat rendah, tetapi dengan tingkat return yang relatif rendah dan tidak terlalu signifikan.	Mempunyai potensi return yang lebih tinggi, tetapi juga datang dengan risiko yang lebih tinggi.
3	Likuiditas	Biasanya sangat likuid, yang berarti dapat mengakses uang kapan saja tanpa biaya.	Beberapa investasi mungkin tidak bersifat likuid dan memerlukan waktu untuk dijual atau diuangkan.
4	Jangka Waktu	Cocok untuk jangka waktu pendek hingga menengah.	Lebih cocok untuk jangka waktu menengah hingga panjang.

Perubahan jumlah konsumsi dan tabungan, bila pendapatan berubah dari Y_1 ke Y_2 maka pendapatan sekarang $Y_1 + dY$ maka konsumsi juga akan meningkat menjadi :

$$C_2 = C_1 + dC, \text{ padahal } dC = dC/dY \times dY \text{ di mana } dC/dY = MPC$$

$$\text{Jadi, } C_2 = C_1 + MPC \times dY$$

Tabungan sekarang juga akan berubah:

$$S_2 = S_1 + dS, \text{ padahal } dS = dS/dY \times dY \text{ di mana } dS/dY = MPS$$

$$\text{jadi } S_2 = S_1 + MPS \times dY$$

$$C = C_0 + bY$$

$$I = I_0 + aY$$

Apabila investasi dipengaruhi pendapatan maka persamaannya sebagai berikut:

$$I = I_0 + aY$$

Sementara, apabila investasi dipengaruhi suku bunga maka persamaan sebagai berikut: $I = I_0 - ai$

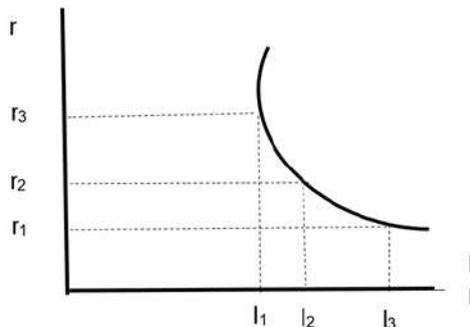
Contoh 5: Diketahui $MPC = 0,75$ dan $MPS = 0,25$; investasi awal 5M dan investasi berikutnya 8M. Pendapatan nasional keseimbangan awal sebesar 30. berapa besar pendapatan nasional.

$$dI = I_2 - I_1 = 8 - 5 = 3$$

$$dY = 1/0,25 \times 3 = 12$$

$$Y_2 = Y_1 + dY = 30 + 12 = 42$$

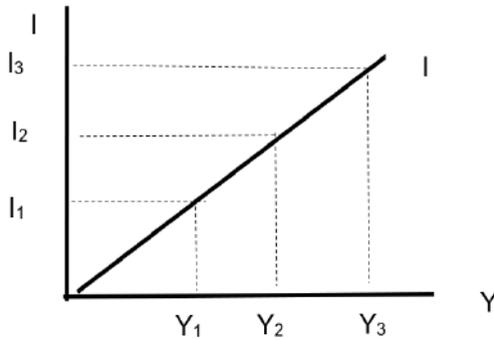
Pengaruh tingkat bunga dan investasi berikut ini.



Gambar 9.4 Pengaruh Tingkat Bunga dan Investasi

Kurva yang menggambarkan hubungan terbalik antara suku bunga dengan investasi.

Selanjutnya, hubungan Investasi dengan pendapatan berikut ini.



Gambar 9.5 Hubungan Pendapatan dan Investasi

Kurva yang menggambarkan perbandingan lurus antara pendapatan terhadap investasi.

Contoh 6: Rudi memiliki uang 1 miliar rupiah dan merencanakan untuk menabung di bank dengan suku bunga deposito per bulan diasumsikan menurun selama masa empat tahun, yaitu 50% per tahun pada tahun 1, 40% per tahun pada tahun 2, 24% per tahun pada tahun 3, dan 16% per tahun pada tahun 4, terhadap bunga deposito tersebut dikenakan pajak atas pendapatan bunga sebesar 15%.

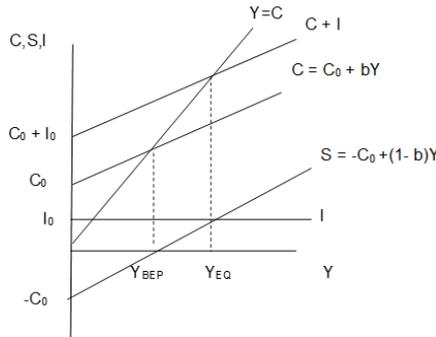
1. Lakukan perhitungan uang Rudi di bank selama masa 4 tahun itu.
2. Jika Rudi bermaksud untuk membeli rumah seharga 2 miliar rupiah sebagai alternatif investasi, serta diasumsikan bahwa pada akhir tahun ke-4 rumah itu dapat dijual dengan harga 2 miliar rupiah, apakah pilihan membeli rumah atau deposito yang seyogyanya ia pilih?

Tabel 9.3 Perhitungan Uang di Bank

Tahun (1)	Nilai Awal Tahun (2)	Bunga Per Tahun (3)	Rata-Rata Bunga Per Bulan (Sesudah Pajak 15%) = (3)/12 x 0,85 (4)	Nilai Akhir Tahun (Sesudah Pajak 15 %) = (2) x {(1* + (4)) ¹² (5)
1	1.000.000.000	50% = 0,50	3,54% = 0,0354	1.000.000.000 x (1 + 0,0354) ¹² = 1.518.091.427
2	1.518.091.427	40% = 0,40	0,40/12 x 0,85 = 0,028 = 2,8%	1.518.091.427 x (1 + 0,028) ¹² = 2.114.537.072
3	2.114.537.072	24% = 0,24	0,24/12 x 0,85 = 0,017 = 1,7 %	2.114.537.072 x (1 + 0,017) ¹² = 2.588.610.680
4	2.588.610.680	16% = 0,16	0,16/12 x 0,85 = 0,011 = 1,1%	2.588.610.680 x (1 + 0,011) ¹² = 2.951.757.027

Jika harga rumah yang di beli itu pada akhir tahun ke-4 sebesar 3 miliar rupiah, maka pilihan terbaik adalah mendepositokan uang itu di bank, karena nilai pada akhir tahun ke-4 di bank adalah lebih tinggi daripada hasil penjualan rumah (2,951 miliar rupiah > 2 miliar rupiah).

Pengeluaran Investasi Sektor Perusahaan $I = I_0$



Gambar 6. Kurva Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga dan Kurva Tabungan serta Investasi

Selanjutnya, angka keseimbangan pendapatan nasional berikut ini.

Tabel 9.4 Keseimbangan Pendapatan Nasional

Y	C	S	I	Pengeluaran Agregate	Kedaaan Perekonomian
0	90	-90	120	120	} Ekspansi Perusahaan Menambah Produksi
120	180	-60	120	300	
240	270	-30	120	390	
360	360	0	120	480	
480	-450	30	120	570	
600	540	60	120	660	
720	630	90	120	750	
640	720	120	120	840	Keseimbangan
950	810	150	120	930	} Kontraksi Perusahaan Mengurangi Kegiatan
1080	900	180	120	1020	
1200	990	210	120	1110	

Angka Pengganda (Multiplier) dan Analisis Kesenjangan (Gap)

Multiplier atau pengganda adalah suatu koefisien atau angka yang dapat menjelaskan besarnya tambahan pendapatan nasional sebagai akibat dari adanya tambahan variabel tertentu dalam perekonomian. Besarnya multiplier: $k = 1/1-MPC = 1/MPS$ atau $1/1-b$.

MPC = *Marginal Propensity to Consume* (Kecenderungan tambahan konsumsi marginal).

MPS = *Marginal Propensity to Save* (kecenderungan tambahan tabungan marginal).

Angka pengganda adalah suatu angka yang menunjukkan rasio antara perubahan pendapatan nasional dengan perubahan salah satu variabel yang membentuknya. Variabel penyebab berubahnya pendapatan nasional adalah pengeluaran pemerintah, investasi, pajak dan pembayaran transfer.

$$dY = 1/(1-b) dI \text{ atau } dY/dI = 1/(1-b)$$

$$dY/dI = 1/(1-b) > 1; \text{ karena } 0 < b < 1$$

Contoh 7: Hitunglah multiplier statis dan dinamis jika diketahui MPC = 0,5?

Multiplier statis adalah $1/1-b = 1/1-0,5 = 2$

Multiplier dinamis empat priode $1 + b + b^2 + b^3 = 1 + 0,5 + (0,5)^2 + (0,5)^3 = 1,875$

Daftar Pustaka

- A. Samuelson. Paul dan William D. Nordhaus. (2004). *Pengantar Teori Ekonomi* Edisi II. Jakarta: Erlangga.
- Eeng Ahman. (2007). *Membina Kompetensi Ekonomi*. Bandung: Grafindo Media Pratama.
- Eugene A. Diulio. (1994). *Teori Makro Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Iskandar Putong. (2015). *Pengantar Ekonomi Makro*. Bekasi: Mitra Wacana Media.
- Muana Nanga. (2001). *Makro Ekonomi (Teori, Masalah dan Kebijakan)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sadono Sukirno. (2000). *Makro Ekonomi Modern*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soelistyo. (1994). *Teori Makro Ekonomi*. Jakarta: Karunika.
- Yanuar. (2018). *Ekonomi Makro Suatu Analisis Konteks Indonesia*. Jakarta: PT Pustaka Mandiri.

TENTANG PENULIS



Dwi Gemina, S.E., M.Si.

Penulis berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Djuanda. Penulis menyelesaikan pendidikan S-1 (Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan) di Universitas Hasanuddin Makassar Tahun 1996. Penulis melanjutkan pendidikan S-2 (Ilmu Ekonomi) di Universitas Padjadjaran Bandung Tahun 2001. Saat ini penulis bekerja sebagai dosen tetap pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Djuanda. Penulis memiliki kepakaran dalam bidang manajemen dan aktif menulis berbagai buku. Beberapa tulisan telah dihasilkan dalam bentuk jurnal nasional yang terakreditasi dan jurnal internasional bereputasi. Selain itu, penulis juga aktif bidang riset dan mengembangkan manajemen dan *entrepreneurship*.



TEORI KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM

Abdul Kohar, S.Pd., M.Pd.

STIE Ganesha

Latar Belakang

Ekonomi Islam mendefinisikan konsumsi sebagai salah satu konsep fundamental, yang menjadi ciri khas dari sistem ekonomi Islam dari ekonomi konvensional. Pada dasarnya, konsumsi adalah aktivitas yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia sebab berkaitan langsung terhadap pemenuhan kebutuhan. Dalam perspektif ekonomi konvensional, konsumsi sering kali diartikan sebagai upaya untuk memaksimalkan utilitas atau kepuasan individu, di mana perilaku konsumen ditentukan oleh preferensi dan pendapatan mereka. Namun, pendekatan ini sering kali mengabaikan aspek moral dan sosial, serta dapat mendorong perilaku konsumtif yang tidak bertanggung jawab, seperti pemborosan serta eksploitasi sumber daya alam tanpa batas.

Islam menilai, konsumsi memiliki dimensi luas dan mendalam, yang tidak hanya mempertimbangkan kesejahteraan material tetapi juga kesejahteraan spiritual dan sosial. Prinsip-prinsip dasar syariah, seperti keadilan (*al-adl*), keseimbangan (*al-tawazun*), dan keberlanjutan (*al-istidam*), menjadi landasan utama dalam mengatur perilaku konsumsi. Konsumsi dalam Islam diatur dengan norma-norma yang bertujuan untuk menghindari israf (pemborosan) dan *tabdzir* (penghamburan harta), serta mendorong perilaku konsumsi yang moderat dan bertanggung jawab. Ini sesuai dengan norma Islam yang menempatkan harta benda merupakan amanah Allah SWT, yang harus digunakan sebaik baiknya untuk kemaslahatan ummat dan lingkungan.

Teori konsumsi dalam ekonomi Islam juga menekankan pada pentingnya niat dan tujuan konsumsi. Setiap tindakan konsumsi seharusnya dilakukan dengan niat yang baik, yakni untuk memenuhi kebutuhan yang mendukung keberlangsungan hidup dan kebahagiaan di dunia dan akhirat. Konsumsi yang berlebihan, meskipun tidak melanggar hukum syariah, dianggap tidak sesuai dengan etika Islam jika tujuannya semata-mata untuk kesenangan atau kemewahan pribadi, tanpa memperhatikan dampaknya terhadap orang lain dan lingkungan.

Dalam konteks global saat ini, di mana isu-isu seperti krisis lingkungan, ketimpangan ekonomi, dan budaya konsumtif semakin meningkat, teori konsumsi dalam ekonomi Islam menawarkan alternatif yang relevan dan solutif. Dengan menempatkan nilai-nilai spiritual dan moral di pusat aktivitas ekonomi, teori ini berupaya menciptakan keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan individu dan tanggung jawab sosial, serta menjaga keberlanjutan sumber daya alam. Oleh karena itu, studi dan pemahaman yang mendalam mengenai teori konsumsi dalam ekonomi Islam sangat penting bagi upaya menciptakan masyarakat yang adil, sejahtera, dan berkelanjutan.

Tujuan Teori Konsumsi dalam Ekonomi Islam

Keseimbangan atau *mizan* merupakan prinsip utama dalam Islam, termasuk dalam konsumsi. Teori konsumsi Islam bertujuan untuk memastikan individu dan masyarakat menyeimbangkan kebutuhan fisik dan spiritual. Konsumsi harus memperhatikan tidak hanya kebutuhan fisik, tetapi juga dampak pada kesehatan rohani dan moral.

1. Mencapai Keseimbangan Hidup (*Mizan*)
 - a. Keseimbangan Individu: Setiap individu harus mengelola konsumsi sedemikian rupa sehingga kebutuhan dasar terpenuhi, tanpa berlebihan. Ini mencakup pemenuhan makanan, pakaian, dan tempat tinggal yang layak, sambil tetap menjaga keseimbangan waktu dan perhatian terhadap ibadah dan kegiatan sosial.

- b. Keseimbangan Sosial: Konsumsi juga harus memperhatikan kebutuhan orang lain di masyarakat, terutama yang kurang mampu. Dalam Islam, ada kewajiban untuk membantu mereka melalui zakat, infaq, dan sedekah, sehingga tercipta keseimbangan sosial yang adil.
2. Mendorong Pemanfaatan Sumber Daya yang Bijaksana
- Teori konsumsi dalam Islam menekankan pentingnya penggunaan sumber daya secara efisien dan bijaksana, serta menghindari pemborosan (*israf*) dan penghamburan (*tabdzir*).
- a. Efisiensi dalam Konsumsi Pribadi: Muslim dianjurkan untuk hanya membeli dan menggunakan apa yang benar-benar dibutuhkan. Misalnya, dalam hal makanan, Muslim diajarkan untuk makan secukupnya dan menghindari membuang-buang makanan.
 - b. Efisiensi dalam Pengelolaan Kekayaan: Islam mengajarkan bahwa kekayaan adalah amanah dari Allah, dan oleh karena itu harus dikelola dengan bijak. Menginvestasikan harta dalam usaha yang halal dan bermanfaat bagi umat adalah bagian dari konsumsi yang efisien.
 - c. Penghematan Energi dan Sumber Daya Alam: Konsumsi dalam Islam juga harus mempertimbangkan kelestarian lingkungan. Memanfaatkan energi dengan bijak, mengurangi sisa produksi, dan memilih produk yang mendukung lingkungan adalah bagian dari tanggung jawab seorang Muslim terhadap ciptaan Allah.
3. Memenuhi Kebutuhan Dasar dan Menghindari Hedonisme
- Islam mengajarkan bahwa konsumsi harus diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dasar yang diperlukan untuk hidup yang layak. Gaya hidup hedonistik yang menekankan kemewahan dan kesenangan duniawi dianggap tidak sejalan dengan ajaran Islam. Ada beberapa aspek yang diperhatikan dalam hal ini.
- a. Pemenuhan Kebutuhan Dasar: Teori konsumsi dalam Islam memastikan bahwa kebutuhan pokok seperti pangan, pakaian, tempat tinggal, dan pendidikan menjadi prioritas,

mengalokasikan dana untuk hal-hal yang bersifat berlebihan tidak baik.

- b. Menghindari Gaya Hidup Hedonis: Islam menganjurkan untuk hidup sederhana dan tidak tergoa oleh konsumerisme yang berlebihan. Pembelian barang-barang mewah yang tidak dibutuhkan, hanya untuk tujuan pamer atau prestise, dianggap sebagai tindakan yang tidak bermoral dan tidak sesuai dengan prinsip Islam.
 - c. Konsumsi Berdasarkan Kebutuhan, bukan Keinginan: Islam mendorong individu untuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Keputusan konsumsi harus didasarkan pada kebutuhan yang nyata, bukan dorongan emosional atau sosial untuk memiliki barang-barang yang tidak esensial.
4. Memperkuat Solidaritas Sosial dan Mewujudkan Keadilan Ekonomi

Salah satu tujuan utama teori konsumsi dalam Islam adalah memperkuat solidaritas sosial dan mewujudkan keadilan ekonomi. Konsumsi dalam Islam bukan hanya tentang individu, tetapi juga tentang bagaimana tindakan konsumsi dapat berdampak positif pada masyarakat secara keseluruhan.

- a. Redistribusi Kekayaan melalui Zakat, Infaq, dan Sedekah: Konsumsi dalam Islam termasuk pemberian zakat, infaq, dan sedekah kepada yang membutuhkan. Ini adalah mekanisme untuk redistribusi kekayaan, sehingga mengurangi kesenjangan sosial dan ekonomi.
- b. Mendorong Konsumsi yang Menyokong Kesejahteraan Umat: Muslim didorong untuk mengonsumsi produk dan jasa yang bermanfaat bagi umat. Misalnya, mendukung usaha kecil atau produk halal dari produsen lokal adalah cara untuk memperkuat ekonomi umat Islam secara keseluruhan.
- c. Menghindari Konsumsi yang Eksploitatif: Konsumsi yang didasarkan pada eksploitasi atau yang merugikan pihak lainnya, seperti barang yang diproduksi dengan cara tidak adil atau melibatkan riba, harus dihindari.

5. Membangun Ekonomi yang Berkelanjutan dan Ramah Lingkungan

Islam menekankan pentingnya menjaga amanah Allah berupa alam dan lingkungan dengan cara mengonsumsi sumber daya alam secara bijak dan tidak merusak.

- a. Konsumsi yang Memperhatikan Kelestarian Lingkungan: Muslim dianjurkan untuk mengonsumsi barang-barang yang diproduksi secara berkelanjutan dan ramah lingkungan. Mengurangi penggunaan plastik, memilih produk organik, dan mendukung praktik bisnis yang etis adalah contoh konkret dari konsumsi yang berkelanjutan.
 - b. Menjaga Kelestarian Sumber Daya untuk Generasi Mendatang: Islam mengajarkan bahwa sumber daya alam adalah amanah yang harus dijaga, sebagai persediaan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, konsumsi yang merusak lingkungan atau menghabiskan sumber daya alam secara berlebihan adalah tindakan yang tidak bertanggung jawab dalam Islam.
- ## 6. Memperkuat Akhlak dan Etika dalam Konsumsi
- Konsumsi dalam Islam selalu terkait dengan etika dan moral. Teori konsumsi Islam bertujuan untuk memastikan bahwa setiap tindakan konsumsi dilakukan dengan mempertimbangkan nilai-nilai akhlak yang tinggi.
- a. Konsumsi yang Dilandasi dengan Niat yang Baik: Dalam Islam, niat merupakan faktor penting dalam setiap tindakan, termasuk konsumsi. Konsumsi harus dilakukan dengan niat yang benar, seperti untuk menjaga kesehatan, mendukung keluarga, atau berkontribusi kepada masyarakat.
 - b. Menghindari Konsumsi yang Haram dan *Syubhat*: Muslim wajib menghindari barang-barang yang haram dan *syubhat* (diragukan status kehalalannya). Konsumsi yang sesuai dengan syariah memastikan bahwa individu tetap berada di jalan yang diridhai Allah.
 - c. Konsumsi sebagai Ibadah: Dalam Islam, konsumsi bukan hanya aktivitas duniawi tetapi juga bisa tetapi juga dijadikan

sebagai aktivitas ibadah. Dengan demikian, setiap tindakan konsumsi memiliki dimensi spiritual yang harus diperhatikan.

Landasan Prinsip Prinsip Teori Konsumsi dalam Ekonomi Islam

1. Prinsip Tauhid (Keimanan kepada Allah)
Konsumsi bukan hanya sekadar pemenuhan kebutuhan duniawi, melainkan sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah. Prinsip ini menuntut konsumen untuk memilih barang dan jasa yang halal (diperbolehkan) dan *thayyib* (baik) serta menjauhi yang haram (dilarang).
2. Prinsip ~~Keadilan~~ Keadilan (‘
Prinsip keadilan dalam konsumsi menekankan pentingnya keseimbangan dan proporsionalitas dalam menggunakan sumber daya. Konsumen Muslim diharapkan menghindari israf (pemborosan) dan *tabdzir* (penghamburan), serta berusaha memenuhi kebutuhan tanpa melampaui batas. Keadilan juga berarti memberikan perhatian pada hak-hak orang lain, seperti tidak memonopoli atau menimbun barang yang dapat merugikan masyarakat luas.
3. Prinsip Keseimbangan (*I’tidal*)
Keseimbangan adalah landasan penting dalam teori konsumsi Islam. Keseimbangan ini mencakup berbagai aspek, seperti keseimbangan antara kebutuhan materi dan spiritual, antara konsumsi untuk individu dan masyarakat, serta antara di dunia dan persiapan untuk akhirat. Konsumsi yang berlebihan dalam satu aspek sementara mengabaikan aspek lainnya dianggap bertentangan dengan ajaran Islam.
4. Prinsip Maslahah (Kemaslahatan)
Konsumsi dalam Islam harus didasarkan pada tujuan kemaslahatan, yaitu menciptakan kemanfaatan dan menghindari kerugian baik bagi individu maupun masyarakat. Prinsip ini mengarahkan konsumen untuk memilih produk dan jasa demi keuntungan saja namun memberikan dampak positif bagi orang lain. Sebagai contoh, seorang Muslim didorong untuk membeli

produk dari produsen yang menerapkan praktik bisnis yang adil dan etis, serta menghindari barang yang diproduksi melalui eksploitasi atau merusak lingkungan.

5. Prinsip *Zuhud* (Sederhana)

Prinsip *zuhud* dalam konsumsi mengajarkan kesederhanaan dan penghindaran dari sifat tamak atau rakus. Konsumen Muslim diharapkan untuk tidak terikat pada kemewahan dan berusaha hidup dengan sederhana, memprioritaskan kebutuhan pokok daripada keinginan yang bersifat duniawi. Prinsip ini juga berkaitan dengan pengendalian diri dari keinginan untuk mengonsumsi secara berlebihan dan tidak diperlukan.

6. Prinsip Syukur dan *Qana'ah* (Rasa Syukur dan Kepuasan)

Teori konsumsi dalam Islam juga mengajarkan pentingnya rasa syukur (*syukur*) dan kepuasan (*qana'ah*) atas rezeki yang diberikan oleh Allah. Prinsip ini mendorong individu untuk untuk bersyukur tidak selalu merasa kurang atau ingin lebih. Dengan bersyukur, seorang Muslim akan lebih bijak, ketika memanfaatkan sumber daya yang ada, serta lebih peka terhadap kebutuhan orang lain.

7. Prinsip Tanggung Jawab Sosial (*Fardhu Kifayah*)

Dalam ekonomi Islam, konsumsi tidak hanya dilihat dari sudut pandang individu tetapi juga dari sudut pandang sosial. Prinsip ini, mengajarkan bahwa setiap Muslim memiliki tanggung jawab sosial dalam setiap tindakan konsumsi. Ini berarti bahwa keputusan konsumsi harus mempertimbangkan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan. Konsumen Muslim didorong untuk menyisihkan sebagian dari pendapatan atau harta mereka untuk membantu orang lain, melalui zakat, sedekah, dan amal jariyah.

8. Prinsip Perlindungan terhadap Lingkungan (*Hifz al-Bi'ah*)

Islam menekankan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan sebagai bagian dari tanggung jawab yang diamanahkan oleh Allah kepada manusia. Prinsip konsumsi ini, menunjukkan bahwa memilih produk yang ramah lingkungan dan menghindari penggunaan sumber daya secara berlebihan yang dapat merusak

ekosistem. Prinsip ini mendorong pola konsumsi yang berkelanjutan.

9. Prinsip Pemenuhan Kebutuhan Dasar (Hajat Asliyah)

Islam memberikan prioritas pada pemenuhan kebutuhan esensial seperti makanan, pakaian, tempat tinggal, dan perawatan kesehatan. Prinsip ini menekankan bahwa konsumsi harus difokuskan pada pemenuhan kebutuhan dasar yang diperlukan untuk mempertahankan kehidupan yang layak dan bermartabat. Konsumen Muslim diingatkan untuk tidak mengorbankan kebutuhan dasar ini demi kemewahan atau gaya hidup yang berlebihan.

10. Prinsip Konsumsi Halal dan Thayyib

Konsep halal dan thayyib mencakup dua bagian penting dalam konsumsi menurut ajaran Islam. Halal berarti bahwa barang atau jasa yang dikonsumsi harus sesuai dengan hukum syariah, sedangkan thayyib menekankan kualitas dan kebaikan barang tersebut. Prinsip ini menuntut agar setiap Muslim memastikan bahwa apa yang mereka konsumsi, tidak hanya diperbolehkan secara agama, tetapi juga baik dari segi kualitas dan tidak membahayakan kesehatan.

Implementasi Konsumsi Ekonomi Islam

1. Tujuan Konsumsi Ekonomi Islam

Teori konsumsi ekonomi Islam bertujuan untuk mengarahkan perilaku konsumsi individu dan masyarakat agar sejalan dengan nilai-nilai Islam. Konsumsi dalam pandangan Islam bukan hanya sekadar pemenuhan kebutuhan material, tetapi juga harus mempertimbangkan aspek spiritual, sosial, dan lingkungan. Tujuan utamanya adalah mencapai keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan persiapan untuk kehidupan akhirat, serta memastikan distribusi kekayaan yang adil dan mencegah perilaku boros atau konsumsi yang berlebihan.

2. Landasan Prinsip-Prinsip

Teori konsumsi dalam ekonomi Islam didasarkan pada beberapa prinsip utama:

- a. Keseimbangan (*Mizan*): Islam mengajarkan keseimbangan dalam konsumsi, di mana kebutuhan duniawi dipenuhi tanpa mengabaikan kebutuhan spiritual. Ini berarti umat Islam harus menghindari ekstrem, baik dalam berhemat maupun dalam berlebihan.
- b. Keadilan (*Adl*): Konsumsi harus dilakukan dengan mempertimbangkan keadilan sosial. Hal ini berarti distribusi sumber daya harus adil, tidak hanya berdampak pada individu, tetapi juga pada masyarakat luas
- c. Kepedulian Sosial (*Maslahah*): Konsumsi dalam Islam harus mempertimbangkan kesejahteraan sosial. Konsumsi yang berlebihan mengakibatkan kerugian pada orang lain baik secara langsung maupun tidak langsung.
- d. Larangan terhadap *Israf* (Pemborosan) dan *Tabdzir* (Mengahamburkan Uang): Al-Qur'an secara tegas melarang pemborosan dan penghamburan uang. Umat Islam dianjurkan untuk menggunakan sumber daya dengan bijaksana dan hanya untuk tujuan yang sah.
- e. Konsumsi Halal dan *Thayyib*: Islam mewajibkan konsumsi barang dan jasa yang halal (diperbolehkan secara syariah) dan *thayyib* (baik dan bermanfaat).

Penerapan dalam Kehidupan Sehari-hari

1. Konsumsi secara Bertanggung Jawab: Individu Muslim didorong untuk membuat keputusan konsumsi yang bertanggung jawab dengan memperhatikan kebutuhan, bukan sekadar keinginan. Ini berarti membeli barang-barang yang diperlukan dan bermanfaat serta menghindari pembelian yang hanya didorong oleh dorongan sesaat.
2. Pengeluaran yang Seimbang: Pengeluaran harus disesuaikan dengan pendapatan, memastikan bahwa tidak ada pemborosan. Misalnya, seseorang dianjurkan untuk menabung sebagian dari pendapatannya, menghabiskan sebagian untuk kebutuhan dasar, dan menyisihkan sebagian lainnya untuk kegiatan amal (zakat, infaq, dan sedekah).

3. Investasi dalam Amal: Dalam Islam, konsumsi tidak hanya terbatas pada barang dan jasa untuk diri sendiri, tetapi juga termasuk investasi dalam amal yang bermanfaat bagi orang lain. Ini bisa berupa sumbangan kepada yang membutuhkan, atau mendukung proyek-proyek yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
4. Menghindari Utang yang tidak Diperlukan: Islam menganjurkan untuk menghindari utang yang tidak diperlukan, terutama jika utang tersebut hanya untuk memenuhi gaya hidup mewah yang tidak sejalan dengan prinsip kesederhanaan.
5. Pemberdayaan Ekonomi melalui Konsumsi Lokal: Mengutamakan produk-produk lokal yang halal dan *thayyib*, tidak hanya mendukung perekonomian lokal tetapi juga memastikan bahwa konsumsi tersebut, sejalan dengan prinsip Islam.
6. Hambatan Implementasi Konsumsi Ekonomi Islam
Implementasi konsumsi ekonomi Islam, menghadapi sejumlah hambatan yang dapat memengaruhi seberapa efektif prinsip-prinsip Islam diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Hambatan-hambatan ini bisa berasal dari aspek sosial, ekonomi, budaya, maupun individu. Berikut adalah penjelasan rinci mengenai hambatan-hambatan tersebut.
 - a. Pengaruh Konsumerisme dan Materialisme
 - 1) Globalisasi dan Budaya Barat
Globalisasi telah memperluas pengaruh budaya Barat, yang cenderung mendorong gaya hidup konsumtif dan materialistik. Konsumerisme yang ditampilkan melalui media massa, iklan, dan media sosial sering kali menekankan kepemilikan barang-barang mewah dan gaya hidup glamor sebagai ukuran kesuksesan. Hal ini bertentangan dengan prinsip moderasi dan keseimbangan dalam konsumsi yang diajarkan oleh Islam.

- 2) Tekanan Sosial

Masyarakat sering kali mendorong individu untuk mengikuti tren konsumsi yang tidak sejalan dengan nilai-nilai Islam. Tekanan sosial untuk mengikuti gaya hidup mewah atau untuk memenuhi standar tertentu dapat menyebabkan orang mengabaikan prinsip-prinsip moderasi, menghabiskan lebih banyak dari yang diperlukan, dan terlibat dalam perilaku konsumsi yang tidak sehat.
- b. Kurangnya Kesadaran dan Pemahaman tentang Ekonomi Islam
 - 1) Pendidikan dan Pengetahuan

Banyak orang, termasuk umat Islam, mungkin belum sepenuhnya memahami prinsip-prinsip konsumsi dalam ekonomi Islam. Kurangnya pendidikan formal tentang ekonomi Islam, baik di sekolah maupun di universitas, menyebabkan kurangnya pemahaman tentang pentingnya konsumsi halal, *thayyib*, moderasi, dan keseimbangan. Akibatnya, banyak orang cenderung mengikuti pola konsumsi yang dipengaruhi oleh kebiasaan atau lingkungan mereka, daripada berdasarkan prinsip-prinsip Islam.
 - 2) Keterbatasan Sumber Daya

Kurangnya akses terhadap literatur atau sumber daya yang membahas ekonomi Islam secara mendalam juga bisa menjadi hambatan. Banyak umat Islam mungkin tidak memiliki akses yang cukup untuk mempelajari lebih lanjut tentang bagaimana menerapkan teori konsumsi dalam kehidupan sehari-hari, baik karena keterbatasan finansial, geografis, atau teknologi.
- c. Ketimpangan Ekonomi dan Distribusi Kekayaan
 - 1) Ketidakmerataan Pendapatan

Salah satu hambatan utama dalam implementasi teori konsumsi dalam ekonomi Islam adalah ketimpangan pendapatan dan distribusi kekayaan yang tidak merata di

banyak negara Muslim. Ketika ada kelompok yang sangat kaya sementara kelompok lain hidup dalam kemiskinan, prinsip keadilan dalam konsumsi sulit diterapkan. Orang-orang yang hidup dalam kemiskinan, mungkin terpaksa mengorbankan prinsip konsumsi yang halal dan *thayyib* karena keterbatasan sumber daya.

2) Keterbatasan Akses terhadap Barang Halal

Di beberapa daerah, terutama di negara-negara berkembang, akses terhadap barang dan jasa yang halal dan *thayyib* mungkin terbatas. Keterbatasan ini dapat disebabkan oleh kurangnya infrastruktur, regulasi yang lemah, atau dominasi produk impor yang tidak sesuai dengan standar halal. Ini menyulitkan umat Islam untuk menerapkan prinsip-prinsip konsumsi yang sesuai dengan syariah.

d. Perubahan Sosial dan Gaya Hidup

1) Urbanisasi dan Individualisme:

Urbanisasi yang pesat, telah mengubah pola konsumsi di banyak negara Muslim. Di kota-kota besar, gaya hidup individualistis dan keinginan untuk memenuhi kebutuhan pribadi sering kali mengalahkan prinsip kebersamaan dan kesejahteraan umum yang dianjurkan oleh Islam. Ini mengarah pada perilaku konsumsi yang lebih berfokus pada kepuasan diri sendiri daripada kesejahteraan sosial.

2) Perubahan dalam Dinamika Keluarga

Perubahan dalam dinamika keluarga, seperti meningkatnya jumlah keluarga kecil atau rumah tangga dengan orang tua tunggal, juga memengaruhi pola konsumsi. Dengan kurangnya dukungan sosial yang kuat, individu mungkin lebih rentan terhadap pengaruh konsumerisme dan mungkin kurang memperhatikan prinsip-prinsip konsumsi yang diajarkan dalam Islam.

- e. Kurangnya Dukungan dari Institusi Keuangan dan Pasar
- 1) Peran Perbankan Syariah yang Terbatas
Meskipun perbankan syariah telah berkembang, banyak umat Islam masih bergantung pada sistem perbankan konvensional yang tidak selalu mendukung prinsip-prinsip ekonomi Islam. Misalnya, akses terhadap pembiayaan yang sesuai dengan syariah mungkin terbatas, sehingga menyulitkan umat Islam untuk menjalani konsumsi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.
 - 2) Pasar yang tidak Responsif terhadap Kebutuhan Muslim:
Di beberapa negara, pasar mungkin tidak sepenuhnya responsif terhadap kebutuhan konsumen Muslim. Misalnya, kurangnya produk yang bersertifikat halal, harga yang lebih tinggi untuk barang-barang halal, atau kurangnya layanan yang memenuhi kebutuhan spiritual Muslim dapat menjadi hambatan bagi implementasi teori konsumsi dalam ekonomi Islam.

Solusi bagi Hambatan Implementasi Konsumsi Ekonomi Islam

1. Meningkatkan Kesadaran Pemahaman tentang Konsumsi
 - a. Pendidikan dan Kurikulum Ekonomi Islam:
Salah satu langkah penting adalah memperkuat pendidikan ekonomi Islam sejak dini, baik di Lembaga Pendidikan. Kurikulum yang lebih inklusif tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam, termasuk konsumsi yang halal dan *thayyib*, penting untuk membentuk pemahaman yang kuat di kalangan generasi muda. Seminar, *workshop*, dan pelatihan untuk masyarakat umum juga dapat membantu meningkatkan kesadaran tentang pentingnya menerapkan teori konsumsi dalam kehidupan sehari-hari.
 - b. Peningkatan Akses terhadap Sumber Daya dan Informasi
Penyediaan akses yang lebih luas terhadap literatur, buku, dan sumber daya *online* yang membahas ekonomi Islam adalah langkah penting. Perpustakaan, situs web, dan

platform pendidikan *online* harus menyediakan konten yang mudah diakses oleh masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan mereka tentang bagaimana menerapkan teori konsumsi dalam kehidupan sehari-hari.

2. Penguatan Peran Lembaga Keuangan Syariah

a. Pengembangan Produk Keuangan Syariah

Lembaga keuangan syariah perlu mengembangkan lebih banyak alternatif yang sesuai dengan prinsip-prinsip konsumsi, termasuk kredit mikro syariah, tabungan halal, dan investasi syariah. Produk-produk ini, harus dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat Muslim sambil memastikan kepatuhan terhadap syariah.

b. Meningkatkan Jangkauan dan Aksesibilitas

Lembaga keuangan syariah harus berupaya meningkatkan jangkauan dan aksesibilitas layanan mereka, terutama di daerah-daerah yang belum terjangkau. Ini termasuk membuka lebih banyak cabang di daerah pedesaan, memperluas layanan digital, dan memastikan bahwa semua umat Islam memiliki akses yang mudah ke produk-produk keuangan syariah.

3. Membangun Infrastruktur dan Regulasi yang Mendukung

a. Penegakan Sertifikasi Halal

Pemerintah dan lembaga terkait harus memperkuat regulasi dan penegakan hukum terkait sertifikasi halal. Sertifikasi halal harus dipantau dan diaudit secara ketat, untuk menjamin bahwa produk yang dipasarkan sepenuhnya, sesuai dengan standar yang ditetapkan halal dan *thayyib*. Selain itu, kampanye untuk meningkatkan kesadaran konsumen, tentang pentingnya memilih produk bersertifikat halal perlu ditingkatkan.

b. Pengembangan Pasar yang Responsif

Pasar perlu disesuaikan untuk lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen Muslim. Ini termasuk memastikan ketersediaan produk halal yang lebih luas, serta mengembangkan pasar yang mendukung konsumsi

berkelanjutan dan etis. Pasar yang dikelola sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dapat membantu menciptakan lingkungan yang lebih kondusif bagi penerapan teori konsumsi dalam ekonomi Islam.

4. Mengatasi Ketimpangan Ekonomi dan Distribusi Kekayaan
 - a. Pemberdayaan Ekonomi bagi Kaum Dhuafa
Pemberdayaan ekonomi bagi kaum dhuafa dan masyarakat berpenghasilan rendah adalah langkah penting untuk mengatasi ketimpangan ekonomi. Program-program seperti zakat, infaq, sedekah, dan wakaf harus dioptimalkan untuk membantu masyarakat yang kurang mampu mengakses kebutuhan dasar mereka. Selain itu, program pelatihan dan pemberdayaan ekonomi dapat membantu meningkatkan keterampilan dan pendapatan masyarakat yang kurang beruntung.
 - b. Peningkatan Akses terhadap Kebutuhan Dasar
Pemerintah dan organisasi non-pemerintah perlu bekerja sama untuk memastikan bahwa semua lapisan masyarakat memiliki akses terhadap kebutuhan dasar halal juga *thayyib*. Ini termasuk meningkatkan infrastruktur, memperbaiki distribusi makanan dan barang kebutuhan pokok, serta memastikan bahwa produk halal, tersedia dengan harga yang terjangkau di seluruh wilayah.
 - c. Pengembangan Ekonomi Mikro
Pengembangan ekonomi mikro melalui program seperti kredit mikro syariah, koperasi syariah, dan usaha kecil menengah, dapat membantu mendistribusikan kekayaan secara lebih merata. Ini memungkinkan lebih banyak orang untuk memulai usaha sendiri dan meningkatkan pendapatan mereka, yang pada akhirnya dapat membantu mengurangi ketimpangan ekonomi.
5. Penguatan Etika dan Akuntabilitas dalam Ekonomi
 - a. Keterbukaan dan Pertanggungjawaban
Peningkatan keterbukaan dan pertanggungjawaban adalah kunci untuk memberantas korupsi dan penyalahgunaan

kekuasaan, yang menghambat implementasi teori konsumsi dalam ekonomi Islam. Perusahaan perlu diatur dengan ketat untuk memastikan bahwa mereka beroperasi, sesuai dengan prinsip syariah dan tidak merugikan konsumen.

b. Penguatan Peran Ulama dan Cendekiawan

Ulama dan cendekiawan Islam memiliki peran penting dalam mengarahkan umat Islam untuk menjalani hidup, sesuai dengan ajaran Islam, termasuk dalam aspek konsumsi. Mereka dapat memberikan bimbingan, fatwa, dan nasihat yang membantu umat Islam menerapkan norma norma konsumsi ekonomi Islam.

Kesimpulan

Teori konsumsi dalam ekonomi Islam menekankan prinsip keseimbangan, keadilan, dan tanggung jawab dalam penggunaan sumber daya, dengan fokus pada konsumsi barang yang halal dan thayyib. Teori ini mengajarkan umat Islam untuk menghindari perilaku konsumtif berlebihan, menjaga keberlanjutan lingkungan, serta memastikan bahwa konsumsi mereka merupakan bagian dari ibadah. Melalui penerapan prinsip-prinsip ini, ekonomi Islam bertujuan menciptakan kesejahteraan yang holistik dan berkelanjutan bagi individu dan komunitas.

Daftar Pustaka

- Abdullah, M. (2021). *Ekonomi Islam dan Konsumsi Halal: Prinsip dan Penerapannya*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Ahmad, R. (2022). *Prinsip-prinsip Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. Bandung: Penerbit Mizan.
- Aziz, F. (2021). *Implementasi Teori Konsumsi dalam Ekonomi Islam di Indonesia*. Surabaya: Airlangga University Press.
- E, Pribawa Pantas, S.E.Sy., M.E.K. (2021). *Dasar Dasar Mikro Ekonomi Islam*. Yogyakarta: UAD Press.
- Fadli, M. (2023). *Hambatan dan Solusi Konsumsi dalam Ekonomi Syariah*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

- Hakim, L. (2020). *Konsumsi dalam Ekonomi Islam: Konsep dan Realitas*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Iqbal, Z. (2023). *Konsumsi dan Kesejahteraan dalam Ekonomi Islam*. Depok: UI Press.
- Lathif, A. (2020). *Konsumsi Berkelanjutan dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Mahmud, Y. (2022). *Prinsip Konsumsi Halal dalam Ekonomi Syariah*. Jakarta: Prenada Media.
- Rahman, A. (2023). *Landasan Teoritis dan Praktis Konsumsi dalam Islam*. Medan: USU Press.
- Ridwan, M. (2022). *Konsumsi dan Etika dalam Ekonomi Islam*. Semarang: Unnes Press.
- Satria, T. (2020). *Teori Konsumsi dan Kebijakan Ekonomi Islam*. Jakarta: Pustaka Obor.
- Setiawan, D. (2021). *Pengaruh Konsumsi Syariah terhadap Kesejahteraan Umat*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Sulaiman, H. (2022). *Konsumsi dalam Perspektif Maqasid al-Shariah*. Yogyakarta: LKiS.
- Supriyadi, B. (2023). *Teori dan Aplikasi Konsumsi dalam Ekonomi Islam*. Surakarta: UNS Press.
- Wahid, M. (2021). *Prinsip Konsumsi Syariah dan Tantangannya*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Zainuddin, M. (2022). *Konsumsi dan Keseimbangan Ekonomi dalam Islam*. Pekanbaru: Riau University Press.

TENTANG PENULIS



Abdul Kohar, S.Pd., M.Pd.

Lahir di Pemalang pada tanggal 6 April 1968. Penulis menyelesaikan pendidikan S-1 di Universitas Negeri Jakarta atau IKIP Negeri Jakarta pada tahun 1996, kemudian melanjutkan pendidikan di Universitas PGRI Adi Buana pada tahun 2007. Abdul Kohar telah aktif dalam dunia pendidikan sejak tahun 1996 dan menjadi pendidik secara penuh sejak tahun 2005. Selama karier mengajarnya, penulis pernah mengajar di berbagai institusi, termasuk SDI Al Syukro, SMP SMK Tirtayasa, dan MTs MA Khasanah Kebajikan. Di samping pengalamannya sebagai pendidik, Abdul Kohar juga telah menjabat sebagai Kepala Sekolah di SMP Al Matin. Saat ini, beliau aktif sebagai dosen di STIE Ganesha dan merangkap sebagai kepala bagian kemahasiswaan. Mata kuliah tetap yang diampunya, meliputi Bahasa Indonesia, Prilaku Organisasi, Ilmu Sosial Budaya Dasar, Kewirausahaan, dan Komunikasi Bisnis. Dengan pengalaman serta dedikasinya dalam pendidikan dan pengembangan kemahasiswaan, Abdul Kohar terus berperan aktif dalam membentuk generasi muda yang kompeten dan berkualitas. *E-mail*: abdulkohar0668@gmail.com /abdulkohar@gmailstieganasha.ac.id



PEMBANGUNAN EKONOMI DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

Dr. Rahmat Laan, M.M.

Universitas Muhammadiyah Kupang

Pendahuluan

Pembangunan ekonomi merupakan proses peningkatan kapasitas produktif suatu negara untuk menghasilkan barang dan jasa, yang ditandai oleh pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan peningkatan standar hidup masyarakat. Konsep ini, melibatkan perubahan struktural dalam ekonomi, seperti peningkatan produktivitas sektor-sektor utama, investasi dalam infrastruktur, dan peningkatan sumber daya manusia melalui pendidikan dan kesehatan.

Selain itu, pembangunan ekonomi juga mencakup perbaikan distribusi pendapatan dan penciptaan peluang yang lebih merata untuk partisipasi ekonomi bagi seluruh lapisan masyarakat. Menurut Todaro dan Smith (2020), pembangunan ekonomi tidak hanya terkait dengan peningkatan *output* ekonomi, tetapi juga dengan pengurangan kemiskinan, peningkatan kesejahteraan sosial, dan perbaikan kualitas hidup masyarakat secara keseluruhan.

Pemberdayaan masyarakat adalah proses di mana individu atau kelompok masyarakat, terutama yang terpinggirkan, memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan sumber daya untuk meningkatkan kendali atas kehidupan mereka dan berpartisipasi lebih aktif dalam pengambilan keputusan yang memengaruhi mereka. Proses ini melibatkan peningkatan akses terhadap pendidikan, pelatihan,

sumber daya ekonomi, dan informasi yang memungkinkan masyarakat menjadi lebih mandiri dan berdaya saing.

Pemberdayaan masyarakat sering dikaitkan dengan upaya pengentasan kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan sosial. Sebagai contoh, menurut Alsop et al. (2020), pemberdayaan masyarakat mencakup dimensi politik, sosial, dan ekonomi, di mana masyarakat didorong untuk terlibat aktif dalam menentukan nasib mereka sendiri, baik melalui pengembangan usaha kecil maupun peningkatan keterampilan kerja.

Pembangunan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat saling terkait erat, di mana pemberdayaan masyarakat berfungsi sebagai elemen kunci dalam mencapai pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif. Ketika masyarakat diberdayakan, mereka menjadi agen perubahan dalam proses pembangunan, memiliki kapasitas untuk berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi melalui kewirausahaan, inovasi, dan peningkatan produktivitas. Di sisi lain, pembangunan ekonomi yang inklusif memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk memperoleh pendidikan, layanan kesehatan, dan peluang ekonomi, yang pada gilirannya memperkuat pemberdayaan masyarakat.

Keterkaitan ini dapat dilihat dalam program-program pembangunan yang berfokus pada partisipasi masyarakat, seperti program mikrofinansial atau pelatihan keterampilan kerja yang ditujukan untuk meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat miskin. Menurut sebuah studi oleh Narayan et al. (2019), ketika masyarakat diberi akses terhadap sumber daya ekonomi, mereka mampu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan keluarga mereka, yang kemudian mendorong pembangunan ekonomi pada tingkat lokal dan nasional. Sebaliknya, tanpa pemberdayaan masyarakat, pembangunan ekonomi sering kali tidak merata, dengan manfaat yang hanya dirasakan oleh segelintir kelompok elit, sementara sebagian besar masyarakat tetap terpinggirkan.

Dengan demikian, pembangunan ekonomi yang berkelanjutan tidak bisa dilepaskan dari pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi secara aktif dalam

pembangunan, sementara pembangunan ekonomi menyediakan sumber daya dan kesempatan bagi masyarakat untuk memberdayakan diri mereka sendiri. Keduanya saling melengkapi dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan adil.

Teori dan Pendekatan Pembangunan Ekonomi

Pembangunan ekonomi merupakan disiplin ilmu yang kaya akan teori dan pendekatan untuk memahami bagaimana negara-negara dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, pengentasan kemiskinan, dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Terdapat beberapa teori utama yang telah digunakan oleh para ekonom untuk menjelaskan proses pembangunan ekonomi, baik yang berfokus pada faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi pertumbuhan.

1. Teori Pertumbuhan Klasik

Teori ini berakar dari pemikiran ekonom klasik seperti Adam Smith dan David Ricardo, yang menekankan pentingnya akumulasi modal, pertumbuhan populasi, dan perdagangan internasional dalam pembangunan ekonomi. Dalam konteks modern, teori ini diperbarui melalui pendekatan pertumbuhan endogen yang dikembangkan oleh Romer dan Lucas. Menurut Romer (2019), pengetahuan dan inovasi menjadi faktor utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Investasi dalam pendidikan dan penelitian, menjadi kunci dalam meningkatkan produktivitas dan menciptakan pertumbuhan jangka panjang.

2. Teori Modernisasi

Teori modernisasi berfokus pada transformasi sosial dan ekonomi negara-negara berkembang melalui proses industrialisasi dan adopsi teknologi modern. Menurut teori ini, pembangunan ekonomi terjadi ketika negara-negara beralih dari ekonomi agraris yang tradisional, ke ekonomi industri yang lebih maju. Salah satu pendekatan klasik dalam teori ini adalah model lima tahap pembangunan yang dikemukakan oleh Rostow, yang mencakup tahap tradisional, prasyarat untuk lepas landas, lepas landas, menuju kematangan, dan konsumsi massal. Rostow

(2020) menekankan bahwa pembangunan ekonomi memerlukan intervensi dalam bentuk investasi infrastruktur, industrialisasi, dan adopsi teknologi baru untuk mendorong kemajuan ekonomi.

3. Teori Ketergantungan

Teori ketergantungan berfokus pada hubungan antara negara-negara pusat (maju) dan negara-negara pinggiran (berkembang), serta bagaimana ketergantungan ekonomi terhadap negara-negara maju dapat menghambat pembangunan di negara-negara berkembang. Teori ini menekankan bahwa struktur globalisasi ekonomi dapat memperkuat ketidaksetaraan, di mana negara-negara berkembang terjebak dalam peran sebagai eksportir komoditas primer dan tidak memiliki kendali atas proses produksi dan distribusi global. Menurut Cardoso dan Faletto (2018), solusi untuk pembangunan adalah dengan mengurangi ketergantungan ekonomi melalui diversifikasi ekonomi dan pengembangan industri dalam negeri.

4. Pendekatan Pembangunan Berkelanjutan

Pendekatan pembangunan berkelanjutan menekankan pentingnya keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan sosial, dan perlindungan lingkungan. Teori ini menekankan bahwa pembangunan ekonomi harus dilaksanakan dengan mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan untuk memastikan bahwa sumber daya alam dapat digunakan secara berkelanjutan bagi generasi mendatang. Dalam konteks ini, Sachs (2019) mengusulkan konsep "pembangunan yang berfokus pada tujuan," yang mencakup pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) sebagai kerangka kerja global untuk mencapai keseimbangan antara ekonomi, sosial, dan lingkungan.

5. Pendekatan Institusional

Teori ini menekankan bahwa pembangunan ekonomi sangat dipengaruhi oleh kualitas institusi di suatu negara, seperti hukum, peraturan, dan tata kelola pemerintahan. Pendekatan institusional menekankan bahwa institusi yang kuat, transparan, dan akuntabel dapat menciptakan lingkungan yang mendukung

investasi, inovasi, dan partisipasi masyarakat dalam ekonomi. Menurut Acemoglu dan Robinson (2019), perbedaan dalam pertumbuhan ekonomi antara negara-negara dapat dijelaskan oleh perbedaan kualitas institusi, di mana negara dengan institusi yang inklusif cenderung mengalami pembangunan ekonomi yang lebih cepat dibandingkan negara dengan institusi yang eksklusif.

Konsep Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat merupakan proses yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas individu dan kelompok dalam masyarakat, untuk mengambil kendali atas keputusan dan tindakan yang memengaruhi kehidupan mereka. Proses ini tidak hanya melibatkan peningkatan akses terhadap sumber daya ekonomi, tetapi juga mencakup pemberian hak untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan, peningkatan keterampilan, dan penguatan kapasitas sosial. Dalam pemberdayaan masyarakat, tujuan utamanya adalah untuk memberikan kemampuan kepada komunitas yang terpinggirkan untuk mengelola aset dan sumber daya yang dimiliki, serta mengambil inisiatif dalam pengembangan ekonomi dan sosial mereka.

Pemberdayaan masyarakat mencakup beberapa dimensi penting, termasuk dimensi ekonomi, sosial, politik, dan psikologis. Dimensi ekonomi berkaitan dengan kemampuan masyarakat untuk meningkatkan pendapatan dan akses terhadap pekerjaan yang layak. Menurut Alsop et al. (2020), pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui program seperti mikrofinansial dan pelatihan keterampilan kerja dapat membantu mengentaskan kemiskinan dan meningkatkan taraf hidup. Di sisi sosial, pemberdayaan berfokus pada peningkatan solidaritas dan partisipasi komunitas dalam menyelesaikan masalah bersama, sedangkan pada dimensi politik, pemberdayaan melibatkan partisipasi aktif dalam proses pengambilan keputusan politik yang memengaruhi masyarakat.

Dimensi psikologis dari pemberdayaan masyarakat menekankan pentingnya perubahan dalam pola pikir dan peningkatan rasa percaya diri. Ketika individu merasa memiliki kontrol lebih besar

atas hidup mereka dan dapat membuat keputusan yang signifikan, mereka cenderung lebih proaktif dalam menghadapi tantangan dan mengambil peluang. Menurut Zimmerman (2020), pemberdayaan psikologis adalah elemen kunci dalam memastikan bahwa individu dan kelompok yang terpinggirkan merasa memiliki agensi untuk mengubah kondisi mereka sendiri.

Pendekatan yang digunakan dalam pemberdayaan masyarakat, sering kali bersifat partisipatif dan kolaboratif, di mana masyarakat lokal dilibatkan dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program-program yang dirancang untuk mereka. Pendekatan ini menciptakan rasa kepemilikan dan tanggung jawab yang lebih besar dalam komunitas tersebut. Misalnya, pendekatan *community-driven development* (CDD) menekankan pada pengambilan keputusan berbasis komunitas untuk proyek-proyek pengembangan yang didanai oleh pemerintah atau donor internasional, di mana masyarakat diberi wewenang untuk mengidentifikasi prioritas dan mengelola sumber daya yang disediakan.

Selain itu, pemberdayaan masyarakat juga sering dikaitkan dengan upaya pengentasan kemiskinan. Menurut Narayan et al. (2019), pemberdayaan yang berkelanjutan melibatkan upaya sistematis untuk memberikan akses keuangan, pendidikan, dan layanan sosial yang dibutuhkan untuk mengangkat kelompok miskin keluar dari siklus kemiskinan. Contoh program yang sukses di berbagai negara, menunjukkan bahwa ketika masyarakat diberdayakan melalui akses terhadap kredit mikro, pendidikan, dan pelatihan, mereka dapat mengembangkan usaha kecil, memperbaiki kondisi kehidupan mereka, dan secara bertahap meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial.

Pemberdayaan masyarakat juga erat kaitannya dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*). Pemberdayaan memainkan peran penting dalam pencapaian SDGs, khususnya dalam pengentasan kemiskinan (SDG 1), kesetaraan gender (SDG 5), serta penciptaan masyarakat yang damai dan inklusif (SDG 16). Menurut Sachs (2019), tanpa pemberdayaan masyarakat, khususnya kelompok yang terpinggirkan, tujuan

pembangunan berkelanjutan akan sulit dicapai, karena keterlibatan aktif masyarakat adalah kunci dalam memastikan keberlanjutan program-program pembangunan.

Pembangunan Ekonomi Berbasis Masyarakat

Pembangunan ekonomi berbasis masyarakat (*Community-Based Economic Development*, CBED) adalah pendekatan pembangunan yang menempatkan masyarakat sebagai pusat dari segala upaya pembangunan ekonomi. Konsep ini menekankan pada peningkatan kapasitas lokal untuk menciptakan peluang ekonomi, memperbaiki kesejahteraan masyarakat, serta memastikan bahwa hasil pembangunan dapat dirasakan secara adil oleh seluruh anggota komunitas. CBED berangkat dari prinsip bahwa masyarakat lokal memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk mengidentifikasi kebutuhan mereka serta merancang solusi yang sesuai dengan konteks lokal.

Prinsip utama dalam pembangunan ekonomi berbasis masyarakat adalah partisipasi aktif dari masyarakat dalam setiap tahap pembangunan. Menurut Taylor (2019), CBED menekankan bahwa masyarakat bukan hanya penerima manfaat, tetapi juga penggerak utama dalam proses pembangunan. Pendekatan ini memberikan wewenang kepada masyarakat untuk mengambil keputusan yang memengaruhi perkembangan ekonomi di wilayah mereka. Dengan demikian, pembangunan ekonomi tidak dipandang sebagai sesuatu yang dipaksakan dari luar, tetapi sebagai hasil dari kolaborasi dan inisiatif lokal.

CBED juga menekankan pentingnya inklusivitas, di mana semua kelompok dalam masyarakat, termasuk kelompok yang terpinggirkan, diberi kesempatan yang setara untuk berpartisipasi dan mendapatkan manfaat dari pembangunan. Hal ini sejalan dengan tujuan pengentasan kemiskinan dan ketidaksetaraan, yang menjadi fokus dari banyak kebijakan pembangunan ekonomi global.

Metode implementasi CBED sering kali melibatkan pengembangan kapasitas masyarakat melalui pelatihan, peningkatan keterampilan, dan penyediaan akses terhadap sumber daya ekonomi.

Misalnya, proyek pengembangan ekonomi berbasis masyarakat dapat melibatkan pelatihan keterampilan kewirausahaan bagi masyarakat lokal, dukungan teknis untuk pengembangan usaha kecil, atau peningkatan akses ke pasar bagi produk-produk lokal. Selain itu, CBED juga mendorong kolaborasi antara masyarakat, pemerintah lokal, dan sektor swasta untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis lokal.

Salah satu contoh penerapan CBED adalah program pengembangan ekonomi berbasis komunitas di pedesaan di beberapa negara berkembang. Program ini biasanya difokuskan pada sektor pertanian, kerajinan tangan, dan pariwisata lokal. Menurut Banks dan Hulme (2020), program-program ini memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk meningkatkan penghasilan mereka melalui pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang memanfaatkan sumber daya lokal.

Pembangunan ekonomi berbasis masyarakat memiliki berbagai manfaat, terutama dalam hal keberlanjutan dan ketahanan ekonomi lokal. Karena itu, masyarakat dilibatkan secara aktif dalam setiap proses, mereka cenderung memiliki rasa kepemilikan yang lebih besar terhadap hasil pembangunan, sehingga keberlanjutan proyek-proyek ekonomi yang telah dilaksanakan lebih terjamin. Selain itu, CBED juga dapat memperkuat ikatan sosial dalam komunitas dan meningkatkan solidaritas, yang pada akhirnya memperkuat jaringan sosial dan ekonomi di tingkat lokal.

CBED juga dapat membantu menciptakan lapangan kerja yang lebih sesuai dengan konteks lokal. Misalnya, dalam komunitas pedesaan, CBED dapat memfokuskan pembangunan ekonomi pada sektor-sektor yang relevan seperti pertanian berkelanjutan atau ekowisata. Menurut Smith dan Williams (2021), CBED dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan mendorong pengembangan sektor-sektor ekonomi yang memanfaatkan kekuatan lokal, termasuk sumber daya alam, pengetahuan tradisional, dan keterampilan lokal.

Meskipun CBED memiliki banyak manfaat, pendekatan ini juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya sumber daya yang tersedia di banyak komunitas, terutama di wilayah pedesaan atau daerah miskin. Menurut Hughes (2020), tantangan lain yang dihadapi adalah ketidakmampuan masyarakat untuk mengakses pasar yang lebih luas karena keterbatasan infrastruktur, teknologi, dan modal. Oleh karena itu, CBED sering kali memerlukan dukungan dari pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan sektor swasta untuk menyediakan dana dan bantuan teknis yang diperlukan. Selain itu, ketergantungan yang terlalu besar pada partisipasi masyarakat dapat memperlambat proses pembangunan jika tidak ada mekanisme koordinasi yang efektif. Hal ini dapat diperparah oleh kurangnya keterampilan manajerial dalam masyarakat lokal, yang dapat menghambat pelaksanaan proyek pembangunan ekonomi secara efisien.

CBED juga memiliki keterkaitan erat dengan pembangunan berkelanjutan. Pendekatan ini mengedepankan penggunaan sumber daya lokal secara bijaksana dan bertanggung jawab, sehingga dapat berkontribusi pada pelestarian lingkungan. Misalnya, proyek-proyek CBED sering kali mempromosikan praktik-praktik pertanian berkelanjutan atau pengelolaan sumber daya alam yang lebih baik. Hal ini penting untuk memastikan bahwa pembangunan ekonomi tidak merusak lingkungan, tetapi justru memperkuat kapasitas masyarakat untuk beradaptasi dengan perubahan iklim dan tantangan ekologis lainnya.

Kebijakan Publik dan Pemberdayaan Masyarakat

Kebijakan publik merupakan rangkaian keputusan dan tindakan yang diambil oleh pemerintah untuk mengatasi masalah publik dan memengaruhi kehidupan masyarakat. Salah satu aspek penting dari kebijakan publik adalah pemberdayaan masyarakat, yang berfokus pada peningkatan kemampuan masyarakat untuk secara aktif berpartisipasi dalam pengambilan keputusan dan mengelola sumber daya yang dimiliki. Pemberdayaan ini mencakup berbagai dimensi, termasuk ekonomi, sosial, politik, dan budaya, dengan tujuan akhir

untuk menciptakan kesejahteraan yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Kebijakan publik dapat memainkan peran penting dalam memfasilitasi pemberdayaan masyarakat dengan menciptakan lingkungan yang mendukung partisipasi aktif komunitas dalam proses pembangunan. Menurut Baker et al. (2020), kebijakan yang baik dapat memberikan akses yang lebih besar terhadap pendidikan, kesehatan, dan sumber daya ekonomi, yang pada akhirnya meningkatkan kapasitas masyarakat untuk mandiri dan berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi. Pemerintah sering kali mendesain kebijakan yang berfokus pada pelatihan keterampilan, pemberian modal usaha, dan dukungan infrastruktur untuk memberdayakan masyarakat miskin atau terpinggirkan.

Pemberdayaan masyarakat melalui kebijakan publik juga mencakup peningkatan akses terhadap informasi dan peluang untuk terlibat dalam pengambilan keputusan politik. Misalnya, program-program yang mendorong partisipasi masyarakat dalam proses perencanaan pembangunan lokal, seperti musyawarah perencanaan pembangunan (Musrenbang) di Indonesia, memungkinkan masyarakat untuk berperan aktif dalam menentukan prioritas pembangunan di wilayah mereka.

Salah satu fokus kebijakan publik yang penting dalam pemberdayaan masyarakat adalah kebijakan ekonomi. Pemerintah sering kali menerapkan kebijakan untuk memperkuat sektor informal, meningkatkan akses terhadap pasar, dan menyediakan dukungan finansial bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Menurut Lewis dan Kline (2019), kebijakan pemberdayaan ekonomi yang efektif harus menciptakan peluang ekonomi yang inklusif dan memungkinkan semua kelompok masyarakat, termasuk kelompok rentan, untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi.

Contoh kebijakan yang mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah program bantuan sosial yang bersyarat, seperti Program Keluarga Harapan (PKH) di Indonesia, yang tidak hanya memberikan bantuan tunai kepada rumah tangga miskin, tetapi juga mendorong partisipasi dalam pendidikan dan layanan kesehatan.

Program ini dirancang untuk meningkatkan kesejahteraan jangka panjang melalui pemberdayaan individu dan keluarga.

Di sisi sosial, kebijakan publik dapat memberdayakan masyarakat dengan mengatasi masalah ketidaksetaraan dan diskriminasi. Kebijakan sosial yang berfokus pada inklusi sosial, seperti kebijakan yang mempromosikan kesetaraan gender, hak-hak minoritas, dan akses yang adil terhadap layanan sosial, dapat membantu memberdayakan kelompok-kelompok yang secara historis terpinggirkan. Misalnya, kebijakan afirmatif di beberapa negara dirancang untuk memastikan bahwa kelompok-kelompok minoritas memiliki akses yang sama terhadap pendidikan, pekerjaan, dan layanan publik lainnya.

Menurut Narayan (2020), kebijakan sosial yang berkelanjutan harus melibatkan partisipasi aktif masyarakat dalam proses perumusan dan implementasi kebijakan tersebut. Dengan melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan, kebijakan publik tidak hanya lebih relevan dan efektif, tetapi juga membantu menciptakan rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap kebijakan yang dihasilkan.

Meskipun kebijakan publik memiliki potensi besar untuk memberdayakan masyarakat, terdapat berbagai tantangan yang dihadapi dalam implementasinya. Salah satu tantangan utama adalah birokrasi yang rumit dan kurangnya koordinasi antara berbagai lembaga pemerintah. Hal ini dapat memperlambat atau menghambat implementasi kebijakan yang dirancang untuk memberdayakan masyarakat. Selain itu, kurangnya sumber daya, terutama di negara-negara berkembang, sering kali menjadi hambatan dalam melaksanakan program pemberdayaan yang luas dan berkelanjutan. Selain itu, kebijakan yang dirancang tanpa mempertimbangkan konteks lokal dan kebutuhan spesifik masyarakat sering kali tidak efektif.

Menurut World Bank (2019), kebijakan yang tidak melibatkan masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaannya, cenderung gagal dalam memberdayakan komunitas secara menyeluruh. Oleh karena itu, kebijakan publik harus disesuaikan dengan kebutuhan

lokal dan didukung oleh pendekatan partisipatif yang melibatkan semua pemangku kepentingan.

Kebijakan publik yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat juga erat kaitannya dengan pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*). Banyak kebijakan yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat bertujuan untuk mencapai target SDGs, seperti pengentasan kemiskinan (SDG 1), pendidikan berkualitas (SDG 4), dan kesetaraan gender (SDG 5). Menurut Sachs (2019), kebijakan pemberdayaan yang berkelanjutan harus dirancang untuk mendukung pertumbuhan inklusif dan memastikan bahwa kelompok yang paling rentan tidak tertinggal dalam proses pembangunan.

Evaluasi Dampak Pembangunan Ekonomi terhadap Masyarakat

Evaluasi dampak pembangunan ekonomi terhadap masyarakat adalah proses yang bertujuan untuk menilai bagaimana inisiatif pembangunan ekonomi, memengaruhi kehidupan sosial, ekonomi, dan lingkungan komunitas. Evaluasi ini penting karena memberikan wawasan mengenai efektivitas kebijakan dan program pembangunan, serta membantu pemerintah dan organisasi untuk menyesuaikan pendekatan mereka agar lebih berdampak positif bagi masyarakat. Dampak pembangunan ekonomi biasanya dievaluasi dari berbagai aspek, seperti peningkatan pendapatan, pengurangan kemiskinan, peningkatan kualitas hidup, dan perubahan dalam struktur sosial masyarakat.

Salah satu dampak yang paling jelas dari pembangunan ekonomi terhadap masyarakat adalah peningkatan pendapatan dan kesempatan kerja. Menurut laporan World Bank (2019), pembangunan ekonomi yang berbasis pada penciptaan lapangan kerja, terutama di sektor formal, telah berkontribusi pada pengurangan tingkat kemiskinan di banyak negara berkembang. Selain itu, program pembangunan yang berfokus pada pengembangan keterampilan masyarakat juga meningkatkan kemampuan individu untuk mendapatkan pekerjaan yang lebih baik, yang pada akhirnya meningkatkan standar hidup mereka.

Namun, dampak pembangunan ekonomi juga dapat bersifat tidak merata. Dalam banyak kasus, kelompok-kelompok tertentu, seperti masyarakat pedesaan atau minoritas, tidak mendapatkan manfaat yang sama dengan kelompok lain. Menurut penelitian oleh Aklin dan Mildemberger (2020), pembangunan ekonomi sering kali meningkatkan ketimpangan jika tidak ada upaya khusus untuk mengatasi hambatan akses bagi kelompok yang kurang beruntung.

Pembangunan ekonomi sering kali dikaitkan dengan peningkatan akses terhadap layanan kesehatan, pendidikan, dan infrastruktur dasar, seperti air bersih dan sanitasi. Akses yang lebih baik terhadap layanan-layanan ini berdampak langsung pada kesejahteraan masyarakat. Sebagai contoh, program pembangunan infrastruktur di daerah pedesaan yang meningkatkan akses terhadap fasilitas kesehatan dan pendidikan dapat meningkatkan angka harapan hidup dan kualitas pendidikan, yang secara tidak langsung berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan sosial dan ekonomi.

Namun, dampak ini tidak selalu positif. Jika pembangunan ekonomi tidak disertai dengan perencanaan yang baik, terutama terkait dengan lingkungan dan tata ruang, dapat muncul dampak negatif. Misalnya, urbanisasi yang cepat akibat pembangunan ekonomi dapat menyebabkan masalah seperti kemacetan, polusi, dan penurunan kualitas hidup di perkotaan. Penelitian oleh Mukherjee et al. (2019) menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi yang tidak terkendali sering kali menyebabkan kerusakan lingkungan dan degradasi sumber daya alam, yang pada akhirnya memengaruhi kesejahteraan masyarakat.

Pembangunan ekonomi juga memengaruhi struktur sosial masyarakat. Peningkatan pendapatan dan kesempatan ekonomi sering kali memperkuat mobilitas sosial, yang memungkinkan individu untuk meningkatkan status sosial mereka melalui pendidikan dan pekerjaan. Selain itu, pembangunan ekonomi dapat meningkatkan partisipasi sosial dan politik, karena masyarakat yang lebih sejahtera cenderung lebih aktif dalam kehidupan sosial dan memiliki kemampuan untuk terlibat dalam pengambilan keputusan politik. Namun, pembangunan ekonomi juga dapat menyebabkan

disrupsi dalam struktur sosial, terutama di masyarakat tradisional. Menurut penelitian oleh Jones dan Smith (2020), pembangunan ekonomi yang cepat dapat menyebabkan perubahan budaya, di mana nilai-nilai tradisional dan komunitas digantikan oleh nilai-nilai ekonomi pasar yang lebih individualistik. Hal ini sering kali menyebabkan perpecahan dalam komunitas dan melemahnya ikatan sosial.

Dampak pembangunan ekonomi terhadap lingkungan merupakan salah satu aspek penting yang harus dievaluasi, terutama dalam konteks keberlanjutan jangka panjang. Pembangunan yang berfokus pada pertumbuhan ekonomi sering kali membawa dampak negatif terhadap lingkungan, seperti deforestasi, polusi, dan perubahan iklim. Penelitian oleh Sachs (2019) menekankan bahwa pembangunan ekonomi yang tidak berkelanjutan akan mengancam sumber daya alam yang sangat penting bagi mata pencaharian masyarakat, terutama bagi komunitas yang bergantung pada pertanian atau sumber daya alam lainnya.

Pemerintah dan organisasi pembangunan kini semakin sadar akan pentingnya mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam pembangunan ekonomi. Evaluasi dampak lingkungan menjadi salah satu komponen kunci dalam menilai keberhasilan program pembangunan ekonomi. Pendekatan pembangunan hijau, yang mengutamakan penggunaan sumber daya secara bijak dan meminimalkan dampak lingkungan negatif, semakin banyak diadopsi sebagai bagian dari strategi pembangunan.

Untuk memastikan bahwa pembangunan ekonomi berdampak positif bagi masyarakat, evaluasi dampak harus dilakukan secara menyeluruh dan berkelanjutan. Evaluasi ini perlu mencakup pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk memahami berbagai aspek dari dampak pembangunan, termasuk dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan. Selain itu, evaluasi harus melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat yang terkena dampak, sehingga suara mereka dapat didengar dan dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan kebijakan.

Menurut Sachs (2019), evaluasi dampak pembangunan ekonomi harus mempertimbangkan indikator-indikator keberlanjutan, seperti pengurangan ketimpangan, peningkatan akses terhadap layanan dasar, dan perlindungan lingkungan. Dengan mengadopsi pendekatan holistik ini, pemerintah dan organisasi pembangunan dapat memastikan bahwa manfaat pembangunan dapat dinikmati oleh semua lapisan masyarakat tanpa merusak lingkungan yang mereka andalkan.

Daftar Pustaka

- Acemoglu, D., & Robinson, J. A. (2019). *Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty*. Crown Business.
- Alsop, R., Bertelsen, M., & Holland, J. (2020). *Empowerment in Practice: From Analysis to Implementation*. World Bank Publications.
- Aklin, M., & Mildenerger, M. (2020). *The Distributional Effects of Climate Policies*. Nature Climate Change.
- Banks, N., & Hulme, D. (2020). The Role of NGOs in Community-Based Economic Development. *Development and Change Journal*.
- Baker, S., Daniels, K., & Taylor, M. (2020). *Public Policy and Community Empowerment: Perspectives and Case Studies*. New York: Routledge.
- Cardoso, F. H., & Faletto, E. (2018). *Dependency and Development in Latin America*. University of California Press.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2020). *Economic Development*. New York: Pearson.
- Hughes, R. (2020). Challenges and Opportunities in Rural Community Economic Development. *World Development Perspectives*.
- Jones, M., & Smith, T. (2020). Economic Development, Social Change, and Community Well-being: A Sociological Perspective. *Journal of Social Policy*.
- Lewis, P., & Kline, R. (2019). Empowering Local Economies through Public Policy: A Comparative Analysis. *Journal of Development Policy*.

- Mukherjee, A., White, P., & Shields, R. (2019). Sustainable Development and Economic Growth: Understanding the Impact on Social and Environmental Factors. *Ecological Economics Journal*.
- Narayan, D., Patel, R., Schafft, K., Rademacher, A., & Koch-Schulte, S. (2019). *Voices of the Poor: Can Anyone Hear Us?* Oxford: Oxford University Press.
- Romer, P. M. (2019). Endogenous Technological Change and the Sources of Growth. *Journal of Economic Perspectives*.
- Rostow, W. W. (2020). *The Stages of Economic Growth: A Non-Communist Manifesto*. Cambridge University Press.
- Sachs, J. D. (2019). *The Age of Sustainable Development*. Columbia University Press.
- Smith, A., & Williams, C. (2021). Building Sustainable Local Economies: The Role of Community-based Development. *Journal of Economic Policy*.
- Taylor, M. (2019). *Community Economic Development: Principles and Practice*. Policy Press.
- World Bank. (2019). *World Development Report 2019: The Changing Nature of Work and Empowerment*. World Bank Publications.
- Zimmerman, M. A. (2020). Psychological Empowerment: Issues and Illustrations. *American Journal of Community Psychology*.

TENTANG PENULIS



Dr. Rahmat Laan, M.M.

Penulis merupakan Dosen Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Kupang sejak tahun 1995. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Beberapa buku yang penulis telah hasilkan, di antaranya Manajemen Strategi, Kewirausahaan, Manajemen Pemasaran dan Manajemen SDM dan Pelayanan Publik, yang terakhir ini menjadi salah satu buku terbaik dalam ajang Anugrah Buku (Pustaka) Terbaik Bidang Pelayanan Publik tahun 2020 yang dihelat oleh Perpustakaan Nasional RI. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah di berbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada *workshop*/seminar/lokakarya tertentu.
E-mail: laanrahmat@gmail.com



SISTEM NILAI TUKAR UANG

Dr. Rosye Rosaria Zaena, S.E., MS.i., Ak., CA., CTA., CPRM.
Universitas Nasional Pasim

Pendahuluan

Dalam dunia ekonomi yang semakin terintegrasi, sistem nilai tukar uang menjadi salah satu komponen fundamental yang memengaruhi perdagangan internasional, investasi, dan stabilitas ekonomi global. Sistem ini, menentukan nilai tukar antara mata uang dari berbagai negara, yang pada gilirannya memengaruhi harga barang dan jasa, aliran modal, dan keseimbangan ekonomi global. Pemahaman mengenai sistem nilai tukar uang sangat penting bagi pemerintah, pelaku pasar, dan masyarakat umum dalam mengantisipasi perubahan ekonomi yang terjadi baik secara lokal maupun global.

Pengertian Sistem Nilai Tukar Uang

Sistem nilai tukar uang dapat didefinisikan sebagai aturan dan mekanisme yang mengatur penentuan nilai tukar mata uang suatu negara terhadap mata uang negara lain. Nilai tukar ini menunjukkan berapa unit dari suatu mata uang yang diperlukan untuk memperoleh satu unit mata uang lainnya. Sistem nilai tukar bisa bersifat tetap (*fixed exchange rate*) atau mengambang (*floating exchange rate*). Dalam sistem tetap, pemerintah atau bank sentral secara aktif memanipulasi nilai tukar agar tetap stabil, sedangkan dalam sistem mengambang, nilai tukar ditentukan oleh mekanisme pasar melalui penawaran dan permintaan.

Pentingnya Sistem Nilai Tukar dalam Ekonomi Global

Sistem nilai tukar memiliki peran yang sangat vital dalam ekonomi global. Beberapa alasan pentingnya sistem nilai tukar antara lain sebagai berikut.

1. Perdagangan Mendorong Internasional

Sistem nilai tukar memfasilitasi perdagangan antar negara dengan memberikan kerangka kerja yang memungkinkan harga barang dan jasa dari berbagai negara dapat dibandingkan. Dengan adanya sistem nilai tukar yang stabil, pelaku usaha dapat lebih mudah memperkirakan biaya dan pendapatan dari perdagangan internasional.

2. Menjaga Stabilitas Ekonomi

Nilai tukar yang stabil membantu menjaga kestabilan harga di dalam negeri. Ketika nilai tukar mata uang suatu negara stabil, harga barang impor dan ekspor cenderung lebih stabil, yang pada gilirannya membantu menjaga inflasi pada tingkat yang terkendali.

3. Menarik Investasi Asing

Stabilitas nilai tukar menjadi salah satu pertimbangan utama bagi investor asing. Negara dengan nilai tukar yang stabil dan dapat diprediksi, cenderung lebih menarik bagi investor, karena risiko terhadap nilai investasi mereka lebih rendah.

4. Pengaruh terhadap Kebijakan Moneter

Sistem nilai tukar juga memengaruhi kebijakan moneter suatu negara. Bank sentral seringkali menggunakan intervensi di pasar valuta asing untuk memengaruhi nilai tukar sebagai bagian dari strategi mereka untuk mencapai tujuan ekonomi tertentu, seperti mengendalikan inflasi atau mendorong pertumbuhan ekonomi.

Konsep Dasar Nilai Tukar

Nilai tukar mengacu pada harga relatif antara dua mata uang. Sebagai contoh, nilai tukar USD/IDR menunjukkan berapa banyak rupiah yang diperlukan untuk membeli satu dolar AS. Sistem nilai tukar memiliki berbagai macam bentuk, antara lain nilai tukar tetap (*fixed exchange rate*), nilai tukar mengambang (*floating exchange rate*), serta sistem campuran.

Sistem Nilai Tukar Tetap

Dalam sistem ini, nilai tukar ditetapkan oleh pemerintah atau bank sentral suatu negara terhadap mata uang asing atau komoditas seperti emas. Misalnya, sistem Bretton Woods yang menggunakan dolar AS yang dipatok terhadap emas pada periode pasca Perang Dunia II. Kelebihannya adalah stabilitas nilai tukar, namun cenderung kurang fleksibel dalam menanggapi perubahan ekonomi global. Kelebihan dari sistem ini adalah stabilitas nilai tukar yang dapat memberikan kepastian bagi pelaku ekonomi dalam hal biaya perdagangan dan investasi. Namun, kekurangannya adalah keterbatasan fleksibilitas kebijakan moneter, karena pemerintah harus menjaga cadangan devisa yang cukup untuk mempertahankan nilai tukar tetap.

Sistem Nilai Tukar Mengambang

Pada sistem ini, nilai tukar dibiarkan bergerak sesuai dengan mekanisme pasar, yaitu berdasarkan permintaan dan penawaran. Fluktuasi nilai tukar mencerminkan kondisi ekonomi suatu negara, seperti inflasi, suku bunga, dan pertumbuhan ekonomi. Contohnya adalah nilai tukar dolar AS yang mengambang bebas terhadap mata uang utama lainnya sejak berakhirnya sistem Bretton Woods pada tahun 1971. Kelebihan dari sistem ini adalah fleksibilitas yang memungkinkan mata uang menyesuaikan dengan kondisi ekonomi yang berubah. Namun, kekurangannya adalah volatilitas nilai tukar yang lebih tinggi, yang dapat menimbulkan ketidakpastian dalam perdagangan dan investasi.

Teori-Teori yang Mendasari Nilai Tukar

Terdapat beberapa teori yang mendasari penentuan nilai tukar. Beberapa teori utama sebagai berikut.

1. Teori Paritas Daya Beli (*Purchasing Power Parity* - PPP)

Teori ini menyatakan bahwa dalam jangka panjang, nilai tukar akan menyesuaikan sehingga daya beli barang dan jasa di berbagai negara akan seimbang. Perbedaan inflasi antara negara-negara akan tercermin dalam perubahan nilai tukar. Sebagai

contoh, jika inflasi di Amerika Serikat lebih tinggi daripada di Jepang, dolar AS akan terdepresiasi terhadap yen.

Keterbatasan dan Kritik terhadap Teori Ini

Meski teori PPP memberikan kerangka dasar yang berguna, praktiknya sering kali berbeda dari apa yang diprediksi oleh teori ini. Berikut adalah beberapa kritik utama terhadap teori PPP:

Tidak Ada Keseragaman Barang dan Jasa: Barang dan jasa yang sama mungkin tidak tersedia di kedua negara atau dihargai berbeda karena preferensi konsumen lokal, yang menghambat aplikasi PPP.

Biaya Transaksi dan Hambatan Perdagangan: Biaya tambahan seperti tarif, pajak impor, dan biaya transportasi menciptakan perbedaan harga antar negara yang tidak terhitung dalam PPP.

Volatilitas Pasar Jangka Pendek: Nilai tukar sering kali mengalami fluktuasi dalam jangka pendek akibat spekulasi dan sentimen pasar yang tidak tercakup dalam model PPP.

2. Teori Paritas Suku Bunga (*Interest Rate Parity - IRP*)

Menurut teori ini, perbedaan suku bunga antar negara akan memengaruhi nilai tukar. Jika suku bunga di suatu negara lebih tinggi, mata uangnya cenderung menguat karena investor mencari pengembalian yang lebih tinggi. Sebaliknya, jika suku bunga lebih rendah, mata uang tersebut, cenderung melemah.

Peran Forward Rate dalam Sistem Nilai Tukar

Forward rate adalah nilai tukar yang ditentukan sekarang untuk digunakan pada masa depan. Dalam konteks IRP, *forward rate* mencerminkan ekspektasi pasar tentang pergerakan nilai tukar berdasarkan perbedaan suku bunga antara dua negara. Jika IRP berlaku, *forward rate* harus menyeimbangkan perbedaan suku bunga, sehingga tidak ada peluang arbitrase.

3. Teori Neraca Pembayaran (*Balance of Payments Theory*)

Teori ini menekankan bahwa nilai tukar dipengaruhi oleh aliran modal antar negara. Jika suatu negara mengalami defisit transaksi berjalan, nilai mata uangnya cenderung melemah karena permintaan terhadap mata uang asing lebih besar daripada pasokan.

Pengaruh Pasar Aset pada Nilai Tukar

Teori Pasar Aset melihat nilai tukar sebagai harga dari suatu aset, yang dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran di pasar keuangan. Investor global menilai mata uang berdasarkan pengembalian relatif yang dapat diperoleh dari aset-aset yang dinominasikan dalam mata uang tersebut, seperti saham, obligasi, dan properti. Faktor seperti tingkat suku bunga, prospek ekonomi, dan stabilitas politik memainkan peran besar dalam menentukan ekspektasi investor dan, pada gilirannya, nilai tukar.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nilai Tukar

Nilai tukar mata uang suatu negara dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari sisi domestik maupun internasional. Beberapa faktor utama yang memengaruhi nilai tukar antara lain sebagai berikut.

1. *Supply* dan *Demand*

Nilai tukar sangat dipengaruhi oleh penawaran dan permintaan mata uang di pasar valuta asing. Jika permintaan terhadap mata uang suatu negara meningkat, nilai mata uang tersebut cenderung naik. Sebaliknya, jika permintaan menurun atau penawaran meningkat, nilai tukar mata uang tersebut akan menurun.

2 . Kebijakan M o n e t e r

Kebijakan moneter yang diterapkan oleh bank sentral, termasuk tingkat suku bunga dan intervensi di pasar valuta asing, memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai tukar. Misalnya, kenaikan suku bunga, cenderung menarik investasi asing, meningkatkan permintaan terhadap mata uang tersebut, dan pada akhirnya menguatkan nilai tukar.

3 . Inflasi

Tingkat inflasi yang lebih tinggi di suatu negara, dibandingkan dengan negara lain biasanya menyebabkan depresiasi nilai tukar. Hal ini karena daya beli mata uang tersebut menurun, yang menyebabkan harga barang dan jasa lokal menjadi lebih mahal bagi pembeli asing.

4. Stabilitas Politik dan Ekonomi

Negara dengan stabilitas politik dan ekonomi yang baik cenderung memiliki nilai tukar yang lebih kuat. Ketidakpastian politik atau krisis ekonomi dapat menyebabkan investor kehilangan kepercayaan, yang dapat menurunkan nilai tukar.

Neraca Perdagangan

Surplus dalam neraca perdagangan, di mana ekspor melebihi impor, cenderung meningkatkan permintaan terhadap mata uang domestik, sehingga menguatkan nilai tukar. Sebaliknya, defisit perdagangan dapat menekan nilai tukar.

Dinamika Sistem Nilai Tukar

Sistem nilai tukar bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal dan internal. Bagian ini membahas faktor-faktor eksternal seperti globalisasi dan integrasi ekonomi, dampak fluktuasi nilai tukar terhadap perdagangan internasional, krisis keuangan dan nilai tukar, serta peran bank sentral dan kebijakan moneter.

1. Faktor Eksternal

Peran Globalisasi dan Integrasi Ekonomi dalam Sistem Nilai Tukar

Globalisasi telah meningkatkan interdependensi ekonomi antar negara, yang membuat nilai tukar menjadi lebih rentan terhadap perubahan kebijakan ekonomi di negara lain. Integrasi ekonomi, seperti pembentukan serikat perdagangan dan aliansi ekonomi, juga berdampak pada stabilitas nilai tukar. Misalnya, negara-negara anggota Uni Eropa memiliki kesamaan kebijakan moneter yang memengaruhi nilai tukar Euro secara keseluruhan.

Dampak Fluktuasi Nilai Tukar terhadap Perdagangan Internasional

Fluktuasi nilai tukar dapat memengaruhi daya saing ekspor dan impor suatu negara. Apresiasi mata uang membuat barang ekspor lebih mahal di pasar internasional, sementara depresiasi mata uang dapat meningkatkan daya saing ekspor dengan membuatnya lebih murah di mata pembeli asing. Namun,

volatilitas yang tinggi dapat menciptakan ketidakpastian yang menghambat perdagangan internasional.

2. Krisis Keuangan dan Nilai Tukar

Studi Kasus Krisis Finansial Asia 1997 dan Dampaknya pada Nilai Tukar

Krisis Finansial Asia 1997 adalah contoh bagaimana krisis ekonomi dapat menghancurkan nilai tukar. Krisis dimulai di Thailand dengan jatuhnya Baht dan dengan cepat menyebar ke negara-negara tetangga, seperti Indonesia dan Korea Selatan. Depresiasi nilai tukar yang tajam terjadi karena pelarian modal asing dan ketidakpercayaan pasar terhadap kemampuan negara-negara tersebut untuk mempertahankan nilai tukar tetap.

Respons Pemerintah terhadap Krisis dan Pengaruhnya terhadap Nilai Tukar

Selama krisis, pemerintah sering merespons dengan kebijakan moneter yang ketat, seperti menaikkan suku bunga untuk menstabilkan nilai tukar dan menarik kembali modal asing. Langkah-langkah ini, sering kali disertai dengan bantuan internasional dan program penyesuaian struktural yang dimaksudkan untuk memulihkan kepercayaan pasar. Meskipun ini bisa efektif dalam menstabilkan nilai tukar, sering kali kebijakan ini memiliki dampak sosial yang besar, seperti peningkatan pengangguran dan kemiskinan.

3. Peran Bank Sentral dan Kebijakan Moneter

Bagaimana Bank Sentral Memengaruhi Nilai Tukar melalui Kebijakan Moneter

Bank sentral menggunakan berbagai alat kebijakan moneter untuk memengaruhi nilai tukar, termasuk intervensi langsung di pasar valuta asing, pengaturan suku bunga, dan kontrol atas aliran modal. Sebagai contoh, kenaikan suku bunga dapat memperkuat nilai tukar dengan menarik investasi asing, sementara penurunan suku bunga dapat mendorong pelemahan nilai tukar dengan mendorong pelarian modal.

Dampak Sistem Nilai Tukar pada Ekonomi Global

Sistem nilai tukar yang fluktuatif memiliki dampak besar terhadap ekonomi global. Fluktuasi nilai tukar dapat memengaruhi perdagangan internasional, aliran modal, dan stabilitas ekonomi suatu negara. Berikut adalah dampak utamanya.

- a. Dampak pada Perdagangan Internasional
Ketika mata uang suatu negara melemah, ekspor menjadi lebih kompetitif karena harga produk di pasar internasional menjadi lebih murah. Sebaliknya, impor menjadi lebih mahal, yang dapat memicu inflasi.
- b. Dampak pada Investasi Asing
Fluktuasi nilai tukar dapat memengaruhi keputusan investasi internasional. Investor cenderung mencari stabilitas, sehingga negara dengan mata uang yang tidak stabil dapat mengalami pengurangan aliran investasi asing.
- c. Stabilitas Keuangan Global
Nilai tukar yang sangat fluktuatif dapat memicu ketidakpastian di pasar keuangan global, yang dapat mengakibatkan gejolak ekonomi seperti krisis moneter. Contoh nyata adalah krisis Asia 1997–1998 yang dipicu oleh devaluasi baht Thailand dan menyebar ke negara-negara Asia lainnya.

Studi Kasus: Krisis Keuangan Asia 1997–1998

Pada tahun 1997, Asia Tenggara mengalami krisis keuangan yang dipicu oleh devaluasi mata uang di Thailand. Sebelum krisis, Thailand, Indonesia, dan Korea Selatan mengadopsi sistem nilai tukar tetap atau semi tetap, yang memunculkan spekulasi terhadap kestabilan mata uang mereka. Ketika Thailand melepaskan patokan nilai tukarnya terhadap dolar AS, terjadi kepanikan di pasar, menyebabkan depresiasi besar-besaran di kawasan ini. Krisis ini menggambarkan bagaimana ketidakstabilan nilai tukar dapat memicu gejolak ekonomi yang meluas, menghantam sektor perbankan, perdagangan, dan menyebabkan resesi yang mendalam.

Tantangan dan Prospek Masa Depan Sistem Nilai Tukar

Ke depan, sistem nilai tukar menghadapi berbagai tantangan yang kompleks, terutama terkait dengan globalisasi, integrasi ekonomi, dan perubahan teknologi keuangan. Tantangan yang mungkin dihadapi termasuk beberapa aspek berikut.

1. Volatilitas Nilai Tukar

Fluktuasi yang terlalu tinggi dapat mengganggu stabilitas ekonomi, terutama bagi negara-negara berkembang yang rentan terhadap perubahan nilai tukar.

2. Peran Teknologi Keuangan (Fintech)

Dengan kemajuan teknologi keuangan, seperti mata uang digital dan sistem pembayaran lintas batas, struktur nilai tukar tradisional dapat berubah. Misalnya, munculnya mata uang kripto, seperti Bitcoin menantang peran mata uang fiat dalam sistem ekonomi global.

3. Kerja Sama Internasional

Pentingnya koordinasi kebijakan moneter antar negara semakin meningkat. Sistem nilai tukar global pada masa depan, mungkin membutuhkan lebih banyak kerja sama internasional untuk menghindari dampak negatif dari fluktuasi nilai tukar yang tidak terkendali.

Kesimpulan

Sistem nilai tukar memainkan peran kunci dalam perekonomian global, memengaruhi perdagangan internasional, aliran investasi, dan stabilitas keuangan. Pemahaman tentang konsep dasar, teori, dan faktor-faktor yang memengaruhi nilai tukar sangat penting bagi para pelaku ekonomi, akademisi, dan pembuat kebijakan. Melalui artikel ini, diharapkan pembaca mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai peran strategis sistem nilai tukar dalam perekonomian modern, serta tantangan dan prospek yang akan dihadapi pada masa depan.

Daftar Pustaka

- Krugman, P., & Obstfeld, M. (2020). *International Economics: Theory and Policy*. New York: Pearson.
- Mishkin, F. S. (2019). *The Economics of Money, Banking, and Financial Markets*. New York: Pearson.
- Dornbusch, R. (1976). Expectations and Exchange Rate Dynamics. *Journal of Political Economy*, 84(6), 1161-1176.
- Eichengreen, B. (2008). *Globalizing Capital: A History of the International Monetary System*. Princeton University Press.
- Frenkel, J. A., & Mussa, M. L. (1985). *Asset Markets, Exchange Rates and the Balance of Payments*. NBER Working Paper.

TENTANG PENULIS



Dr. Rosye Rosaria Zaena, S.E., MS.i., Ak., CA., CTA., CPRM.

Ketertarikan penulis terhadap ilmu Akuntansi dimulai pada tahun 1998. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk kuliah jurusan akuntansi STIE INABA dan berhasil lulus tahun 2002. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan S-2 dan berhasil menyelesaikan studi S-2 di prodi Akuntansi UNPAD Bandung pada tahun 2006. Pada Tahun 2018, penulis menyelesaikan studi S-3 di prodi Doktor Ilmu Akuntansi Universitas Padjadjaran Bandung. Penulis memiliki kepakaran di bidang Akuntansi dan Metlit. Untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristek DIKTI. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini. E-mail: rosyezaena@gmail.com



STRUKTUR PASAR

Veronika Nugraheni Sri Lestari, S.E., M.M.
Universitas Dr.Soetomo, Surabaya

Pengertian Struktur Pasar

Pasar didefinisikan sebagai satu kelompok penjual dan pembeli yang mempertukarkan barang dan jasa yang dapat disubstitusikan. Dalam dunia bisnis, produk yang berbeda sebenarnya dijual, di daerah yang terpisah secara geografi. Pasar dalam arti sempit adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli. Dalam pengertian yang lebih umum, menurut Kuncoro (Kuncoro, 1997), pasar adalah suatu proses abstrak di mana penjual dan pembeli berkumpul untuk melakukan tukar menukar. Struktur pasar menurut Teguh (2010), menunjukkan fitur pasar seperti jumlah pembeli dan penjual, kondisi produk, pengetahuan penjual dan pembeli, dan tantangan masuk pasar. Perbedaan di antara komponen-komponen ini mengubah cara setiap pelaku pasar dalam industri bertindak, yang pada akhirnya akan menentukan perbedaan kinerja pasar.

Lebih lanjut, William J. Stanton (1993) menyampaikan, pasar terdiri dari kumpulan individu yang memiliki keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan keinginan untuk membelanjakan. Handri Ma'aruf (2006) mengatakan bahwa "p" tempat di mana orang bertemu antara penjual dan pembeli; interaksi di mana penjual dan pembeli melakukan penawaran dan permintaan; dan proses jual beli antara penjual dan pembeli.

Dalam kehidupan sehari-hari, konsep pasar tidak selalu terkait dengan istilah "pasar". Menurut pendapat Rita Hanafie (Hanafie, 2010), pasar mencakup semua permintaan dan penawaran, serta semua komunikasi yang terjadi antara penjual dan pembeli dalam rangka pertukaran barang dan jasa. " menurut Waluyo Hadi & Dini Hastuti (2011), " Pasar adalah mana penawaran dan permintaan terjadi antara penjual yang ingin menukarkan produk mereka dengan uang dan pembeli yang ingin menukarkan uang mereka dengan barang atau jasa. " Budiono (Boediono, 2002), menyatakan bahwa " Pasar adalah di mana kurva penawaran dan permintaan berkumpul. Pasar adalah tempat di mana transaksi antara penjual dan pembeli terjadi. Barang atau jasa apa pun dapat ditransaksikan, seperti beras, sayur-mayur, angkutan, uang, atau tenaga kerja . "

Menurut Teguh (2010), karakteristik pasar seperti jumlah pembeli dan penjual, produk, pengetahuan penjual dan pembeli, dan rintangan ditunjukkan oleh struktur pasar. Perbedaan dalam elemen-elemen ini, akan membuat masing-masing pelaku pasar dalam industri berbeda, yang pada gilirannya menyebabkan perbedaan dalam kinerja pasar, sedangkan menurut pendapat Hasibuan (1993), pengertian struktur sering diidentikan dengan bentuk atau format tetapi untuk istilah struktur pasar di sini adalah bentuk susunan. Jumlah dan luas distribusi perusahaan serta kemudahan atau kesulitan masuk dan keluar dari pasar disebut sebagai struktur pasar.

Struktur pasar adalah alat penting untuk melacak perubahan dalam perilaku dan kinerja industri karena secara strategis dapat memengaruhi kondisi persaingan serta tingkat harga barang dan jasa. Pada akhirnya, pengaruh struktur pasar berdampak pada kesejahteraan sosial (*social welfare*). Lebih lanjut, Hasibuan (1993) menjelaskan bahwa struktur pasar terdiri dari komponen yang menjelaskan pangsa pasar, konsentrasi, dan hambatan masuk.

Bentuk-Bentuk Struktur Pasar

Menurut pendapat Sumarsono (2007), dalam teori ekonomi mikro struktur pasar dibagi dalam empat macam bentuk, berikut ini.

1. Pasar Persaingan Sempurna

Persaingan sempurna adalah situasi pasar di mana sejumlah besar penjual dan pembeli berurusan dengan produk yang homogen dengan harga tetap yang ditetapkan oleh pasar. Barang homogen termasuk barang dengan bentuk, ukuran, kualitas, dan karakteristik lain yang sebanding. Dengan kata lain, pasar persaingan sempurna adalah ketika penjual menjual produk homogen dengan harga tetap yang ditentukan oleh industri dan bukan oleh satu perusahaan. Namun, di dunia nyata, contoh terdekat dari pasar persaingan sempurna adalah produk pertanian yang dijual oleh petani. Pasar memengaruhi harga barang seperti gandum, tebu, dan lain-lain.

Pasar persaingan sempurna adalah salah satu struktur pasar di mana tidak ada persaingan pribadi di antara perusahaan individu yang terlibat. Suatu pasar dikatakan sebagai pasar persaingan sempurna atau *perfect competition* jika memenuhi syarat sebagai berikut:

- a. memiliki banyak penjual;
- b. memiliki banyak pembeli;
- c. kebebasan untuk membuka dan menutup perusahaan (*free entry and free exit*);
- d. barang yang diperjual-belikan bersifat homogen (sama);
- e. penjual dan pembeli mempunyai pengetahuan yang sempurna tentang keadaan pasar; dan
- f. mobilitas sumber-sumber ekonomi yang cukup sempurna.

2. Pasar Monopoli

Nama "monopoli" berasal dari dua kata Yunani, "*monos*" yang berarti "tunggal" dan "*polus*" yang berarti "penjual". Monopoli adalah jenis pasar yang sama sekali berlawanan. Monopoli adalah keadaan pasar di mana hanya ada satu penjual yang menjual produk tanpa pengganti yang dekat, Kereta Api India, misalnya. Dalam pasar monopoli, masuknya perusahaan baru dan

keluarnya perusahaan lama dilarang. Di pasar monopoli, juga mungkin ada diskriminasi harga.

Pasar monopoli menurut pendapat Sumarsono (2007) adalah suatu model pasar di mana hanya ada satu penjual dan produk yang dihasilkan oleh produsen, berbeda dari produk yang dijual oleh penjual lainnya. Tidak ada barang pengganti yang sangat ketat. Selain itu, ada hambatan bagi produsen lain untuk masuk ke pasar.

Ciri-ciri pasar monopoli:

- a. hanya ada satu penjual;
- b. tidak ada penjual lain yang menjual *output* yang dapat mengganti secara baik *output* yang dijual oleh *monopolist*; dan
- c. adanya penghalang (baik alami maupun buatan) bagi perusahaan lain untuk memasuki pasar.

Hal-hal yang memungkinkan untuk timbulnya pasar monopoli pada umumnya adalah

- a. produsen merahasiakan salah satu atau lebih sumber daya penting;
 - b. produk yang dibuat atau proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan memiliki hak paten;
 - c. penetapan (tarif) yang dikenakan oleh pemerintah dengan tujuan mencegah masuknya barang serupa dari luar negeri;
 - d. pasar sangat kecil sehingga dapat dilayani oleh lebih dari satu perusahaan; dan
 - e. produsen menggunakan kebijaksanaan limitasi harga, yang berarti menetapkan harga sampai pada tingkat yang serendah untuk mencegah perusahaan baru masuk ke pasar.
3. Persaingan Monopolistik

Persaingan Monopolistik adalah situasi pasar di mana banyak perusahaan menjual produk yang terkait erat yang dapat dibedakan, kombinasi dari fitur pasar monopoli dan persaingan sempurna. Pasta gigi, sampo, sabun, dan produk lainnya adalah produk persaingan monopolistik. Misalnya, pasar sabun menikmati persaingan ketat dari berbagai merek dan kebebasan

masuk, yang menunjukkan karakteristik pasar yang sempurna dari persaingan. Setiap sabun, bagaimanapun, memiliki fitur unik, yang memungkinkan perusahaan menetapkan harga yang berbeda untuk sabun tersebut. Ini menggambarkan karakteristik pasar monopoli.

Menurut Sumarsono (2007), pasar persaingan monopolistik adalah suatu pasar di mana banyak produsen membuat produk yang berbeda corak (*differentiated product*).

Ciri-ciri pasar monopolistik:

- a. terdapat banyak penjual;
- b. barangnya berbeda corak;
- c. perusahaan mempunyai sedikit kekuasaan memengaruhi harga;
- d. masuk kedalam industri relatif mudah; dan
- e. persaingan mendapatkan promosi penjualan sangat mudah.

Pasar persaingan monopolistik merupakan peralihan dari pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli.

4. Oligopoli

"Oligopoli" berasal dari kata "*oligi*", yang berarti "sedikit", dan "*polein*", yang berarti "menjual". Pasar oligopoli adalah ketika ada lebih banyak pembeli daripada penjual. Penjual di pasar oligopoli menjual produk homogen atau tidak berbeda. Keputusan harga dan keluaran satu penjual di pasar ini dipengaruhi oleh keputusan harga dan keluaran penjual lain karena jumlah penjual di pasar ini lebih sedikit. Dengan kata lain, ketergantungan satu sama lain di antara para penjual barang berharga tinggi. Misalnya, produsen mobil mewah seperti BMW, Audi, Ford, dan lainnya berada di bawah pasar oligopoli karena jumlah penjual dan pembeli mobil mewah lebih sedikit. Terkadang, ada beberapa penjual di pasar oligopoli, dan setiap penjual dipengaruhi oleh penjual lain, yang dikenal sebagai "persaingan di antara sedikit".

Menurut Sumarsono (2007), oligopoli adalah jenis pasar dengan sedikit perusahaan. Setiap oligopoli memiliki kebijaksanaan sendiri, dan setiap perubahan harga atau hasil yang dibuat oleh

suatu perusahaan akan berdampak pada penjualan dan laba pesaingnya.

- a. Jenis-jenis pasar oligopoli:
 - 1) pasar oligopoli murni, dan
 - 2) pasar oligopoli dengan pembedaan
- b. Kebaikan pasar oligopoli:
 - 1) adanya efisiensi dalam menjalankan kegiatan produksi; dan
 - 2) persaingan di antara perusahaan akan memberikan keuntungan bagi konsumen dalam hal harga dan kualitas barang.
- c. Kelemahan pasar oligopoli:
 - 1) skala ekonomis yang telah diciptakan perusahaan, memasuki pasar membutuhkan investasi dan modal yang besar. ini membuat sulit bagi pesaing baru untuk masuk;
 - 2) hak paten atas sebuah produk menghalangi perusahaan lain untuk memproduksi produk serupa;
 - 3) perusahaan yang memiliki pelanggan yang setia akan sulit untuk bersaing;
 - 4) hambatan jangka Panjang, seperti pemberian hak waralaba oleh pemerintah yang menghalangi perusahaan lain untuk masuk ke pasar adalah contohnya; dan
 - 5) adanya kemungkinan terjadinya kolusi antara perusahaan di pasar yang dapat membentuk monopoli atau kartel yang merugikan masyarakat.

Hal yang sama dikemukakan oleh Teguh (2010), jenis-jenis pasar yang dibagi menjadi dua.

1. Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna (perfect competition) adalah pasar di mana tidak ada penjual dan pembeli yang banyak dan produk yang dijual sama. Mekanisme pasar dan hasil interaksi antara penawaran dan permintaan menentukan harga, sehingga penjual dan pembeli hanya dapat bertindak sebagai penerima harga. Barang dan jasa yang dijual di pasar ini sama dan tidak dapat dibedakan satu sama lain. Setiap produk terlihat sama. Pembeli

tidak dapat mengetahui apakah beberapa produsen membuat barang tersebut. Perusahaan yang dapat menjadi apa pun pada tingkat harga pasar adalah kompetitif sempurna.

2. Pasar Persaingan tidak Sempurna

Pasar monopoli, oligopoli, dan monopolistik adalah contoh pasar persaingan tidak sempurna di mana jumlah pembeli dan penjual tidak sebanding atau tidak seimbang.

a. Pasar Monopoli

Pasar monopoli adalah ketika hanya satu penjual yang menguasai pasar. Seorang penjual, juga disebut monopolis, adalah penentu harga di pasar ini.

b. Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar monopolistik memiliki struktur yang hampir sama dengan pasar persaingan murni, tetapi dengan diferensiasi produk dan sedikit kekuatan produsen untuk mengatur keadaan pasar.

c. Pasar Oligopoli

Pasar yang terdiri dari lebih dari dua perusahaan, tetapi tidak lebih dari sepuluh disebut sebagai pasar oligopoli. Setiap bisnis di pasar oligopoli diposisikan sebagai bagian dari permainan pasar, di mana kemenangan mereka bergantung pada tindakan pesaing mereka. Tujuan dari iklan, promosi, peluncuran produk baru, perubahan harga, dan sebagainya adalah untuk menjauhkan pelanggan dari pesaing mereka.

Struktur pasar merupakan penggolongan produsen kepada beberapa bentuk pasar berdasarkan pada ciri-cirinya, misalnya berdasarkan jenis produk yang dihasilkan, banyaknya perusahaan dalam suatu industri. Menurut Jusmaliani (2005), membedakan struktur pasar menjadi dua, sebagai berikut.

1. Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna adalah pasar di mana ada banyak penjual dan pembeli, produk yang dijual sama dan tidak dapat dibedakan, dan harga dibuat oleh mekanisme pasar dan pengaruh penawaran dan permintaan. Penjual dan pembeli di

pasar ini hanya dapat menerima harga dan tidak dapat memengaruhi harga.

Sistem pasar yang dianggap dapat menjamin tingkat produksi barang atau jasa yang tinggi dianggap sebagai pasar persaingan sempurna, yang merupakan struktur pasar yang paling ideal. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa menciptakan pasar yang memiliki struktur persaingan sempurna sebenarnya sulit. Dalam pasar persaingan sempurna, penjualan produk tidak akan dipengaruhi oleh promosi dan iklan karena ada produk yang sama atau identik

2. Pasar Persaingan tidak Sempurna

Dalam pasar dengan persaingan tidak sempurna, pembeli hanya mengikuti harga yang ditetapkan produsen karena hanya ada sedikit penjual di pasar (Rokhmat Subagiyo, 2016). Produsen memiliki otoritas penuh untuk mengendalikan harga, juga dikenal sebagai pembentuk harga.

Pada dasarnya, ketika *output* industri disediakan dan ditawarkan oleh sekelompok kecil bisnis, persaingan tidak sempurna akan muncul. Perusahaan kecil tidak dapat mempertahankan diri karena perusahaan besar dapat memproduksi lebih banyak barang dan mempromosikan produk mereka dengan lebih baik. Jadi dalam pasar persaingan tidak sempurna kita akan menemui penjual yang sedikit jumlahnya sehingga dari uraian di atas dapat disimpulkan ciri-ciri pasar persaingan tidak sempurna adalah sebagai berikut Pasar persaingan tidak sempurna dibagi menjadi beberapa macam, yaitu sebagai berikut.

a. Pasar Monopoli

Pasar monopoli Alam (2006) adalah jenis pasar di mana hanya ada satu penjual yang menguasai pasar dan tidak ada pengganti yang dekat. Perusahaan monopoli biasanya menghasilkan keuntungan yang lebih besar daripada yang biasanya diharapkan karena perusahaan lain tidak dapat memasuki industri tersebut.

Adapun ciri-ciri pasar monopoli menurut Sadono Sukirno (2013) sebagai berikut:

- 1) pasar monopoli adalah industri satu perusahaan;
 - 2) tidak mempunyai barang pengganti yang mirip;
 - 3) tidak terdapat kemungkinan untuk masuk ke dalam industri;
 - 4) dapat memengaruhi penentuan harga; dan
 - 5) promosi iklan kurang diperlukan.
- b. Pasar Oligopoli
- Menurut Rokhmat Subagiyo (2016), pasar oligopoli adalah pasar di mana satu atau lebih perusahaan memonopoli penjualan satu jenis barang. Oleh karena itu, jelas bahwa ada ketergantungan antara perusahaan di pasar tersebut. Maksudnya, apabila perusahaan satu menurunkan harga produksinya dan perusahaan yang lain tidak, maka perusahaan yang tidak menurunkan harga akan cenderung kehilangan pelanggan. Adapun ciri-ciri dari pasar oligopoli adalah sebagai berikut:
- 1) menghasilkan barang standar maupun barang berbeda corak;
 - 2) kekuasaan menentukan harga kadang lemah dan kadang sangat tangguh; dan
 - 3) pada umumnya perusahaan oligopoli perlu melakukan promosi secara iklan.
- c. Pasar Persaingan Monopolistik
- Menurut Sadono Sukirno (2013), pasar persaingan monopolistik adalah pasar di mana banyak perusahaan membuat produk yang berbeda dan heterogen, tetapi tidak lama lagi akan memiliki produk pengganti. Pasar monopolistik adalah salah satu yang paling umum di masyarakat. Ini adalah pasar yang berada di antara dua jenis pasar ekstrem, pasar monopoli dan persaingan sempurna. Oleh karena itu, karakteristiknya menggabungkan semua karakteristik pasar monopoli dan persaingan sempurna. Adapun ciri-ciri dari pasar persaingan monopolistik adalah sebagai berikut:

- 1) terdapat banyak penjual;
- 2) barangnya bersifat berbeda corak;
- 3) perusahaan mempunyai sedikit kekuasaan memengaruhi harga;
- 4) masuk ke dalam industri ini relatif mudah; dan
- 5) persaingan promosi penjualan sangatlah aktif.

Peran Pemerintah dalam Melindungi Pasar

Pemerintah bertanggung jawab untuk memastikan bahwa proses ekonomi berjalan dengan baik melalui pengelolaan, keberlangsungan, dan penataan pasar. Pemerintah telah menetapkan beberapa kebijakan untuk mengelola pasar modern dan tradisional. Pemerintah Indonesia mengeluarkan Perpres Nomor 112 Tahun 2007 (Perpres Nomor 112, 2007) tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pasar modern dan pusat perbelanjaan.

Adapun arah kebijakan yang ingin dicapai antara lain pemberdayaan pasar tradisional agar dapat tumbuh dan berkembang serasi, saling memerlukan, saling memperkuat, serta saling menguntungkan. memberi pedoman untuk operasi ritel tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern. Memberikan standar yang adil, saling menguntungkan, dan bebas tekanan untuk hubungan antara toko modern dan pemasok barang. membuat kolaborasi dengan usaha kecil untuk menciptakan persaingan yang sehat dan mengimbangi kebutuhan produsen, pemasok, toko modern, dan konsumen.

Untuk menegaskan Perpres nomor 112 tahun 2007, pemerintah kembali mengeluarkan aturan pendukung yaitu Permendag No. 53 Tahun 2008 tentang pedoman penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern. Perizinan, zonasi, dan perjanjian perdagangan diatur lebih rinci dalam aturan ini. Adanya kebijakan dan fungsi pemerintah di pasar tradisional seperti penataan, renovasi, revitalisasi, dan subsidi diharapkan meningkatkan stabilitas perdagangan. Karena sebagian masyarakat mencari uang dengan berdagang di pasar tradisional.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5, 1999) tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat. Bab I Ketentuan Umum Pasal 1 dalam Undang-Undang ini sebagai berikut.

1. Monopoli adalah penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha.
2. Pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan penguasaan produksi dan pemasaran barang dan jasa tertentu, yang menyebabkan persaingan bisnis yang tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum dikenal sebagai praktik monopoli.
3. Penguasaan yang nyata atas pasar bersangkutan oleh satu atau lebih pelaku usaha untuk menentukan harga barang dan jasa dikenal sebagai kekuasaan ekonomi.
4. Posisi dominan dapat didefinisikan sebagai keadaan di mana pelaku usaha memiliki posisi tertinggi di pasar bersangkutan dalam hal kemampuan keuangan, akses ke pasokan atau penjualan, dan kemampuan untuk menyesuaikan pasokan atau permintaan barang atau jasa tertentu.
5. Pelaku usaha adalah setiap individu atau badan usaha, baik badan hukum maupun bukan badan hukum, yang didirikan atau berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik secara individu maupun kolektif melalui perjanjian, yang menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.
6. Persaingan dalam produksi dan pemasaran barang atau jasa yang tidak jujur atau melanggar hukum disebut sebagai persaingan usaha tidak sehat.
7. Dengan nama apa pun, baik tertulis maupun tidak tertulis, satu atau lebih perusahaan mengikatkan diri terhadap satu atau lebih perusahaan lain disebut perjanjian.
8. Persekongkolan usaha, juga dikenal sebagai konspirasi usaha, adalah jenis kerja sama yang dilakukan oleh perusahaan dengan perusahaan lain dengan tujuan untuk menguasai pasar bersangkutan untuk kepentingan perusahaan tersebut.

9. Pasar adalah lembaga ekonomi di mana para pembeli dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan atau jasa.
10. Pasar bersangkutan didefinisikan sebagai pasar di mana perusahaan menjual barang dan jasa yang sama atau sejenis atau sebagai penggantinya.
11. Pasar secara keseluruhan dapat digambarkan sebagai struktur pasar. Struktur pasar terdiri dari jumlah penjual dan pembeli, hambatan masuk dan keluar, keragaman produk, sistem distribusi, dan penguasaan pangsa pasar.
12. Dalam peran mereka sebagai pemasok atau pembeli barang dan jasa, bisnis melakukan apa yang disebut "perilaku pasar" untuk mencapai tujuan perusahaan. Tujuan ini termasuk menghasilkan laba, meningkatkan aset, mencapai target penjualan, dan menggunakan strategi persaingan.
13. Pangsa pasar adalah persentase nilai jual atau beli barang atau jasa tertentu yang dikuasai oleh pelaku usaha pada pasar bersangkutan dalam tahun kalender tertentu.
14. Harga pasar adalah harga yang dibayar dalam transaksi barang dan atau jasa sesuai kepentingan antara para pihak di pasar bersangkutan.
15. Konsumen adalah setiap pemakai dan atau pengguna barang dan atau jasa sesuai kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan pihak lain.
16. Barang adalah setiap benda, baik bergerak maupun tidak bergerak, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh pelanggan atau bisnis.
17. Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang diperdagangkan dalam masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.
18. Komisi Pengawas Persaingan Usaha dibentuk untuk melindungi pelaku usaha dari monopoli dan persaingan yang tidak sehat.
19. Pengadilan Negeri adalah pengadilan, sebagaimana dimaksud dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku, di tempat kedudukan hukum usaha pelaku usaha.

Daftar Pustaka

- Alam. (2006). *Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Boediono. (2002). *Ekonomi Makro: Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No.1. Edisi 2*. Yogyakarta: BPEE.
- Hanafie, R. (2010). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta: CV Andi offset.
- Hasibuan, N. (1993). *Ekonomi Industri: Persaingan, Monopoli, dan Regulasi*. Jakarta: LP3ES.
- Hen dri , & MaPemasaran Ritel. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Jainvanmy8r. (2023, July 23). *Perbedaan antara empat Bentuk Pasar (Persaingan Sempurna, Monopoli, Persaingan Monopolistik dan Oligopoli)*.
[https://www.geeksforgeeks.org/distinction-between-the-four-forms-of-market-perfect-competition-monopoly-monopolistic-competition-and-oligopoly/?X_tr_sl=en](https://www.geeksforgeeks.org/distinction-between-the-four-forms-of-market-perfect-competition-monopoly-monopolistic-competition-and-oligopoly/).
- Jusmaliani. (2005). *Kebijakan Ekonomi dalam Islam*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Kuncoro, M. , A. & P. R. (1997). *Ekonomi Industri; Konsep dasar; Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar. Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE.
- Perpres Nomor 112. (2007). *Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pasar Modern dan Pusat Perbelanjaan*.
- Sadono Sukirno. (2013). *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Stanton, W. J. (1993). *Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi ketujuh*. Jakarta: Erlangga.
- Sumarsono. (2007). *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Teguh, M. (2010). *Ekonomi Industri*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5. (1999). *Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat*.
- Waluyo Hadi & Dini Hastuti. (2011). *Kamus Terbaru Ekonomi & Bisnis*. Surabaya: Reality Publisher.

TENTANG PENULIS



Veronika Nugraheni Sri Lestari, S.E., M.M.

Lahir di Surabaya 1971. Penulis menempuh pendidikan S-1 di Universitas Dr. Soetomo Surabaya (Ekonomi Pembangunan) pada tahun 1990–1995 dan dilanjutkan pendidikan S-2 di Universitas Dr. Soetomo (Magister Manajemen) pada tahun 2000–2002. Saat ini, penulis melanjutkan Studi S-3 Program Doktor Ilmu Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIESIA) Surabaya. Penulis adalah Dosen tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas Dr. Soetomo Surabaya dari tahun 1998 – sampai sekarang dan sebagai Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan (Kaprod-EP) Universitas Dr. Soetomo: Periode 01Agustus 2023–30 September 2026. Penulis juga sebagai Asesor LSP (Lembaga Sertifikasi Profesi) Unitomo dan Pengurus Adri Jatim. Penulis mendapatkan Hibah Ristek Dikti / Brin – Skema PTUPT (Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi) pada tahun 2016, 2017, 2018, 2019 dan 2020, Skema Penelitian Strategi Nasional Institusi 2018, 2019 serta memiliki 2 paten terdaftar dan 1 paten merk. Penulis memiliki 31 Buku ber ISBN dan 20 hak cipta.



PENDAPATAN NASIONAL

Yuvensius Ramompas, S.E., M.E.

Universitas Kristen Wira Wacana Sumba

Pendahuluan

Kegiatan ekonomi dalam lingkup kecil dapat kita rasakan melalui kegiatan sehari-hari seperti kegiatan jual-beli, mendapat penghasilan dari bekerja sehingga menjadi pendapatan. Sama halnya dengan sebuah negara. Negara membutuhkan pendapatan guna membangun infrastruktur seperti jalan, jembatan, pelabuhan, lapangan udara dan lainnya untuk memperlancar arus barang dan jasa, menambah pintu masuk akses pasar yang lebih luas bagi pelaku ekonomi. Hal ini mendorong terciptanya lapangan pekerjaan, pertumbuhan ekonomi suatu daerah dan meningkatkan pendapatan nasional. Oleh karena itu, salah satu indikator makro ekonomi yang dapat digunakan untuk memperkirakan keadaan perekonomian suatu negara ialah pendapatan nasional.

Guna mengetahui lebih lanjut mengenai pendapatan nasional, pada bab ini akan dijelaskan secara rinci mengenai pengertian, komponen, metode penghitungan, manfaat, indikator, dan pendapatan per kapita.

Pengertian Pendapatan Nasional

Pendapatan nasional merupakan kombinasi hasil aktivitas dari pelaku ekonomi. Dalam ilmu ekonomi *pendapatan nasional* diartikan sebagai jumlah akhir keseluruhan barang dan jasa yang diproduksi

oleh suatu perekonomian dalam suatu waktu periode tertentu, biasanya satu tahun dan dihitung berdasarkan nilai pasar. Sederhananya, pendapatan nasional ialah jumlah pendapatan masyarakat di suatu negara dalam periode satu tahun.

Pendapatan nasional menurut para ahli adalah sebagai berikut (Finny, 2024).

1. Arthur Cecil Pigou mendefinisikan pendapatan nasional ialah bagian dari pendapatan objektif rakyat suatu negara, meliputi pendapatan luar negeri yang dapat diukur dengan uang.
2. Irving Fisher mengartikan pendapatan nasional adalah jasa-jasa yang diterima oleh konsumen akhir baik, yang berasal dari material atau dari lingkungan manusianya dan dikonsumsi dalam tahun yang sama.
3. Alfred Marshall mendefinisikan pendapatan nasional adalah tenaga kerja dan modal yang dimanfaatkan oleh suatu negara untuk mengelola sumber daya alam termasuk segala jenis jasa akhir.
4. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pendapatan yang diperoleh seluruh rumah tangga keluarga (RTK) pada suatu negara, biasanya satu tahun dari penyerahan beberapa faktor-faktor produksi dalam periode tertentu.

Pendapatan nasional merupakan suatu *tools* mengetahui tingkatan perekonomian suatu negara. Tujuan pendapatan nasional ialah untuk menilai tingkat pertumbuhan ekonomi suatu negara, mengetahui nilai barang dan jasa yang dihasilkan pelaku ekonomi selama periode satu tahun, dan membuat konsep program pembangunan yang berkelanjutan. Selain itu, pendapatan nasional dapat dijadikan sebagai pembandingan perkembangan ekonomi dengan negara lain dan dipengaruhi kegiatan masyarakat di berbagai sektor ekonomi.

Di bawah ini, terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi tinggi rendahnya pendapatan nasional dari suatu negara (Tjambolang, Yayu, & Syamsuddin, 2023).

1. Kebijakan Pemerintah

Faktor pertama yang memengaruhi pendapatan nasional ialah kebijakan pemerintah. Kebijakan pemerintah seperti pajak dan utang dapat mengatur pembiayaan publik. Dengan kata lain, pemerintahan yang bersih, berwibawa, serta berkualitas maka akan menghasilkan kebijakan yang tepat. Kebijakan seperti perpajakan dan utang yang tepat disertai dengan pelaksanaan yang bertanggung jawab, akan berpengaruh pada tambahan pendapatan nasional suatu negara.

2. Konsumsi

Faktor lain yang memengaruhi pendapatata nasional ialah konsumsi. Konsumsi ini merupakan keseluruhan pengeluaran negara untuk memperoleh produk dalam satu tahun. Aktivitas konsumsi akan menyebabkan naik turunnya permintaan barang dan jasa, sehingga perekonomian akan mengikuti tingkatan produksi. Dengan kata lain, peningkatan produksi barang dan jasa akan menyebabkan peningkatan perekonomian begitujuga sebaliknya.

3. Investasi dan Tabungan

Aktivitas investasi dan Tabungan, berkaitan dengan karena keduanya berkaitan dengan pendapatan dan pengeluaran sehingga memengaruhi peningkatan pendapatan nasional. Faktor investasi dan tabungan dapat menghasilkan keuntungan pada masa yang akan datang sehingga mampu meningkatkan pendapatan nasional. Investasi akan menyerap tenaga kerja berdampak pada peningkatan produksi barang dan jasa.

4. Permintaan dan Penawaran Agregat

Hal ini berkaitan kuat dengan dengan tingkat permintaan dan penawaran barang-barang, berdasarkan tingkat harga. Ketika permintaan barang dan jasa naik maka tingkat harga barang/jasa akan mengikuti. Naiknya tingkat harga akan mengikat produsen guna menjual lebih banyak barang/jasa sehingga pendapatan nasional akan bertambah. Permintaan dan penawaran agregat dapat menyebabkan perubahan pada tingkat harga,

tingkat pengangguran, tingkat pendapatan masyarakat dan tingkat kegiatan ekonomi secara keseluruhan.

5. Stabilitas Keamanan

Negara dengan stabilitas keamanan yang buruk, dapat berpengaruh terhadap kegiatan perekonomian, sehingga pendapatan nasional dari suatu negara akan berpengaruh. Sebaliknya, apabila stabilitas keamanan terjaga dengan baik akan mendorong percepatan transisi perekonomian sehingga jumlah pendapatan nasionalnya meningkat.

6. Penguasaan Teknologi

Tingkat teknologi yang dimiliki suatu negara, dapat menyumbang pendapatan suatu negara. Negara dengan tingkat penguasaan teknologi yang tinggi, cenderung menghasilkan lebih banyak barang dan jasa, membantu menciptakan layanan dan produk yang lebih baik.

7. Jumlah Modal

Apabila suatu negara memiliki modal yang cukup, maka pendapatan nasionalnya akan meningkat. Sebaliknya, jika negara tersebut kekurangan modal, maka pendapatan nasionalnya tidak akan optimal.

8. Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan

Kecenderungan negara dengan kualitas SDM yang tinggi, memiliki pendapatan nasional yang tinggi pula. SDM memiliki dua komponen utama, yaitu kuantitas dan kualitas. Unsur atau komponen kuantitas mengacu pada jumlah penduduk yang dapat bekerja, sedangkan aspek kualitas mengacu pada jasa kerja yang tersedia dan diberikan untuk produksi.

9. Kualitas Sumber Daya Alam (SDA)

Faktor lain yang memengaruhi pendapatan nasional ialah SDA. SDA digunakan untuk produksi. Suatu negara dengan potensi SDA yang melimpah maka akan meningkatkan pendapatan nasional melalui perdagangan.

Komponen Pendapatan Nasional

Komponen pendapatan nasional merupakan unsur-unsur yang menyusun pendapatan nasional suatu negara. Komponen pendapatan nasional setidaknya meliputi 6 macam, yakni *Gross Domestic Product* (GDP) atau Produk Domestik Bruto, *Gross National Product* (GNP) atau Produk Nasional Bruto, *Net National Product* (NNP), *Net National Income* (NNI), *Personal Income* (PI), dan *Disposable Income* (DI) (Silitonga, 2023).

1. Produk Domestik Bruto (*Gross Domestic Product* = GDP)

Produk Domestik Bruto (PDB) ialah perhitungan akhir nilai pasar dari semua barang dan jasa yang diproduksi suatu negara dalam periode tertentu. GDP merupakan salah satu ukuran utama aktivitas perekonomian nasional suatu negara. GDP meliputi barang serta jasa yang diproduksi untuk diperjual belikan dipasar bersama dengan produksi nonpasar, seperti layanan pertahanan atau pendidikan yang disediakan pemerintah. Komponen utama GDP adalah konsumsi, pengeluaran pemerintah, investasi, dan ekspor bersih.

Adapun rumus GDP yaitu:

$$\text{GDP} = \text{produk warga negara di dalam negeri} + \text{produk warga negara asing di dalam negeri}$$

2. Produk Nasional Bruto (*Gross National Product* = GNP)

Produk Nasional Bruto (PNB) ialah perhitungan nilai akhir barang dan jasa yang dihasilkan oleh warga negara suatu negara, baik yang berada di dalam negeri maupun di luar negeri. Produk nasional meliputi barang dan jasa yang dihasilkan oleh warga negara di luar negeri.

Adapun rumus GNP yaitu:

$$\text{GNP} = \text{GDP} + \text{Pendapatan neto terhadap luar negeri}$$

3. Pendapatan Nasional Neto (*Net National Income* = NNI)

Pendapatan nasional neto merupakan pendapatan nasional yang dihitung dari jumlah balas jasa yang diperoleh masyarakat sebagai pemilik faktor produksi. NNI merupakan bagian dari pendapatan nasional yang dihitung secara bersih.

Adapun rumus NII yaitu:

$$\text{NNI} = \text{NNP} - \text{Pajak tidak Langsung} + \text{Subsidi}$$

4. Produk Nasional Netto (*Gross National Product* = NNP)

Gross National Product merupakan ukuran total nilai barang dan jasa yang diproduksi oleh warga negara suatu negara, di dalam maupun di luar negeri, setelah dikurangi dengan penyusutan barang modal.

Adapun rumus NNP yaitu:

$$\text{NNP} = \text{GNP} - \text{Penyusutan}$$

5. Pendapatan Perseorangan (*Personal Income* = PI)

Pendapatan perseorangan merupakan jumlah keseluruhan pendapatan yang diterima oleh setiap orang dalam masyarakat dalam suatu periode waktu tertentu, biasanya satu tahun. Pendapatan ini mencakup berbagai sumber, seperti pendapatan sewa, gaji, dividen, dan lainnya.

Adapun rumus PI yaitu:

$$\text{PI} = \text{NNI} + \text{transfer payment} - (\text{Laba yang tidak dibagikan} + \text{Pajak Perseroan} + \text{Iuran Asuransi} + \text{Iuran Dana Sosial})$$

6. Pendapatan Disposibel (*Disposable Income* = DI)

Pendapatan perseorangan merupakan jumlah keseluruhan pendapatan yang diterima oleh setiap orang dalam masyarakat dalam suatu periode waktu tertentu, biasanya satu tahun. Pendapatan ini mencakup berbagai sumber, seperti pendapatan sewa, gaji, dividen, dan lainnya.

Adapun rumus DI yaitu:

$$\text{DI} = \text{PI} - \text{Pajak Langsung}$$

Metode Penghitungan Pendapatan Nasional

Perhitungan pendapatan nasional bertujuan guna memperoleh gambaran mengenai Tingkat ekonomi yang telah dicapai di suatu negara. Pendekatan nasional memiliki tiga pendekatan berbeda, berdasarkan arus kegiatan ekonomi negara yaitu pendekatan pendapatan, produksi, dan pengeluaran (Jaya & Khasanah, 2023).



Gambar 14.1 Metode Perhitungan Pendapatan Nasional
 Sumber: (Usman, 2023)

1. Metode Pendekatan Pendapatan (*Income Approach*)

Metode ini menghitung pendapatan nasional dengan menjumlahkan semua pendapatan yang diterima oleh masyarakat dari berbagai sektor produksi dan jasa dalam periode tertentu. Dengan kata lain, pendapatan nasional didapatkan dari gaji atau upah, bunga neto, sewa, dan keuntungan usaha perseorangan.

Adapun rumus untuk mencari pendapatan nasional yaitu:

$$Y = r + w + i + p$$

Keterangan: Y adalah pendapatan nasional, w adalah *waged* atau upah, r adalah *rent* atau sewa, i adalah *interest* atau bunga modal, p adalah *profit*.

2. Metode Pendekatan Produksi (*Production Approach*)

Pendekatan produksi menghitung pendapatan nasional berdasarkan nilai seluruh produksi di setiap sektor suatu negara dalam periode tertentu.

Adapun rumus untuk mencari pendapatan nasional yaitu:

$$Y = (Q_1 \times P_1) + (Q_2 \times P_2) + (Q_3 \times P_3) + \dots + (Q_n \times P_n)$$

Keterangan: Y adalah pendapatan nasional, P1 adalah harga barang ke 1, Pn adalah harga barang ke n, Q1 adalah jenis barang ke-1, Qn adalah jenis barang ke-n

3. Metode Pendekatan Pengeluaran (*Expenditure Approach*)

Metode terakhir ialah pendekatan pengeluaran, yaitu cara yang umum digunakan untuk menghitung pendapatan nasional suatu negara. Metode ini menghitung pendapatan nasional dengan menjumlahkan permintaan akhir dari pelaku ekonomi, seperti konsumen, produsen, dan pemerintah.

Adapun rumus untuk mencari pendapatan nasional menggunakan metode pendekatan pengeluaran yaitu:

$$PN/Y = C + I + G + (X - M)$$

Keterangan: Y adalah pendapatan nasional, C adalah *consumption* atau konsumsi rumah tangga, I adalah *investment* atau investasi, G adalah *government expenditure* atau pengeluaran pemerintah, X adalah ekspor, dan M adalah Impor.

Manfaat Pendapatan Nasional

Pendapatan nasional merupakan salah satu komponen dari ilmu ekonomi yang menjabarkan tingkatan ekonomi yang ingin dicapai oleh sebuah negara. Untuk mengukur capaian ekonomi salah satu alat ukurnya ialah pendapatan nasional (Purnamasari, 2024). Adapun manfaat pendapatan nasional ialah mendukung dalam perumusan kebijakan ekonomi dan rencana pembangunan yang efektif. Berikut beberapa manfaat pendapatan nasional (Elpiasah, 2022).

1. Dapat Mengetahui Struktur Perekonomian Suatu Negara

Pendapatan nasional dapat digunakan untuk mengetahui struktur perekonomian suatu negara dengan melihat seberapa besar peranan dari setiap sektor perekonomian terhadap pendapatan nasional. Misalnya, jika struktur perekonomian negara tersebut ditopang oleh industri, itu artinya sektor industri yang lebih mendominasi dalam pendapatan nasional.

2. Dapat Mengetahui Indikator Kesejahteraan Ekonomi
Namun, indikator tersebut memiliki beberapa kelemahan, sehingga tidak bisa mutlak menggambarkan kondisi suatu negara.
3. Dapat Mengetahui Perkembangan Ekonomi Suatu Negara dan Daerah dari Tahun ke Tahun
Aktivitas perekonomian dapat dilihat melalui nilai pendapatan nasional, data tersebut dapat menjadi gambaran guna membantu apakah perekonomian sedang stagnan, berkembang, atau mengalami kontraksi.
4. Dapat Menjadi Gambaran Kemajuan Ekonomi Antarneegara
Artinya, pendapatan nasional dapat digunakan sebagai pembandingan kesehatan ekonomi antar negara, sehingga dapat menilai posisi relatif suatu negara dalam perekonomian internasional.
5. Sebagai Jaring Pengaman Sosial serta Menjadi Sumber Informasi bagi Pemerintah
Pendapatan nasional yang cukup memungkinkan pemerintah untuk menyediakan jaringan keamanan sosial, seperti jaminan sosial, program bantuan sosial, dan pensiun, masyarakat yang rentan atau tidak mampu dapat terbantu.

Pendapatan Per Kapita

Pendapatan per kapita sebagai alat ukur yang digunakan untuk melihat tingkatan kesejahteraan masyarakat di suatu negara. Pendapatan per kapita dihitung dengan membagi pendapatan nasional dengan jumlah penduduk (Lailani & Maulidia, 2022). Menurut Anwar (2022) jika pendapatan per kapita suatu negara dalam jangka panjang meningkat maka perekonomian bisa dikatakan baik, meski demikian pendapatan per kapita bisa dipengaruhi oleh stabilitas politik dan fenomena alam. Data pendapatan per kapita juga dapat dipergunakan untuk melihat pembangunan yang sedang dan atau sudah berlangsung di suatu negara.

Adanya hubungan sebab-akibat pendapatan nasional dan pendapatan per kapita, yaitu jika pendapatan nasional tinggi, maka pendapatan per kapita juga mengikuti. Sebaliknya, jika pendapatan

nasional menurun, maka pendapatan per kapita juga akan menurun (Zasriati, 2022). Terdapat dua komponen penting dalam membentuk pendapatan per kapita, sebagai berikut.

1. Pendapatan Nasional

Pendapatan nasional memiliki pengaruh yang saling berhubungan dengan pendapatan per kapita. Apabila semakin tinggi pendapatan nasional, maka pendapatan per kapita juga akan mengikuti dan searah, begitu pula sebaliknya,

2. Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk merupakan total penduduk yang berdomisili atau mendiami suatu wilayah atau negara. Tingkat perbandingan pendapatan per kapita dan jumlah penduduk berbanding terbalik, artinya jika jumlah penduduk yang berdomisili di suatu negara tinggi, maka pendapatan per kapitanya semakin rendah.

Adapun pengelompokan negara berdasarkan pendapatan per kapita yang diatur oleh Bank Dunia (*World Bank*), di antaranya berpendapatan rendah, berpendapatan menengah ke bawah, berpendapatan menengah ke atas, dan berpendapatan tinggi (Lopus, 2013).

1. Negara Berpendapatan Rendah (*Low-Income Countries*)

Pengelompokan negara pertama, yaitu kelompok negara dengan pendapatan per kapita rata-ratanya kurang dari \$1.145 per kapita. Contoh pendapatan per kapita rendah dapat dijumpai pada negara-negara di Afrika dan daerah konflik, seperti Sudan Selatan, Afrika Tengah, Somalia, Mali, Afghanistan, Suriah dan banyak lagi.

2. Negara Berpendapatan Menengah ke Bawah (*Lower-Middle-Income Countries*)

Selanjutnya, kelompok negara berdasarkan pendapatan per kapita adalah negara berpenghasilan menengah ke bawah. Biasanya, berkisaran di antara \$1.146 sampai dengan \$ 4.515 per kapita. Pendapatan per kapita ini dapat dijumpai pada negara-negara Asia dan Afrika, seperti Vietnam, India, Tanzania, Maroko.

3. Negara Berpendapatan Menengah ke Atas (*Upper-Middle-Income Countries*)

Kelompok *upper-middle-income countries* berdasarkan pendapatan per kapita ialah negara dengan jumlah pendapatan rata-rata antara \$4.516 sampai dengan \$14.005. Contoh pendapatan per kapita ini berasal dari negara-negara seperti Brasil, Meksiko, Indonesia, Afrika Selatan.

4. Negara Berpendapatan Tinggi (*High-Income Countries*)
 Kelompok terakhir, yaitu negara berpendapatan tinggi. Suatu negara dikatakan berpenghasilan besar jika pendapatan per kapitanya senilai lebih dari USD. 14.005. Biasanya kelompok ini, berasal dari negara-negara maju di dunia. Contoh pendapatan per kapita tinggi, yaitu negara Amerika Serikat, Jepang, Jerman, dan sebagainya.

	Low Income	Lower-middle Income	Upper-middle Income	High Income
July 1, 2024 – for FY25 (new)	≤ 1,145	1,146 - 4,515	4,516 - 14,005	> 14,005
July 1, 2023 – for FY24 (previous)	≤ 1,135	1,136 - 4,465	4,466 - 13,845	> 13,845

Gambar 2. Pengelompokan negara berdasarkan pendapatan per kapita (Metreau, Young, & Eapen 2024).

Michael Paul Todaro menjabarkan bahwa pendapatan nasional dan pendapatan per kapita merupakan indeks kesejahteraan dan pembangunan suatu negara yang bias. Meski demikian, pendapatan nasional tidak menjadi patokan yang ideal dalam menggambarkan kesejahteraan warga negaranya serta tidak dapat digunakan untuk mengukur kemakmuran suatu negara.

Daftar Pustaka

Anwar, Syaiful. (2022). *Pengantar Ekonomi Pembangunan*. Cirebon: CV Green Publisher Indonesia.

Elpiasah. (2022). *Pengantar Ekonomi Makro*. Purwokerto: CV Pena Persada.

Finny, Redjeki. (2024). *Konsep Dasar Ekonomi*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.

Jaya, Akbar, & Jana Siti Nor Khasanah. (2023). *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Lamongan: Nawa Liter Publishing.

Lailani, Suci, & Siti Putri Maulidia. (2022). Analisis Pendapatan dan

- Jumlah Penduduk terhadap Tingkat Konsumsi di Provinsi Aceh. *Langgas: Jurnal Studi Pembangunan*, 1(1), 31–37.
- Lopus, Jane. (2013). *Student Handbook to Economics: International Economics*. III. New York: Fatcs On File.
- Metreau, Eric, Kathryn Elizabeth Young, & Shwetha Grace Eapen. 2024. "World Bank Country Classification 2024-2025." *Blogs.Worldbank.Org/*. Retrieved (https://blogs.worldbank.org/en/opendata/world-bank-country-classifications-by-income-level-for-2024-2025#:~:text=The World Bank Group assigns,of the previous calendar year.).
- Purnamasari, Bunga. (2024). Instrumen Pendapatan Nasional dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Taswiq: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 1–12. doi: 10.35905/taswiq.v1i1.10697.
- Silitonga, Dikson. (2023). *Makroekonomi Suatu Pengantar*. Purwokerto: Zahira Media Publisher.
- Tjambolang, Tjare Anugerah, Meiniza Zainiar Yuyu, & Syamsuddin. (2023). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Usman, Ahmadi. (2023). *Pengantar Ilmu Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Makassar: Nas Media Pustaka..
- Zasriati, Masrida. (2022). Analisis Pengaruh Tingkat Pendapatan Per Kapita dan Pembentukan Modal terhadap Perekonomian di Provinsi Jambi Tahun 2016-2020. *Al Fiddhoh: Journal of Banking, Insurance, and Finance*, 3(1), 41–50.

TENTANG PENULIS



Yuvensius Ramompas, S.E., M.E.

Dilahirkan di Ketapang, Kalimantan Barat. Menyelesaikan kuliah di Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura Pontianak (Untan), dan berhasil meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada tahun 2019. Lulus S-2 di Program Pascasarjana Universitas Tanjungpura Pontianak Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan (IESP) tahun 2022, dengan tesisnya tentang Analisis Perekonomian di 8 Negara ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*). Kini aktif sebagai tenaga pengajar di Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Humaniora (FEBH) Universitas Kristen Wira Wacana Sumba (Unkriswina) pada program S-1 Ekonomi Pembangunan sejak tahun 2023, dan membina beberapa mata kuliah: Pengantar Ilmu Ekonomi, Ekonomi Regional, Ekonomi Keuangan Daerah, Statistika, Ekonometrika, dan Pengantar Manajemen dan Bisnis. Buku referensi dengan judul Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro (Konsep dan Teori). Beberapa tulisan yang telah dihasilkan dalam bentuk jurnal nasional yang terakreditasi dan bereputasi pada bidang keilmuan ekonomi. Selain menulis, penulis juga aktif sebagai peneliti dan menulis buku dengan harapan dapat memberi kontribusi dalam peningkatan literasi di Indonesia.



INFLASI DAN PENGANGGURAN

Meiske Wenno, S.E., M.M.
Universitas Pattimura

Teori Inflasi

Inflasi menunjukkan kenaikan tingkat harga pasar secara keseluruhan. Jika laju inflasi didefinisikan sebagai tingkat perubahan tingkat harga umum, maka tingkat inflasi dikuantifikasi sebagai berikut:

$$\text{Laju inflasi (tahun } t) = \frac{\text{tingkat harga (tahun } t) - \text{tingkat harga (tahun } t-1)}{\text{Tingkat harga (tahun } t-1)} \times 100$$

Dalam konteks inflasi, tingkat harga menunjukkan gabungan tingkat harga rata-rata tertimbang barang dan jasa dalam perekonomian. Intinya, tingkat harga diukur dengan indeks harga, yang mungkin berbeda antara indeks harga konsumen (IHK) dan indeks harga produsen (IHP). Deflasi merupakan antitesis dari inflasi, yang ditandai dengan penurunan tingkat harga keseluruhan (Samuelson dan Nordhaus, 1997).

Dalam kerangka inflasi, tingkat harga menunjukkan tingkat harga rata-rata tertimbang agregat komoditas dan jasa dalam perekonomian. Pada hakikatnya, pengukuran tingkat harga dilakukan melalui indeks harga, yang dikenal sebagai indeks harga konsumen (IHK) atau indeks harga produsen (IHP). Deflasi adalah kebalikan mendasar dari inflasi, yang ditandai dengan penurunan tingkat harga umum.

Jenis-Jenis Inflasi

Bentuk-bentuk inflasi dapat dikategorikannya "menurut intensitasnya. Berdasarkan "parak-tidaknya", inflasi dapat dibagi

1. inflasi ringan (kurang dari 10% per tahun);
2. inflasi sedang (berkisar antara 10% hingga 30% per tahun);
3. inflasi berat (berkisar antara 30% hingga 100% per tahun); dan
4. hiperinflasi (melebihi 100% per tahun).

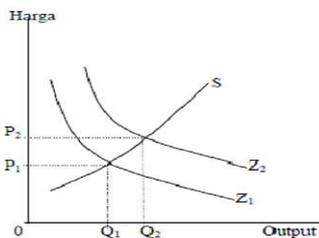
Menurut Samuelson dan Nordhaus (1997), inflasi dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori berbeda: inflasi moderat (*moderat inflation*), inflasi ganas (*galloping inflation*), dan hiperinflasi.

Berdasarkan penyebab awal terjadinya inflasi, inflasi dapat diklasifikasikan menjadi

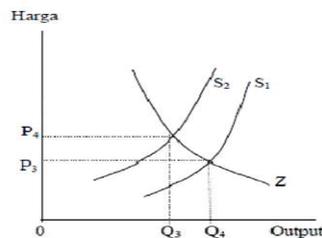
1. inflasi merupakan akibat dari tingginya permintaan masyarakat terhadap komoditas tertentu, bentuk inflasi ini disebut *demand inflation*; dan
2. inflasi yang terjadi akibat meningkatnya biaya produksi. Hal ini disebut *cost inflation*.

Jarang sekali kedua bentuk inflasi ini ditemukan dalam aplikasi empiris dalam bentuk murninya. Biasanya, inflasi yang terjadi di berbagai negara di seluruh dunia merupakan gabungan dari kedua bentuk inflasi tersebut, dan keduanya sering kali memperlihatkan fitur yang saling memperkuat.

Perbedaan antara kedua jenis inflasi tersebut, dapat dijelaskan dengan penggambaran grafis yang menyertainya (Gambar 14.1 dan 16.2).



Gambar 14.1 Demand Inflation



Gambar 14.2 Cost Inflation

Gambar 14.1 menandakan adanya *demand inflation*. Berdasarkan peningkatan permintaan agregat terhadap komoditas, kurva permintaan agregat bergeser dari Z1 ke Z2. Akibatnya, harga yang berlaku naik dari P1 ke P2. Gambar 14.2 mendefinisikan *cost inflation*. Pergeseran kurva penawaran agregat dari S1 ke S2 menunjukkan penurunan penawaran agregat karena peningkatan biaya produksi. Akibatnya, tingkat harga umum naik dari P3 ke P4.

Soediyono (1992) mengategorikan inflasi menjadi tiga jenis, sebagai berikut.

1. Inflasi permintaan, sebutan alternatif untuk bentuk inflasi ini adalah inflasi tarikan permintaan (*demand-pull inflation*) dan inflasi permintaan.
2. Inflasi penawaran, karakteristik lain dari bentuk inflasi ini adalah adanya inflasi dorongan biaya (*cost-push inflation*) dan inflasi penawaran.
3. Inflasi campuran, mengacu pada inflasi yang mencakup komponen tarikan permintaan dan dorongan biaya. Jenis inflasi ini umumnya disebut sebagai *mixed inflation*.

Teori-Teori Inflasi

Boediono (1994) menguraikan tiga teori inflasi sebagai berikut.

1. Teori Kuantitas

Teori kuantitas adalah penjelasan yang sudah lama digunakan untuk menjelaskan inflasi. Hipotesis ini menyoroti dampak dua elemen pada proses inflasi: (a) jumlah uang yang beredar dan (b)antisipasi individu terhadap kenaikan harga. Inti dari gagasan ini dapat diringkas sebagai berikut.

- a. Peningkatan volume inflasi, baik berupa uang kartal maupun uang giral, merupakan satu-satunya penentu inflasi. Pertumbuhan jumlah uang ibarat bahan bakar beredar berfungsi sebagai katalisator fenomena inflasi. Kegagalan menambah jumlah uang beredar akan mengakibatkan inflasi berhenti secara spontan, apa pun penyebab yang mendasarinya.

- b. Tingkat inflasi dipengaruhi oleh laju pertumbuhan jumlah uang beredar dan ekspektasi individu terhadap fluktuasi harga pada masa depan.

Mengingat keadaan tersebut, ada tiga kemungkinan keadaan.

Keadaan pertama, terjadi ketika rata-rata nasabah tidak memperkirakan atau meremehkan peningkatan pengeluaran pada bulan-bulan berikutnya. Dalam kondisi ini, mayoritas kelebihan uang beredar akan diperoleh oleh masyarakat umum untuk meningkatkan likuiditasnya (dengan menambahkan pos uang kas ke neraca publik).

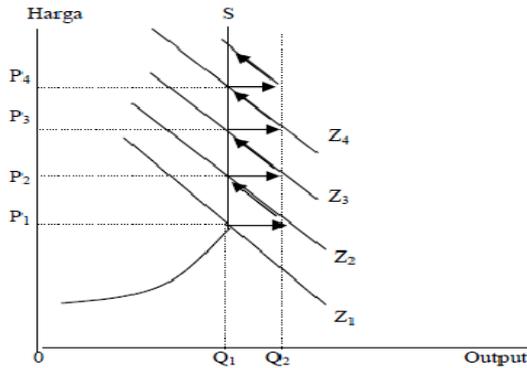
Keadaan kedua, muncul ketika masyarakat umum mulai menyadari inflasi. Harapan publik akan kenaikan harga mulai muncul. Dana berlebih yang beredar sekarang diinvestasikan untuk membeli komoditas daripada memperluas akun Kas, sehingga menambah aset barang di neraca. Konsekuensinya adalah peningkatan permintaan komoditas yang signifikan. Dengan demikian, hasil selanjutnya adalah kenaikan biaya komoditas.

Keadaan ketiga dicirikan oleh peningkatan tingkat inflasi, yang dikenal sebagai hiperinflasi. Dalam situasi ini, masyarakat umum mengalami penurunan kepercayaan terhadap nilai mata uang fisik. Ada keengganan umum di antara masyarakat untuk menyimpan mata uang. Setelah menerima uang tunai, masyarakat umum cenderung segera membelanjakannya.

2. Teori Keynes

Teori ini menyatakan bahwa inflasi muncul dari kecenderungan masyarakat untuk melampaui kerangka ekonomi yang masuk akal. Perspektif ini berpendapat bahwa inflasi terutama muncul dari persaingan untuk alokasi sumber daya yang terbatas, di antara kelompok-kelompok sosial yang menginginkan proporsi yang lebih besar daripada yang dapat ditawarkan masyarakat. Proses perjuangan berubah menjadi skenario di mana seluruh permintaan komoditas dalam masyarakat secara konsisten melampaui pasokan saat ini, sehingga mengakibatkan munculnya kesenjangan inflasi (*inflationary gap*).

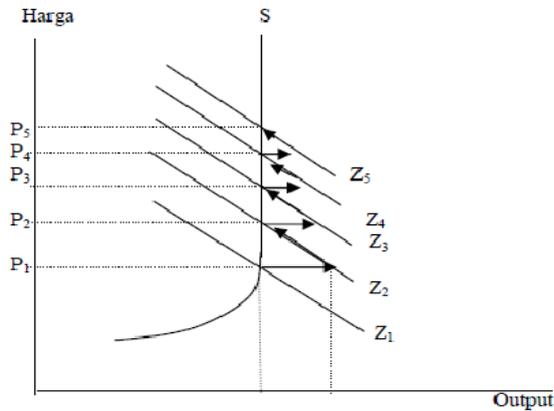
Adanya *inflationary gap* ini, dapat dikaitkan dengan kemampuan kelompok sosial ekonomi tertentu untuk secara efektif mengubah keinginan mereka menjadi permintaan akan produk. Fenomena *inflationary gap* dapat dijelaskan dengan merujuk pada Gambar 14.3 yang disajikan di bawah ini. Di sini, didalilkan bahwa semua kelompok sosial memiliki kemampuan untuk memperoleh dana, pada tingkat harga saat ini, untuk membayar pengeluaran mereka atas produk.



Gambar 14.3 Proses Terjadinya *Inflationary Gap*

Misalnya, pemerintah menambah pengeluaran dengan membuat mata uang baru secara artifisial. Temuan ini menunjukkan adanya *inflationary gap*, yaitu $Q_1 - Q_2$, yang ditandai dengan pergeseran kurva permintaan agregat dari Z_1 ke Z_2 . Akibatnya, harga naik dari P_1 ke P_2 . Sebagai akibat dari kenaikan harga ini, kelompok demografi tertentu tidak dapat memenuhi permintaan mereka karena jumlah barang yang dipasok tidak dapat melampaui Q_1 . Akibatnya, satu-satunya hasil adalah realokasi sumber daya yang dapat diakses dari sektor struktur sosial lainnya ke sektor pemerintah.

Proses inflasi yang digambarkan dalam Gambar 14.4 terhenti ketika *inflationary gap* berkurang dan akhirnya hilang selama periode ke-5.



Gambar 14.4. Proses Inflasi Semakin Mengecil

Harga tidak berubah pada P5. Dengan kondisi seperti itu, sektor-sektor tertentu dalam masyarakat diberi porsi produksi yang lebih kecil. Inflasi selalu diikuti oleh restrukturisasi.

3. Teori Strukturalis

Teori strukturalis merupakan teori inflasi yang berasal dari temuan empiris ekonomi Amerika Latin. Teori ini menyoroti ketidakfleksibelan konstruksi ekonomi yang tidak dimiliki negara-negara berkembang. Karena hubungannya dengan elemen-elemen struktural ekonomi, yang secara inheren tunduk pada perubahan bertahap dan jangka panjang, teori ini dapat disebut sebagai teori inflasi "*jangka panjang*". Intinya, tujuannya adalah untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang bertahan lama yang dapat menyebabkan inflasi dalam jangka waktu yang panjang. Teori ini menyatakan bahwa inflasi di negara-negara berkembang dapat dikaitkan dengan dua kekakuan khusus yang ada dalam ekonomi mereka:

- a. Ketegaran pertama tersebut terwujud dalam bentuk "*ketidakelastisan*" penerimaan ekspor, yaitu lambatnya peningkatan nilai ekspor dibandingkan dengan industri lain. Lambatnya hal ini disebabkan oleh (1) Tingkat keuntungan saat ini, untuk komoditas ekspor suatu negara di pasar global menurun dibandingkan dengan biaya komoditas impor yang perlu diperoleh. Hal ini dikenal dengan istilah memburuknya

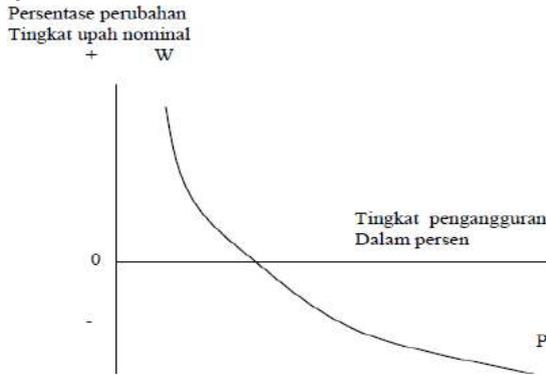
basis syarat tukar (*terms of trade*). Asumsi yang berlaku dalam situasi ini adalah bahwa laju kenaikan harga jangka panjang sumber daya alam, yang diekspor dari negara-negara berkembang, relatif lebih lambat daripada laju kenaikan harga barang-barang industri, yang diimpor dari negara-negara berkembang; dan (2) pasokan atau produksi komoditas ekspor dianggap tidak elastis terhadap kenaikan harga komoditas tersebut. Perlambatan pertumbuhan ekspor juga mengakibatkan perlambatan yang sesuai dalam kapasitas untuk mengimpor komoditas yang diperlukan, termasuk produk konsumen dan investasi.

- b. Ketegaran kedua secara khusus, berkaitan dengan “ketidakelastisan” dalam permintaan pangan. Karena laju peningkatan pangan yang relatif lebih lambat dibandingkan dengan jumlah penduduk dan pendapatan per kapita, biaya pangan di negara ini, cenderung meningkat lebih cepat daripada harga komoditas lainnya. Hasil kedua adalah terpenuhinya kebutuhan tenaga kerja dari pekerja di sektor industri terkait kenaikan gaji atau upah. Kenaikan upah mengakibatkan kenaikan biaya produksi secara keseluruhan, sehingga menyebabkan kenaikan harga barang-barang manufaktur. Peningkatan dalam penyediaan komoditas menyebabkan permintaan yang sesuai untuk kenaikan gaji lebih lanjut. Seiring dengan kenaikan pendapatan, harga-harga komoditas akan naik secara proporsional. Begitu seterusnya. Dengan asumsi biaya pangan tidak terus meningkat, proses ini akan berhenti dengan sendirinya.

Secara operasional, proses inflasi yang diakibatkan oleh kedua kekakuan ini tidaklah berdiri sendiri. Lebih jauh lagi, kedua proses ini saling berhubungan dan secara aktif memperkuat satu sama lain.

Sebuah studi yang dilakukan oleh A.W. Phillips, seorang mahasiswa di London School of Economics, mengungkapkan hubungan yang kuat antara tingkat pengangguran dan tingkat inflasi dalam upah nominal (Soediyono, 1992; Samuelson dan Nordhaus,

1997). Teori Kurva Phillips berasal dari analisis data aktual ekonomi Inggris yang tercatat dari tahun 1861 hingga 1957. Perhitungan kurva Phillips ini dapat dijelaskan secara ringkas sebagai berikut (Gambar 14.5).



Gambar 14.5 Kurva Phillips dalam bentuk Asli dan Cara Menurunkannya

Garis regresi diagramatik, yang dikenal sebagai kurva Phillips, menggambarkan hubungan antara persentase perubahan tingkat upah nominal dan tingkat pengangguran. Setiap titik data pada grafik mewakili persentase perubahan kumulatif dalam tingkat upah nominal dan persentase perubahan tingkat pengangguran untuk tahun tertentu. Titik-titik data ini, secara kolektif membentuk diagram sebar.

Berdasarkan diagram sebar, garis regresi dibangun. Gambar 14.5 memberikan bukti yang jelas tentang korelasi negatif antara persentase perubahan tingkat upah nominal dan persentase tingkat pengangguran. Dengan demikian, penyesuaian ke atas dalam tingkat upah nominal akan mengakibatkan penyesuaian ke bawah dalam tingkat pengangguran. Sebaliknya, penurunan tingkat upah nominal akan mengakibatkan peningkatan terjadinya pengangguran. Dalam bentuk aslinya, kurva yang terlihat pada Gambar 14.5 disebut sebagai kurva Phillips.

Pengangguran

Pengangguran didefinisikan secara ketat sebagai kondisi di mana individu dalam usia kerja yang tidak memiliki pekerjaan, baik dengan menghasilkan uang atau bekerja mandiri, secara aktif mencari pekerjaan dalam jangka waktu tertentu. Pengangguran, disebut juga tuna karya, meliputi mereka yang saat ini tidak memiliki pekerjaan, secara aktif mencari pekerjaan, bekerja kurang dari dua hari per minggu, atau menghadapi tantangan dalam memperoleh pekerjaan jangka panjang. Pengangguran biasanya muncul akibat kesenjangan antara jumlah pekerja atau pencari kerja yang ada dan jumlah pekerjaan yang tersedia yang mampu menampung mereka.

Pengangguran terus-menerus menimbulkan tantangan bagi perekonomian karena mengakibatkan penurunan produktivitas dan pendapatan individu, hal ini semakin memperburuk kemiskinan dan permasalahan sosial lainnya. Untuk menentukan tingkat pengangguran, seseorang harus menghitung rasio jumlah individu yang menganggur terhadap jumlah total individu yang bekerja, dan kemudian menyatakan rasio ini sebagai persentase. Hilangnya pendapatan memaksa para pengangguran untuk mengurangi pengeluaran mereka untuk konsumsi, yang mengakibatkan penurunan tingkat kesejahteraan material dan kesejahteraan secara keseluruhan.

Periode pengangguran yang berkepanjangan, dapat berdampak sangat negatif pada kesejahteraan psikologis baik individu yang menganggur maupun keluarga mereka yang terkena dampak. Tingkat pengangguran yang berlebihan pada gilirannya dapat mengakibatkan kekacauan politik, keamanan, dan sosial, sehingga menghambat kemajuan dan pembangunan ekonomi. Di antara konsekuensi jangka panjang termasuk penurunan Produk Nasional Bruto (PNB) suatu negara dan pendapatan kotor per kapita. Di negara-negara berkembang seperti Indonesia, pengangguran terselubung adalah praktik menugaskan kegiatan yang dapat diselesaikan oleh sejumlah kecil pekerja kepada sejumlah besar individu.

Jenis dan Macam Pengangguran

1. Pengangguran Friksional/*Frictional Unemployment*

Pengangguran intermiten, yang dikenal sebagai pengangguran friksional, muncul akibat keterbatasan waktu, disparitas informasi, dan faktor geografis yang memisahkan pencari kerja dari lowongan kerja yang tersedia. Individu yang saat ini tidak memiliki pekerjaan dan sedang aktif mencari pekerjaan tidak dapat memenuhi kriteria lowongan yang telah ditetapkan. Tingkat kemajuan ekonomi di suatu wilayah, sangat berkorelasi dengan permintaan akan sumber daya manusia yang lebih terlatih dibandingkan dengan keadaan sebelumnya.

2. Pengangguran Musiman/*Seasonal Unemployment*

Pengangguran musiman adalah keadaan menganggur yang disebabkan oleh fluktuasi sementara dalam kegiatan ekonomi yang menyebabkan orang tertentu kehilangan pekerjaan. Misalnya para petani yang tengah menanti-nantikan datangnya musim tanam dan para pengusaha durian yang tengah menanti-nantikan musim durian yang akan datang.

3. Pengangguran Siklikal

Pengangguran Siklikal adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan pengangguran tak sukarela yang timbul akibat variasi dalam siklus ekonomi, ketika permintaan tenaga kerja turun di bawah pasokan tenaga kerja yang tersedia.

Pengangguran paling sering muncul akibat kesenjangan antara jumlah pekerja dan kesempatan kerja yang tersedia untuk mempekerjakan mereka. Secara umum, pengangguran merupakan hambatan yang signifikan terhadap perekonomian karena menyebabkan penurunan produktivitas dan pendapatan individu, sehingga memperburuk kemiskinan dan masalah sosial kritis lainnya.

Tingkat pengangguran dihitung sebagai persentase dengan membagi jumlah orang yang tidak memiliki pekerjaan dengan jumlah total orang yang bekerja. Ketidakcukupan pendapatan menyebabkan penurunan pengeluaran konsumsi di kalangan pengangguran, sehingga menyebabkan penurunan kemakmuran dan

kesejahteraan umum. Pengangguran dalam jangka panjang juga dapat mengakibatkan efek psikologis yang merugikan baik bagi individu yang menganggur maupun keluarga mereka.

Tingkat pengangguran yang tinggi dan berkelanjutan, juga dapat mengakibatkan kekacauan politik, keamanan, dan sosial, sehingga menghambat kemajuan dan pembangunan ekonomi. Konsekuensi yang berkelanjutan mencakup penurunan Produk Nasional Bruto (PNB) suatu negara dan pendapatan rumah tangga per orang. Di negara-negara berkembang seperti Indonesia, istilah "*pengangguran terselubung*" menunjukkan skenario di mana tanggung jawab yang seharusnya sebagian besar dilakukan oleh sejumlah kecil pekerja malah didistribusikan ke sejumlah besar individu.

Cara-Cara Mengatasi Pengangguran

Ada beberapa strategi untuk mengatasi pengangguran, sebagai berikut.

1. Peningkatan Mobilitas Tenaga kerja dan Moral
Peningkatan mobilitas tenaga kerja dicapai dengan memindahkan individu ke lapangan kerja yang kosong dan menawarkan pelatihan lebih lanjut untuk memenuhi tuntutan peran baru. Peningkatan mobilitas modal mengacu pada relokasi industri padat karya ke wilayah, yang mengalami tekanan pengangguran yang besar. Pendekatan ini efektif dalam mengatasi masalah struktural pengangguran.
2. Pengelolaan Permintaan Masyarakat
Dengan menerapkan strategi manajemen yang menyalurkan permintaan publik terhadap barang atau jasa yang tersedia dalam jumlah besar, pemerintah dapat secara efektif mengurangi pengangguran siklus.
3. Penyediaan Informasi tentang Kebutuhan Tenaga Kerja
Penanganan pengangguran musiman secara efektif, memerlukan penyebaran informasi yang cepat mengenai area-area tertentu, yang saat ini mengalami kekurangan tenaga kerja. Adanya masalah pengangguran mungkin disebabkan oleh terbatasnya pengetahuan individu mengenai lowongan pekerjaan yang ada

atau perusahaan-perusahaan tertentu, yang sesuai dengan keterampilan mereka. Masalah saat ini, dapat dikategorikan sebagai dilema informasi. Penyelesaian masalah ini memerlukan penerapan sistem informasi yang menyederhanakan tugas untuk menemukan prospek pekerjaan yang sesuai. Sistem semacam ini, dapat menggabungkan pemberitahuan lowongan pekerjaan baik di kampus maupun di media massa. Selain itu, hal ini dapat dicapai dengan memasukkan profil industri ke dalam sekolah kejuruan, kampus, dan pusat pelatihan kerja.

4. Pertumbuhan Ekonomi

Adanya pengangguran friksional dapat diatasi secara efektif melalui pertumbuhan ekonomi. Sifat sementara dari pengangguran friksional membuatnya tidak mengganggu dalam situasi yang umum. Tingkat pergantian pekerjaan yang signifikan memang memaksa perusahaan untuk meningkatkan kemampuan mereka sendiri (dalam hal kemajuan karier dan remunerasi) tanpa perlu pindah ke organisasi lain.

5. Program Pendidikan dan Pelatihan Kerja

Faktor utama yang memengaruhi tingkat pengangguran adalah masalah tenaga kerja terampil atau tidak terampil. Banyak organisasi cenderung memberi prioritas kepada individu yang memiliki keterampilan atau pengetahuan khusus. Masalah ini sangat relevan di negara kita karena sebagian besar pengangguran tidak memiliki bakat atau keterampilan khusus.

6. Wiraswasta

Selama individu terus mengandalkan upaya keras untuk mendapatkan pekerjaan di suatu organisasi tertentu, masalah pengangguran akan tetap menjadi masalah yang rumit dan menantang. Jika seseorang memiliki aspirasi kuat untuk mendirikan perusahaan sendiri atau meraih kesuksesan sebagai pengusaha, masalah tersebut agak teratasi.

Selain pendekatan-pendekatan yang disebutkan di atas, pemerintah menggunakan kebijakan-kebijakan makro dan mikro untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif, yang meliputi beberapa aspek berikut.

1. Pengembangan wawasan tentang pengangguran dimulai dengan pengakuan bahwa setiap individu memiliki potensi bawaan tetapi sering kali gagal untuk mengaktualisasikan dan mengembangkannya sepenuhnya. Oleh karena itu, diharapkan setiap orang dapat mencapai kemampuan maksimalnya dan berkontribusi pada kualitas hidup yang lebih unggul, lebih bermanfaat, dan lebih baik bagi dirinya sendiri dan masyarakat luas.
2. Sasaran utamanya adalah untuk segera memfasilitasi pembangunan daerah, terutama daerah yang selama ini terabaikan dan terisolasi, dengan membangun infrastruktur transportasi dan komunikasi. Hal ini akan menciptakan kesempatan kerja bagi para pengangguran di berbagai departemen dan jenjang hierarki.
3. Membangun lembaga sosial yang mampu menjamin penghidupan para pengangguran. Penyelenggaraan Badan Jaminan Sosial Nasional secara serentak melibatkan transformasi PT Jaminan Sosial Tenaga Kerja (PT Jamsostek) menjadi satu kesatuan dengan beberapa bagian yang disesuaikan dengan tujuan masing-masing. Pembentukan organisasi ini akan memastikan bahwa setiap individu pengangguran di Indonesia terdokumentasi dengan akurat dan menerima intervensi khusus. Dari perspektif teknis dan terperinci, keberadaan lembaga ini dapat terstruktur dengan tepat.
4. Fokus utama harus pada percepatan penyederhanaan proses perizinan untuk secara efektif menangani beberapa jenis perizinan yang menghambat investasi, seperti Penanaman Modal Asing (PMA), Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN), dan penanaman modal masyarakat, baik secara individual maupun konsolidasi. Untuk merangsang pertumbuhan investasi dan menciptakan lapangan kerja secara efisien, sangat penting untuk segera menangani dan menyederhanakan semua faktor ini.
5. Masalah pengangguran saling terkait erat dengan tantangan perkotaan lainnya, ini termasuk pengelolaan sampah, pengendalian banjir, dan pelestarian ekosistem yang berkelanjutan. Klasifikasi sampah mencakup bahan organik yang

dapat dijadikan kompos dan fraksi non-organik yang dapat didaur ulang.

6. Membangun kerangka kerja kelembagaan antar-pekerjaan yang profesional. Lembaga ini dapat disebut sebagai pusat pekerjaan dan dirancang serta dibangun dengan cermat untuk membantu dan mengarahkan individu, yang mencari pekerjaan secara efektif. Dalam pengembangan kelembagaan, komponennya meliputi sumber daya manusia (*brainware*), perangkat keras, perangkat lunak, manajemen, dan sumber daya keuangan. Lembaga tersebut dapat beroperasi secara independen atau memiliki hubungan kolaboratif dengan lembaga jaminan sosial pengangguran, bergantung pada keadaan.
7. Kurikulum dan Sistem Pendidikan Nasional (Sisdiknas) perlu segera disempurnakan. Mutu pendidikan sangat dipengaruhi oleh sistem persekolahan dan kurikulum. Oleh karena itu, arah Sisdiknas perlu diperbaiki agar tujuan pembelajaran dapat tercapai secara efektif.
8. Tujuannya adalah untuk mengurangi terjadinya perselisihan hubungan industrial (PHI) dan pemutusan hubungan kerja (PHK). Saat ini, perselisihan hubungan industrial (PHI) memberikan kontribusi besar terhadap penutupan perusahaan, penurunan produktivitas, dan berkurangnya permintaan untuk produk industri tertentu, di antara konsekuensi terkait lainnya. Akibatnya, tingkat perselisihan hubungan industrial (PHI) tidak hanya menghasilkan prospek pekerjaan baru, tetapi juga secara langsung menyebabkan hilangnya pekerjaan, sehingga memperburuk tingkat pengangguran kumulatif.
9. Mempercepat pengembangan sumber daya kelautan. Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) terletak pada posisi geografis yang strategis dan menguntungkan, terutama ditandai dengan luasnya lautan dan kepulauan, yang membuatnya sangat menjanjikan sebagai negara maritim. Pengelolaan sumber daya maritim Indonesia yang bijaksana, sangat penting untuk menciptakan peluang kerja yang efisien dan menguntungkan secara ekonomi.

Daftar Pustaka

- Manulang, Sendjun. (1990). *Pokok-Pokok Hukum Ketenagakerjaan Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Soepomo, Imam. (1983). *Pengantar Hukum Perburuhan*. Jakarta: Djambatan.
- Subekti. (1979). *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermedia.
- S, Arif. (1986). *Hukum Perburuhan Indonesia (Himpunan Peraturan Perundang-undangan)*. Surabaya: Tinta Emas.

TENTANG PENULIS



Meiske Wenno, S.E., M.M.

Penulis lahir di Ambon Desember 1986. Menyelesaikan pendidikan S-1 pada tahun 2009 dan pendidikan S-2 pada tahun 2012 di Universitas Brawijaya Malang. Penulis adalah Dosen Tetap pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pattimura sejak tahun 2015. Selain menjalankan tugas mengajar, penulis terlibat dalam kegiatan penelitian dan kajian tentang pemberdayaan ekonomi masyarakat desa di Provinsi Maluku dan sebagai pendamping Desa Sejahtera Mandiri. Buku yang ditulis sebelumnya adalah Manajemen Perbankan (2022), Studi Kelayakan Bisnis (2023), Manajemen Keuangan (2023). *E-mail*: meisike46@gmail.com



PERAN PEMERINTAH DALAM PEREKONOMIAN

Dr. Syafruddin, S.E., M.M.
Universitas Muhammadiyah Bima

Pendahuluan

Pemerintah memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara, terutama dalam memastikan stabilitas, pertumbuhan, dan kesejahteraan masyarakat. Peran ini dapat diwujudkan melalui berbagai kebijakan fiskal, moneter, dan regulasi yang dirancang untuk mengarahkan ekonomi menuju tujuan-tujuan tertentu, seperti pengendalian inflasi, penciptaan lapangan kerja, dan redistribusi pendapatan.

Dalam hal kebijakan fiskal, pemerintah bertanggung jawab untuk menentukan pengeluaran dan pendapatan negara melalui pajak. Kebijakan ini tidak hanya memengaruhi tingkat aktivitas ekonomi, tetapi juga berperan dalam menyeimbangkan permintaan dan penawaran di pasar, serta mengurangi ketimpangan sosial. Misalnya, pemerintah dapat meningkatkan pengeluaran publik pada sektor-sektor strategis, seperti infrastruktur dan pendidikan, yang pada gilirannya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi jangka panjang.

Selain itu, pemerintah juga memiliki peran dalam mengendalikan inflasi dan stabilitas harga melalui kebijakan moneter, yang sering kali diimplementasikan oleh bank sentral. Dengan mengatur jumlah uang yang beredar dan tingkat suku bunga, pemerintah dapat mengurangi fluktuasi ekonomi yang dapat merugikan masyarakat luas, seperti resesi atau hiperinflasi.

Lebih jauh, regulasi pemerintah dalam bentuk undang-undang dan peraturan lainnya, diperlukan untuk menjaga persaingan yang sehat di pasar, melindungi konsumen, dan mencegah monopoli yang dapat merugikan kepentingan umum. Pemerintah juga berperan dalam menyediakan jaminan sosial bagi masyarakat yang rentan, seperti program perlindungan sosial dan bantuan bagi kelompok miskin, yang penting untuk menjaga stabilitas sosial.

Secara keseluruhan, peran pemerintah dalam perekonomian sangat krusial untuk menciptakan kondisi yang mendukung pertumbuhan yang inklusif dan berkelanjutan, serta memastikan bahwa manfaat dari pertumbuhan ekonomi tersebut, dapat dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat.

Dalam setiap jenis sistem ekonomi, baik itu ekonomi kapitalis maupun sosialis, peran pemerintah tetap dianggap sangat penting. Pada sistem ekonomi sosialis, peran pemerintah sangat dominan, sedangkan dalam ekonomi kapitalis murni, seperti yang diusulkan oleh Adam Smith, peran pemerintah lebih terbatas. Adam Smith (1976) menyatakan bahwa pemerintah hanya memiliki tiga fungsi utama:

1. menjaga keamanan dan pertahanan dalam negeri,
2. menyelenggarakan sistem peradilan, dan
3. menyediakan barang dan jasa yang tidak disediakan oleh sektor swasta.

Seiring perkembangan dan kemajuan di berbagai negara, tidak ada negara kapitalis yang sepenuhnya menjalankan sistem kapitalis murni. Di dunia modern, pemerintah justru diharapkan memiliki peran yang lebih besar dalam mengatur perekonomian. Adam Smith, pencetus kapitalisme murni, mendasarkan ideologinya pada anggapan bahwa individu mengetahui apa yang terbaik untuk dirinya sendiri dan akan bertindak sesuai kepentingan pribadi. Namun, dalam praktiknya, kebebasan ekonomi sering kali mengalami benturan kepentingan antarindividu, sehingga pemerintah perlu campur tangan untuk mengatur, mengoreksi, atau mengarahkan aktivitas sektor swasta.

Dalam ekonomi modern, peran pemerintah terbagi menjadi tiga kategori utama.

1. Peran alokasi, tidak semua barang dan jasa dapat disediakan oleh sektor swasta. Barang dan jasa yang tidak bisa dipenuhi oleh pasar disebut barang publik, yaitu barang yang tidak dapat diperoleh melalui transaksi biasa antara penjual dan pembeli. Hal ini disebabkan oleh kegagalan pasar, di mana beberapa barang/jasa memberikan manfaat tidak hanya untuk individu tertentu, tetapi juga bagi masyarakat luas.
2. Peran distribusi, distribusi pendapatan dipengaruhi oleh kepemilikan faktor produksi, permintaan dan penawaran faktor produksi, serta sistem warisan dan kemampuan memperoleh pendapatan. Distribusi pendapatan dan kekayaan yang dihasilkan oleh sistem pasar, sering dianggap tidak adil oleh masyarakat. Meskipun konsep keadilan dalam distribusi pendapatan merupakan isu kompleks dalam ekonomi, sebagian besar dipengaruhi oleh pandangan sosial tentang keadilan. Pemerintah dapat mengubah distribusi pendapatan, melalui pajak progresif, di mana beban pajak lebih besar untuk individu kaya dan lebih ringan bagi yang kurang mampu, serta melalui subsidi bagi kelompok miskin. Pemerintah juga dapat memengaruhi distribusi pendapatan secara tidak langsung melalui kebijakan pengeluaran, seperti subsidi perumahan bagi masyarakat berpendapatan rendah atau subsidi pupuk untuk petani.
3. Peran stabilisasi, jika perekonomian sepenuhnya diserahkan kepada sektor swasta, maka akan rentan terhadap gangguan yang dapat menyebabkan pengangguran dan inflasi. Gangguan di satu sektor ekonomi, dapat berdampak pada sektor lainnya, dan tanpa intervensi pemerintah, hal ini dapat memperburuk stabilitas ekonomi. Inflasi atau deflasi juga berpotensi mengganggu stabilitas ekonomi, yang perlu diatasi oleh pemerintah melalui kebijakan moneter yang tepat.

Barton (2011) menyatakan bahwa peran utama pemerintah secara garis besar mencakup empat aspek.

1. Alokasi sumber daya, peran alokasi sumber daya melibatkan penentuan ukuran relatif dan absolut dari sektor publik dalam perekonomian, serta keseimbangan antara sektor publik dan sektor swasta. Peran ini juga mencakup penyediaan barang publik dan layanan kesejahteraan sosial bagi masyarakat.
2. Regulasi, peran regulator mencakup penyusunan undang-undang dan peraturan yang dibutuhkan masyarakat, termasuk regulasi yang mendukung dunia usaha serta melindungi hak kepemilikan pribadi agar dapat memfasilitasi aktivitas bisnis.
3. Kesejahteraan sosial, peran kesejahteraan sosial melibatkan kebijakan yang bertujuan untuk mendorong pemerataan sosial, seperti kebijakan perpajakan, program jaminan sosial (transfer pembayaran), dan penyediaan barang publik campuran bagi masyarakat.
4. Peran pengelolaan ekonomi makro mencakup kebijakan-kebijakan yang dirancang untuk memastikan stabilitas ekonomi secara umum dan kemakmuran negara. Tujuan utamanya adalah mendorong pertumbuhan ekonomi yang stabil, mencapai tingkat pekerjaan penuh, menjaga inflasi tetap rendah, serta menjaga stabilitas neraca pembayaran.

Menurut Dumairy (1997), peran pemerintah dapat dibagi menjadi empat kategori utama.

1. Peran alokatif mengacu pada peran pemerintah dalam mengalokasikan sumber daya ekonomi agar dapat dimanfaatkan secara optimal dan mendukung efisiensi produksi.
2. Peran distributif adalah peran pemerintah dalam mendistribusikan sumber daya, peluang, dan hasil ekonomi secara adil dan merata.
3. Peran stabilisasi mencakup peran pemerintah dalam menjaga stabilitas perekonomian dan memulihkannya jika terjadi ketidakseimbangan.

4. Peran dinamisatif mengacu pada peran pemerintah dalam mendorong pertumbuhan, perkembangan, dan kemajuan ekonomi melalui percepatan proses pembangunan.

Pemerintah berperan dalam aktivitas ekonomi untuk mengatasi kegagalan pasar, sehingga dapat mencegah terjadinya eksternalitas yang merugikan berbagai pihak. Salah satu wujud peran pemerintah adalah melalui intervensi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk menangani kegagalan pasar, seperti kekakuan harga, monopoli, dan dampak negatif eksternalitas, peran pemerintah sangat krusial dalam perekonomian suatu negara. Intervensi ini dapat dilakukan melalui tindakan langsung maupun tidak langsung. Sebagai contoh, pemerintah dapat campur tangan dalam penetapan harga pasar guna melindungi konsumen dan produsen, seperti dengan menetapkan kebijakan harga minimum (*floor price*) dan harga maksimum (*ceiling price*).

1. Intervensi pemerintah secara langsung, sebagai berikut.
 - a. Penetapan harga minimum (*floor price*) merupakan kebijakan pemerintah yang bertujuan melindungi produsen, terutama untuk produk-produk pertanian dasar. Sebagai contoh, harga gabah kering sering diatur untuk mencegah harga pasar yang terlalu rendah. Kebijakan ini bertujuan agar tidak ada tengkulak yang membeli produk dengan harga di bawah yang ditetapkan pemerintah, hanya untuk menjualnya kembali dengan harga lebih tinggi. Jika pada harga minimum tersebut tidak ada pembeli, pemerintah melalui Bulog (Badan Urusan Logistik) akan membelinya dan mendistribusikannya ke pasar. Meskipun demikian, mekanisme penetapan harga ini kerap memicu terbentuknya pasar gelap, di mana harga ditetapkan di luar batas harga minimum.
 - b. Penetapan harga maksimum (*ceiling price*) atau Harga Eceran Tertinggi (HET) oleh pemerintah bertujuan untuk melindungi konsumen. Kebijakan ini diterapkan ketika harga pasar dianggap terlalu tinggi dan melebihi daya beli masyarakat. Penjual tidak diizinkan menetapkan harga di atas batas harga maksimum yang telah ditentukan. Contoh penerapan harga

maksimum di Indonesia meliputi harga obat-obatan di apotek, harga bahan bakar minyak (BBM), serta tarif transportasi seperti tiket bus kota, tarif kereta api, dan tarif taksi per kilometer. Seperti halnya dengan penetapan harga minimum, kebijakan harga maksimum juga sering memicu munculnya pasar gelap.

2. Intervensi pemerintah secara tidak langsung, sebagai berikut.
 - a. Penetapan Pajak
Pemerintah menetapkan kebijakan pajak dengan memberlakukan tarif yang berbeda untuk berbagai komoditas. Sebagai contoh, untuk melindungi produsen lokal, pemerintah dapat menaikkan tarif pajak barang impor. Hal ini mendorong konsumen untuk memilih produk dalam negeri yang harganya lebih terjangkau.
 - b. Pemberian Subsidi
Pemerintah juga dapat melakukan intervensi dalam penentuan harga pasar melalui pemberian subsidi. Subsidi biasanya diberikan kepada perusahaan yang memproduksi barang kebutuhan pokok, atau kepada perusahaan yang baru berkembang, dengan tujuan menurunkan biaya produksi agar mereka dapat bersaing dengan produk impor. Kebijakan ini diambil sebagai langkah pengendalian harga untuk melindungi produsen dan konsumen, serta untuk menekan laju inflasi.

Kebijakan Moneter

Kebijakan moneter mencakup berbagai langkah yang diambil oleh pemerintah di sektor moneter, dengan tujuan menjaga stabilitas moneter guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Keberhasilan kebijakan moneter dapat dilihat dari kestabilan laju inflasi, suku bunga, nilai tukar mata uang, serta ekspektasi masyarakat. Dengan menjaga kestabilan faktor-faktor ini, negara dapat mencapai kestabilan ekonomi, di mana sektor riil dan finansial dapat beroperasi secara optimal. Sistem moneter berfungsi untuk menyediakan mekanisme pembayaran yang efisien, sehingga

transaksi dapat dilakukan dengan cepat, akurat, dan biaya yang rendah; menjalankan fungsi intermediasi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi; serta menjaga kestabilan suku bunga melalui kebijakan moneter. Contoh kebijakan moneter termasuk restrukturisasi kredit UMKM dan menjaga stabilitas rupiah oleh Bank Indonesia (Lathifah & Prayoga, 2024).

Kebijakan moneter adalah langkah yang diambil oleh bank sentral atau otoritas moneter untuk menjaga stabilitas ekonomi makro. Tujuan utama dari kebijakan ini adalah memastikan likuiditas dalam perekonomian berada pada tingkat yang tepat sehingga perdagangan dapat berlangsung tanpa memicu inflasi. Beberapa indikator yang digunakan untuk menilai kebijakan moneter meliputi jumlah uang beredar, inflasi, suku bunga, nilai tukar, dan ekspektasi masyarakat.

Suku bunga memengaruhi investasi di sektor industri yang mendorong produksi, sedangkan nilai tukar berdampak pada harga produk dan input produksi. Keduanya merupakan instrumen penting dalam kebijakan moneter yang memengaruhi perdagangan industri baik domestik maupun internasional. Jika pemerintah meningkatkan jumlah uang beredar, kebijakan tersebut disebut kebijakan moneter ekspansif, sementara jika jumlah uang beredar dikurangi, maka pemerintah menerapkan kebijakan moneter kontraktif. (Sadono Sukirno, 2016).

Kebijakan moneter merupakan kebijakan otoritas moneter atau bank sentral dalam bentuk pengendalian besaran moneter untuk mencapai perkembangan kegiatan perekonomian yang diinginkan, yaitu stabilitas ekonomi makro yang antara lain dicerminkan oleh stabilitas harga (laju inflasi) dan pertumbuhan ekonomi (Warjiyo, 2004).

Peran dari kebijakan moneter dalam perekonomian ialah menjaga kondisi perekonomian tetap tumbuh dan kondusif, untuk menciptakan penawaran uang yang cukup sehingga pertumbuhannya dapat selalu selaras dengan jalannya pembangunan yang memerlukan disiplin kuat di kalangan penguasa moneter dan juga di pihak pemerintah dan mengawasi perkembangan penerimaan

valuta asing dan mengawasi kegiatan dalam sektor luar negeri (ekspor dan impor). Kegiatan di sektor ini sangat mudah menimbulkan inflasi negara tersebut, karena harga mentah yang diekspor selalu naik turun. Maka dari itu, penerimaan dari kegiatan ekspor selalu mengalami perubahan yang tidak teratur (Irawan et al., 2023).

Kebijakan moneter adalah kebijakan yang dilakukan oleh Bank Indonesia dengan melakukan berbagai instrumen seperti menjaga nilai tukar, menjaga jumlah uang beredar dan menjaga angka inflasi. Nilai Tukar (Kurs) adalah harga mata uang suatu negara terhadap salah satu mata uang negara lainnya (Salvatore, 2006).

Nopirin (2014) mengemukakan bahwa kebijakan moneter adalah alat yang dapat digunakan pemerintah dan Bank Sentral untuk mengendalikan kredit dan jumlah uang beredar, yang pada gilirannya memengaruhi kegiatan masyarakat untuk terlibat dalam kegiatan ekonomi dengan menambah atau mengurangi jumlah uang yang beredar. Dengan demikian, kebijakan moneter merupakan salah satu variabel yang dapat berdampak pada kegiatan ekonomi di Indonesia. Menurut Todaro (2013) ketimpangan pendapatan mempunyai arti, yaitu perbedaan pendapatan yang dihasilkan masyarakat yang mengakibatkan orang kaya akan semakin bertambah kaya dan orang miskin akan semakin bertambah miskin, di mana distribusi pendapatan ini dapat mencerminkan merata atau tidaknya pembagian hasil pembangunan suatu negara dikalangan masyarakat.

Hasil penelitian empirik oleh (Amanda Dwi Lestari et al., 2024) menunjukkan bahwa kebijakan moneter terkait suku bunga, memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap ketimpangan pendapatan di Indonesia. Suku bunga hanya berkontribusi sebesar 35% terhadap ketimpangan pendapatan, sementara 65% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Kenaikan suku bunga yang dilakukan oleh bank sentral, bertujuan untuk mengendalikan inflasi atau menjaga stabilitas mata uang. Namun, peningkatan suku bunga juga dapat mengurangi investasi dan konsumsi, yang pada akhirnya berdampak pada

penurunan pendapatan masyarakat dan dapat memperburuk ketimpangan pendapatan, terutama jika kelompok berpenghasilan rendah lebih rentan terhadap dampak tersebut.

Pertumbuhan ekonomi merupakan hal yang menjadi prioritas utama dalam suatu perekonomian negara. Berbagai macam cara dan strategi demi tercapainya tingkat pertumbuhan ekonomi akan dilakukan oleh suatu negara sebab menjadi cerminan tingkat kesejahteraan bagi masyarakatnya. Pertumbuhan ekonomi merupakan peningkatan kapasitas negara dalam jangka panjang untuk menyediakan barang dan jasa kepada penduduknya (Todaro, 2013). Peran pemerintah dan mekanisme pasar merupakan hal yang bersifat komplementer (bukan substitusi) dengan pelaku ekonomi lainnya. Perlunya peran dan fungsi pemerintah dalam perekonomian, yaitu sebagai berikut.

1. Pembangunan ekonomi di banyak negara, umumnya terjadi akibat intervensi pemerintah baik secara langsung maupun tidak langsung. Intervensi pemerintah diperlukan dalam perekonomian untuk mengurangi dari kegagalan pasar (*market failure*), seperti kekakuan harga monopoli dan dampak negatif kegiatan usaha swasta, contohnya pencemaran lingkungan.
2. Mekanisme pasar tidak dapat berfungsi tanpa keberadaan aturan yang dibuat pemerintah. Aturan ini memberikan landasan bagi penerapan aturan main, termasuk pemberian sanksi bagi pelaku ekonomi yang melanggarnya. Peranan pemerintah menjadi lebih penting karena mekanisme pasar saja, tidak dapat menyelesaikan semua persoalan ekonomi. Untuk menjamin efisiensi, pemerataan dan stabilitas ekonomi, peran dan fungsi pemerintah mutlak diperlukan dalam perekonomian sebagai pengendali mekanisme pasar.
3. Kegagalan pasar (*market failure*) adalah suatu istilah untuk menyebut kegagalan pasar dalam mencapai alokasi atau pembagian sumber daya yang optimum. Hal ini khususnya dapat terjadi, jika pasar didominasi oleh para pemasok monopoli produksi atau konsumsi dan sebuah produk mengakibatkan dampak sampingan (eksternalitas), seperti rusaknya ekosistem lingkungan.

Hasil penelitian empirik oleh (Sekarsari et al., 2024) menunjukkan bahwa dalam menjaga stabilitas ekonomi dan mengendalikan inflasi, Bank Indonesia telah mengambil langkah-langkah kebijakan moneter yang hati-hati dan konsisten, yang memiliki dampak signifikan pada berbagai sektor ekonomi. Konsistensi dalam mempertahankan BI-Rate pada tingkat 6,00% mencerminkan komitmen untuk memelihara stabilitas ekonomi dan keuangan serta memberikan kepastian kepada para pelaku ekonomi. Tindakan ini juga memberikan kepastian kepada investor, mendorong pertumbuhan ekonomi yang stabil, memelihara stabilitas ketenagakerjaan, dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Di tengah volatilitas ekonomi global dan tantangan domestik, langkah-langkah *pre-emptive* yang diambil oleh Bank Indonesia memainkan peran penting dalam memastikan stabilitas ekonomi dalam negeri dan menghadapi risiko-risiko yang mungkin muncul akibat inflasi yang tidak terkendali. Ada berbagai strategi yang dapat digunakan untuk mengatasi inflasi, termasuk kebijakan moneter, kebijakan fiskal, dan kebijakan struktural. Kebijakan moneter melibatkan pengaturan suku bunga dan jumlah uang yang beredar oleh bank sentral, sementara kebijakan fiskal mencakup pengeluaran dan pajak pemerintah. Di sisi lain, kebijakan struktural mencakup reformasi ekonomi dan pembukaan pasar.

Kebijakan Fiskal

Kebijakan fiskal adalah penyesuaian dalam penerimaan dan pengeluaran pemerintah sebagaimana tercantum dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), yang bertujuan untuk mencapai stabilitas ekonomi serta mendorong laju pembangunan yang telah direncanakan. Kebijakan ini merujuk pada langkah-langkah pemerintah dalam mengelola perekonomian melalui pengeluaran (belanja) dan pendapatan (pajak).

Kebijakan fiskal berbeda dari kebijakan moneter, yang berfokus pada pengendalian tingkat suku bunga dan jumlah uang beredar. Pajak dan pengeluaran pemerintah adalah instrumen utama kebijakan fiskal. Dalam teori ekonomi, kebijakan fiskal didefinisikan

sebagai tindakan pemerintah dalam mengumpulkan pendapatan dan membelanjakan- nya. Kebijakan ini mampu mendukung pertumbuhan ekonomi dengan mendorong peningkatan produksi nasional yang diinisiasi oleh pemerintah.

Kebijakan fiskal memiliki dua bentuk utama: ekspansif dan kontraktif. Kebijakan fiskal ekspansif dilakukan melalui peningkatan pengeluaran pemerintah, pembayaran transfer, atau subsidi, serta pengurangan pajak. Sementara itu, kebijakan fiskal kontraktif melibatkan pengurangan pengeluaran pemerintah, penurunan pembayaran transfer atau subsidi, serta peningkatan pajak. Pajak merupakan kontribusi warga kepada negara berdasarkan undang-undang, sebagai wujud partisipasi masyarakat dalam membiayai negara dan pembangunan nasional. Bentuk kebijakan fiskal meliputi adanya program kartu prakerja, insentif pajak, melancarkan *refocusing* anggaran, realokasi anggaran. (Lathifah & Prayoga, 2024).

Tujuan utama kebijakan fiskal adalah mencapai target-target ekonomi makro, seperti menjaga stabilitas ekonomi, mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan, dan mengurangi tingkat pengangguran. Pengurangan pengeluaran biasanya dilakukan melalui pemotongan anggaran atau penghematan dalam pengeluaran pemerintah. Pendekatan ini bertujuan mengurangi defisit anggaran atau bahkan mencapai surplus dalam kondisi ideal.

Di sisi lain, peningkatan pendapatan dapat dilakukan melalui kebijakan perpajakan yang lebih efisien atau dengan menaikkan tarif pajak pada sektor-sektor tertentu. Langkah-langkah ini dapat meningkatkan pendapatan pemerintah, yang kemudian dapat digunakan untuk investasi di infrastruktur dan layanan publik, serta memacu pertumbuhan ekonomi. Di Indonesia, kebijakan fiskal selama periode 2010-2023 terbukti berhasil dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan mengurangi tingkat pengangguran, namun perlu disertai kebijakan yang berhati-hati untuk menjaga stabilitas harga dan mengontrol defisit anggaran. Selain itu, kebijakan fiskal juga memberikan dampak signifikan pada sektor ekonomi mikro, meskipun efektivitasnya dapat bervariasi di setiap daerah.

Kebijakan fiskal yang berkelanjutan dan berhati-hati, telah berkontribusi terhadap stabilitas ekonomi makro jangka panjang. Oleh karena itu, pengelolaan keuangan negara yang akuntabel dan transparan, serta desentralisasi kebijakan fiskal dengan mempertimbangkan kondisi regional, sangat penting untuk mencapai stabilitas dan pertumbuhan ekonomi yang inklusif di Indonesia (Rusiadi. E & Sari, 2020).

Mankiw (2003) menyatakan bahwa kebijakan fiskal merupakan instrumen ekonomi yang digunakan oleh pemerintah untuk mengarahkan perekonomian ke arah yang lebih baik dengan melakukan perubahan dalam penerimaan dan belanja negara. Kebijakan fiskal bertujuan untuk menyesuaikan pengeluaran dan pendapatan pemerintah guna memperbaiki kondisi ekonomi. Kebijakan ini terkait dengan pengaturan kinerja ekonomi, melalui mekanisme pemasukan dan pengeluaran pemerintah. Sub-bidang pengelolaan fiskal mencakup fungsi-fungsi, seperti pengelolaan kebijakan fiskal, kerangka ekonomi makro, penganggaran, administrasi perpajakan, kepabeanaan, perbendaharaan, dan pengawasan keuangan.

Kebijakan fiskal memiliki berbagai tujuan untuk mendorong aktivitas ekonomi negara, termasuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menjaga stabilitas harga, dan memperbaiki distribusi pendapatan. Meskipun begitu, kebijakan fiskal berdampak luas pada berbagai indikator ekonomi lainnya. Kebijakan fiskal diharapkan memberikan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi, sedangkan dampaknya terhadap inflasi diharapkan negatif. Namun, secara teori, kebijakan fiskal ekspansif yang melibatkan peningkatan pengeluaran pemerintah tanpa diimbangi oleh peningkatan sumber pajak sebagai sumber utama pendapatan negara akan menyebabkan defisit anggaran meningkat.

Untuk menjaga stabilitas ekonomi dan mendorong pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan, pemerintah harus menyesuaikan kebijakan fiskal dengan perkembangan isu terkini. Penyesuaian ini, dilakukan melalui penyusunan strategi kebijakan fiskal yang relevan. Kebijakan fiskal merupakan langkah pemerintah dalam mengelola kinerja ekonomi melalui pengaturan penerimaan dan pengeluaran

negara. Secara keseluruhan, jumlah penerimaan negara memengaruhi Produk Domestik Bruto (PDB) berdasarkan pendekatan penerimaan, sementara pengeluaran negara memengaruhi PDB dengan pendekatan pengeluaran. PDB pada akhirnya menjadi penentu tingkat pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Selain itu, kebijakan fiskal juga berperan dalam menjaga inflasi, yang memiliki korelasi negatif dengan tingkat pengangguran dalam jangka pendek. Salah satu perhatian utama pemerintah Indonesia adalah menekan tingkat pengangguran. Pada periode 2019-2023, Indonesia dan dunia menghadapi tantangan ekonomi yang berfluktuasi akibat pandemi Covid-19. Di tengah ketidakpastian ini, ekonomi Indonesia tetap tumbuh, inflasi terkendali, dan pengangguran dapat dikendalikan. Pemerintah menerapkan kebijakan fiskal di sisi penerimaan dan pengeluaran untuk menjaga stabilitas ekonomi.

Di sisi penerimaan, pemberian insentif pajak bagi wajib pajak yang terdampak pandemi menjadi kebijakan yang paling berdampak signifikan. Sementara itu, di sisi pengeluaran, kebijakan yang membantu menjaga kondisi fiskal adalah pengalihan anggaran untuk menangani permasalahan melalui Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) (Hartanti et al., 2024).

Penelitian empirik oleh (Heliany, 2021). menyimpulkan bahwa tujuan kebijakan fiskal dalam mendukung pembangunan demokrasi di Indonesia adalah untuk memperluas kesempatan kerja, meningkatkan dan mendistribusikan pendapatan nasional, mendorong peningkatan investasi, serta menjaga stabilitas ekonomi. Selain itu, dalam menghadapi resesi ekonomi, kebijakan fiskal memainkan peran penting dalam mendukung pencapaian target pembangunan yang telah ditetapkan. Peran ini selaras dengan salah satu fungsi Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) sebagai instrumen untuk menjaga stabilitas dan mempercepat kinerja ekonomi guna mencapai pertumbuhan yang diinginkan.

Hasil penelitian empirik oleh (Sah et al., 2024) menunjukkan bahwa bahwa kebijakan fiskal berpengaruh signifikan terhadap variabel investasi dan pengangguran. Namun, kebijakan fiskal tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel pertumbuhan ekonomi, kemiskinan, dan inflasi. Kurs berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, yang artinya semakin besar nilai tukar nominal akan menyebabkan pertumbuhan ekonomi meningkat juga secara signifikan. Sedangkan inflasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, yang artinya semakin tinggi tingkat inflasi maka pertumbuhan ekonomi akan menurun secara signifikan.

Penelitian empirik yang dilakukan oleh (Rantebua et al., 2020) dalam jangka pendek, berbagai variabel seperti pendapatan, pajak, dan belanja pemerintah memiliki pengaruh yang signifikan namun bervariasi terhadap GDP riil. Dalam jangka panjang, pendapatan dari pajak menunjukkan pengaruh negatif yang signifikan terhadap GDP riil, sementara pendapatan negara bukan pajak dan inflasi memiliki dampak positif yang signifikan. Pengeluaran pemerintah juga memberikan dampak positif pada GDP riil, sesuai dengan teori Keynesian yang menekankan pentingnya pengeluaran pemerintah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, terutama melalui proyek infrastruktur dan belanja sosial. Pengeluaran modal serta belanja barang oleh pemerintah pusat meningkatkan GDP riil, sedangkan belanja pegawai memiliki dampak negatif.

Hasil dari analisis *Impulse Response Function* (IRF) dan *Forecast Error Variance Decomposition* (FEVD) menunjukkan bahwa guncangan terhadap GDP riil berdampak signifikan pada pendapatan dan pengeluaran pemerintah selama lima tahun ke depan, dengan respons yang berbeda pada berbagai periode. Secara keseluruhan, analisis ini menekankan pentingnya kebijakan fiskal yang tepat untuk mendukung pertumbuhan ekonomi, sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya.

Penelitian empirik yang dilakukan oleh (Edi Irawan, 2023) Tujuan kebijakan fiskal adalah untuk meningkatkan tingkat investasi, mendorong investasi yang optimal secara sosial, memperluas

kesempatan kerja, menjaga stabilitas ekonomi di tengah ketidakstabilan global, mengatasi inflasi, serta meningkatkan dan mendistribusikan pendapatan nasional. Melalui kebijakan fiskal, pemerintah dapat berupaya mencegah kondisi ekonomi yang tidak diinginkan, seperti tingginya tingkat pengangguran, inflasi, serta defisit neraca pembayaran internasional yang berkepanjangan.

Penelitian empirik yang dilakukan oleh (Awalunnisa et al., 2023) menunjukkan bahwa Pemerintah memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas ekonomi guna meningkatkan kesempatan kerja, menjaga stabilitas harga barang kebutuhan, serta mencapai tingkat pertumbuhan yang memadai. Hal ini mencakup upaya untuk mengendalikan inflasi, mengurangi tingkat pengangguran, dan memantau pertumbuhan ekonomi yang sehat. Dalam upaya stabilisasi untuk meningkatkan kesempatan kerja, pemerintah berperan melalui kebijakan penciptaan lapangan kerja, peningkatan kompetensi pencari kerja, kesejahteraan pekerja, serta peningkatan produktivitas tenaga kerja. Selain itu, pemerintah juga mendorong peningkatan investasi untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lebih banyak peluang kerja.

Penelitian empirik yang dilakukan oleh (Puput Iswandyah Raysharie1 et. al., 2024) menunjukkan bahwa Terdapat hubungan positif antara faktor-faktor tersebut dengan pertumbuhan ekonomi. Koordinasi yang efektif, antara kebijakan fiskal dan moneter sangat penting untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang stabil. Meskipun hasil penelitian menunjukkan variasi dalam dampak faktor-faktor tersebut, secara umum, pajak, jumlah uang beredar, dan suku bunga memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi.

Pajak, sebagai sumber utama pendapatan negara, berperan penting dalam mendukung pembangunan ekonomi. Selain itu, peningkatan jumlah uang beredar serta suku bunga yang terjaga pada tingkat wajar juga memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Namun, suku bunga yang terlalu tinggi dapat menekan tingkat investasi dan menghambat pertumbuhan ekonomi.

Meskipun mekanisme pasar umumnya diandalkan untuk memproduksi dan mendistribusikan barang, kadang-kadang mekanisme ini mengalami kegagalan. Kegagalan pasar tersebut dapat menurunkan efisiensi ekonomi. Untuk mengatasi hal ini, pemerintah perlu campur tangan guna memastikan efisiensi, pemerataan, dan stabilitas ekonomi. Aktivitas ekonomi sebenarnya tidak harus diatur melalui perintah langsung. Apabila setiap individu dalam masyarakat diberikan kebebasan dalam menjalankan kegiatan ekonomi mereka, kebebasan tersebut, akan menciptakan efisiensi yang tinggi dalam perekonomian negara dan dalam jangka panjang, menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang stabil. Namun, campur tangan pemerintah tetap diperlukan, karena tanpa aturan yang jelas, pasar bisa menjadi tidak stabil dan rentan terhadap praktik monopoli.

Pasar yang ideal adalah pasar persaingan sempurna, di mana semua pelaku ekonomi memiliki kebebasan yang sama. Sebaliknya, pasar monopoli, di mana satu pihak atau kelompok menguasai pasar, merugikan para pedagang kecil. Oleh karena itu, pemerintah berperan besar dalam menjaga stabilitas pasar dengan mengintervensi ekonomi dan menerapkan kebijakan yang bertujuan untuk mencegah praktik monopoli. Dengan campur tangan pemerintah, keseimbangan dan stabilitas antara pelaku ekonomi dalam pasar dapat terus terjaga. (Karseno, 2019).

Daftar Pustaka

- Adam Smith. (1997). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. London: Methuen & Co. LTD
- Amanda Dwi Lestari, Greyuni Grace Tambunan, Raden Fadhilla Salsabila, Avrahersatiadi Ricco Galang Erlangga, Maunisa Widya Zalianty, Nurlela, & Disya Ayu Rivtryana. (2024). Pengaruh Kebijakan Moneter Terhadap Ketimpangan Pendapatan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 1-9. <https://doi.org/10.61722/jemba.v1i1.63>
- Awalunnisa, Y., Aditiya, R., Nur Ainun, A., Deda Sepkamala, D., & Mawar. (2023). Peranan Pemerintah Dalam Stabilitas Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Neraca: Jurnal Ekonomi*,

- Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(5), 621–626.
<http://jurnal.kolibi.org/index.php/>
- Barton, D. (2011). Capitalism for the long term. *Harv. Bus. Rev.* 89(3), 84–91.
- Dumairy. (1997). *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Edi, Irawan. (2023). Peran Kebijakan Fiskal dalam Perekonomian: Suatu Kajian Literatur. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2(2), 01–08. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v2i2.1898>
- Hartanti, A., Drajat Basriwijaya, A., & Velicia Munthe, H. (2024). *Analisis Kebijakan Fiskal Terhadap Tingkat Pengangguran Terbuka Akibat Perubahan Inflasi di Indonesia Pada Tahun 2019-2023*. 573(10), 573–584.
<http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>
- Helianny, I. (2021). Peran Kebijakan Fiskal dalam Mengatasi Resesi Ekonomi di Indonesia. *Prosiding Seminar Stiarni*, 8(1), 15–21.
- Irawan, E., Maras, J. O., Hulu, M., & Sumbawa, K. (2023). Peran Kebijakan Moneter Dalam Perekonomian. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(4), 258–265. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i4.1899>
- Karseno, A. R. K. R. (2019). Peran Pemerintah dalam Ekonomi Pasar Terbuka. *Unisia*, 16(31), 17–22.
<https://doi.org/10.20885/unisia.vol16.iss31.art2>
- Lathifah, G. S., & Prayoga, I. D. (2024). *Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19*. 3(1), 35–43.
- Mankiw, N. Gregory. (2003). *Teori Makro Ekonomi Terjemahan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nopirin. (2014). *Ekonomi Moneter*. Edisi keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Puput Iswandyah Raysharie1 et. al. (2024). *The Influence of Fiscal and Monetary Policies on Economic Growth: A Case Study in the Context of Macroeconomics Pengaruh Kebijakan Fiskal dan Moneter terhadap Pertumbuhan*. 1, 21–32.
- Ramadhan, Agil Al., Siti Komariyah., & Sebastiana Viphindartin. (2017). Pengaruh Inflasi, Populasi Penduduk, Dan Gross

- Domestic Product (Gdp) Terhadap Tingkat Pengangguran di Asean 5 Periode 1995-2014. *Journal Ekuilibrium*, II(1), 51 – 55.
- Rantebua, S., Rosnawintang, R., & Suriadi, L. O. (2020). Analisis Pengaruh Kebijakan Fiskal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Progres Ekonomi Pembangunan (JPEP)*, 5(1), 79–86. <https://doi.org/10.33772/jpep.v5i1.11671>
- Rusiadi, E., & Sari, W. I. (2020). *Stabilitas Ekonomi Makro*. 2(7), 90.
- Sadono, Sukirno. (2016). *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT Rajawali Pess.
- Sah, C., Mei, K., Hiya, N., Pembinaan, U., & Indonesia, M. (2024). *Focus Ilmu Administra si Pengaruh Kebijakan Ekonomi terhadap Perekonomian Indonesia The Influence of Economic Policy on Indonesian Economy*. 3, 25–31.
- Salvatore. (2006). *Mikro Ekonomi*. Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.
- Sekarsari, D., Az Zahra, F. A., Ayuningtyas, F. R., & Fadilla, A. (2024). Analisis Dinamika Inflasi dan Implikasinya terhadap Stabilitas Ekonomi di Indonesia. *Journal of Macroeconomics and Social Development*, 1(3), 1–9. <https://doi.org/10.47134/jmsd.v1i3.194>
- Todaro, Michael, P. dan Stephen C. Smith. (2013). *Pertumbuhan Ekonomi di Dunia Ketiga*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Warjiyo, P. (2004). *Mekanisme Transmisi Kebijakan Moneter di Indonesia*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.

TENTANG PENULIS



Dr. Syafruddin, S.E., M.M.

Penulis dilahirkan di Bima, Provinsi Nusa Tenggara Barat pada tanggal 17 Maret 1972. Riwayat Pendidikan formal adalah sebagai berikut: SDN 5 Bima (1978–1984), SMPN 2 Bima (1984–1987), SMAN Ampenan, Lombok Barat (1987-1990), kemudian melanjutkan Strata 1 IESP Universitas Hasanuddin (1992–1999), Strata 2 Magister Manajemen STIE YPUP Makassar (2010–2014), Strata 3 Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Hasanuddin (2017–2021). Penulis pernah bekerja sebagai Asisten Dosen di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar (2015–2016), sebagai Dosen Tidak Tetap di Prodi Manajemen Kampus UKDM (Universitas Karya Dharma) Makassar (2016), selanjutnya sebagai Dosen Tetap di Prodi Manajemen Kampus STIE Bajiminas Makassar (2016-2021), kemudian pindah homebase sebagai Dosen Tetap pada Prodi Pascasarjana Kampus STIE Amkop Makassar (2021–2022), dan terakhir pindah homebase sebagai Dosen Tetap pada Prodi kewirausahaan Kampus Universitas Muhammadiyah Bima (2023–sekarang). Penulis pernah mengajar mata kuliah Ekonomi Mikro, Ekonomi Makro, Perilaku Organisasi, Studi Kelayakan Bisnis, Teori Pengambilan Keputusan, Statistik I, Kebijakan Fiskal & Moneter, Analisis Data Hasil Penelitian, Kewirausahaan, Manajemen Operasional Bisnis, Socialpreneurship, Business Leadership, dll. Penulis memiliki kepakaran di bidang Manajemen Strategik/ Pemasaran. Pemerhati UMKM, dan konsultan mandiri manajemen, statistik terapan dan penelitian. Penulis telah menulis Buku Ajar: Business Leadership, 2024; Buku Ajar Studi Kelayakan Bisnis, 2024, beberapa Book Chapter, di antaranya: Dasar Dasar Manajemen (Pendekatan Digitalisasi Manajemen, 2024); Kewirausahaan (Technopreneurship), 2024; Metode Penelitian: Konsep Cepat Dalam Penyusunan Laporan Skripsi, 2024; Dasar Metode Penelitian: Tahapan Akselerasi Penulisan Tesis, 2024; Manajemen Bisnis: Teori, Strategi, Implementasi, dan Indikator Keberhasilan Bisnis 2024; Pengantar Manajemen (Manajemen Era Revolusi Industri 4.0), 2024,

Manajemen Bisnis: Strategi dan Tata Kelola, Strategi Marketing (Penerapan dalam Berbagai Bidang), 2024, Strategi Marketing (Penerapan dalam Berbagai Bidang), 2024, MSDM (Perspektif Pengelolaan SDM dalam Organisasi), 2024, dan menyusun buku-buku lainnya. *E-mail*: syafuruddinmuhtartahir@gmail.com



KONSEP EKONOMI DIGITAL

Dr. Ir. Uus Mohammad Darul Fadli, S.E., M.M.
Universitas Buana Perjuangan Karawang

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang pesat dalam beberapa dekade terakhir telah memicu transformasi mendasar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam dunia ekonomi. Salah satu fenomena yang paling menonjol adalah munculnya ekonomi digital (Goldfarb, et al, 2019).

Banyak informasi yang menjelaskan latar belakang munculnya ekonomi digital, di antaranya karena adanya (1) perkembangan teknologi, dengan peningkatan inovasi seperti internet, perangkat *mobile*, *big data*, *artificial intelligence*, dan *cloud computing* telah menciptakan infrastruktur yang memungkinkan transaksi bisnis dilakukan secara digital (Goldfarb, et al: 2019); (2) globalisasi, dengan meningkatnya konektivitas global mendorong perusahaan untuk memperluas pasar dan rantai pasok secara lintas batas, sehingga memunculkan kebutuhan akan platform digital yang efisien (Zhang J., 2022; World Bank, 2021); (3) perubahan perilaku konsumen, di mana konsumen semakin terbiasa dengan transaksi *online*, mengharapkan kemudahan, kecepatan, dan personalisasi dalam berbelanja; dan (4) pandemi Covid-19, di mana pandemi telah mempercepat adopsi teknologi digital dalam berbagai sektor, terutama dalam *e-commerce*, *teleworking*, dan *digital payments* (Zhang J., 2022; World Bank, 2021).

Secara historis, perkembangan ekonomi digital dapat dikalsifikasikan pada era sebelum tahun 1980 (era pra-digital), era tahun 1980-an (munculnya internet), dan era 1990 an (era perkembangan teknologi. Pada era pra-digital (sebelum tahun 1980-an), dicirikan dengan adanya dominasi oleh industri manufaktur dan pertanian (ekonomi industri), adanya transaksi manual (transaksi bisnis dilakukan secara manual, menggunakan kertas dan uang tunai) dan informasi terbatas (akses informasi terbatas dan lambat). Pada tahun 1980, muncul internet menyebabkan terjadinya revolusi informasi, di mana internet mulai diperkenalkan dan mengubah cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi. Aktivitas *e-commerce* awal, ditandai dengan munculnya *e-commerce* sederhana, seperti penjualan melalui *bulletin board system* (BBS), serta munculnya perbankan elektronik, di mana beberapa bank mulai menawarkan layanan perbankan elektronik yang terbatas.

Perkembangan teknologi (1990-an hingga sekarang) ditandai dengan adanya (1) munculnya *World Wide Web* (WWW) yang mempermudah akses informasi secara global; (2) tumbuhnya *e-commerce* massal dengan munculnya platform seperti Amazon, Shopee, eBay, Blibli, dan lainnya; (3) *mobile* internet, yakni teknologi *mobile* dan *smartphone* memungkinkan akses internet kapan saja dan di mana saja; (4) sosial media, yakni platform sosial media seperti Facebook, Twitter, dan Instagram yang mengubah cara kita berinteraksi dan berbisnis; (5) *big data*, merupakan pengumpulan dan analisis data dalam skala besar memungkinkan bisnis membuat keputusan yang lebih baik; (6) kecerdasan buatan (AI), dengan penerapan AI dalam berbagai bidang, seperti pemasaran, layanan pelanggan, dan pengembangan produk; (7) teknologi *blockchain*, sebagai solusi untuk masalah keamanan dan transparansi dalam transaksi digital; serta (8) *Internet of Things* (IoT), sebagai perangkat fisik terhubung ke internet, memungkinkan otomatisasi dan pengumpulan data.

Konsep Dasar Ekonomi Digital

Perkembangan ekonomi digital tidak lepas dari perkembangan teknologi sebagai penggerak utama ekonomi digital dan elemen-elemen kunci dari ekonomi digital. Untuk itu maka pada bab ini akan dibahas perkembangan teknologi yang akan mendukung konsep ekonomi digital seperti internet, data, dan *artificial intelligence*, serta elemen-elemen kunci ekonomi digital, yang membentuk ekosistem ekonomi digital, seperti *e-commerce*, *fintech*, *big data*, dan lain-lain.



Gambar 17.1 Konsep Ekonomi Digital

Definisi Ekonomi Digital

Ekonomi digital merupakan sebuah konsep yang terus berkembang dan didefinisikan secara berbeda oleh berbagai ahli dan institusi. Namun, secara garis besar, ekonomi digital merujuk pada segala aktivitas ekonomi yang memanfaatkan teknologi digital sebagai basis utama dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi barang serta jasa.

Don Tapscott, salah satu pelopor konsep ekonomi digital pada tahun 1996 memaparkan karya tulis ilmiahnya yang berjudul *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*, mendefinisikan ekonomi digital sebagai "Kegiatan ekonomi yang berbasis pada teknologi digital internet." (Budiarta, et al. 2020). Organisasi G20 mendefinisikan ekonomi digital adalah seluruh kegiatan ekonomi yang penggerak utamanya adalah pemanfaatan informasi digital dan jaringan informasi modern, dan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (yang efektif), kemudian Rosyda (2024) mendefinisikan ekonomi digital sebagai kegiatan perekonomian yang mengandalkan bantuan internet atau *artificial intelligence* (AI).

Unsur-unsur penting dalam ekonomi digital, sebagai berikut. (1) Virtualisasi, yakni transaksi dan interaksi bisnis dilakukan secara *online*; (2) Digitalisasi, yakni informasi diubah menjadi format digital; (3) *Networkisasi*, yakni terbentuknya jaringan yang menghubungkan berbagai pihak; serta (4) Otomatisasi, yakni penggunaan teknologi untuk mengotomatiskan proses bisnis.

Saat ini, ekonomi digital telah menjadi idola, karena (1) kemudahan dan aksesibilitas, yang memberikan kemudahan akses bagi konsumen untuk mendapatkan produk dan jasa; (2) menjanjikan efisiensi, karena proses bisnis menjadi lebih efisien dengan teknologi digital; (3) sumber inovasi, dapat mendorong munculnya inovasi baru dan bisnis model yang unik; serta (4) ternetuknya globalisasi yang semakin cepat, dapat mempermudah bisnis untuk menjangkau pasar global.

Teknologi sebagai Penggerak Utama Ekonomi Digital

Teknologi menjadi jantung dari ekonomi digital. Inovasi-inovasi teknologi telah menjadi katalisator utama dalam transformasi ekonomi global, mengubah cara kita memproduksi, berdistribusi, dan mengkonsumsi barang dan jasa. Teknologi-teknologi yang diproyeksikan, akan menjadi penggerak utama ekonomi digital Indonesia hingga tahun 2045, seiring dengan visi Indonesia Maju, di antaranya adalah kecerdasan buatan (AI), *Internet of Things* (IoT), *blockchain*, realitas virtual (VR) dan *augmented reality* (AR), bioteknologi, dan komputasi kuantum.

1. Kecerdasan Buatan (AI) dan Pembelajaran Mesin

Kecerdasan Buatan (AI) adalah simulasi kecerdasan manusia dalam mesin yang diprogram untuk berpikir seperti manusia dan meniru tindakannya. AI dapat belajar, beralasan, memecahkan masalah, dan mengambil keputusan. Pembelajaran mesin adalah subbidang AI yang memungkinkan sistem komputer belajar dari data tanpa diprogram secara eksplisit. Pembelajaran mesin memungkinkan komputer menemukan pola dalam data besar dan membuat prediksi.

Salah satu kelebihan AI, secara akan semakin mahir dalam memberikan rekomendasi yang sangat personal bagi konsumen, meningkatkan pengalaman pengguna dan penjualan. AI bisa bekerja Otomatis, menangani tugas-tugas rutin (diotomatisasi), meningkatkan efisiensi dan produktivitas. AI akan mampu menganalisis data dalam skala besar untuk menemukan pola dan tren yang sebelumnya tidak terlihat, membantu bisnis dalam pengambilan keputusan. Contoh penerapan: *Chatbot*, rekomendasi produk, *mobil self-driving*.

2. *Internet of Things (IoT)*

IoT adalah jaringan perangkat fisik, kendaraan, meteran listrik, dan lainnya yang dilengkapi dengan sensor, perangkat lunak, dan konektivitas untuk memungkinkan pertukaran data. Kelebihan teknologi IoT di antaranya sebagai berikut. (1) Konektivitas, kemampuan untuk koneksi dari berbagai perangkat-perangkat fisik, memungkinkan pengumpulan data yang lebih banyak dan kontrol yang lebih baik atas proses bisnis. (2) *Smart City*, IoT akan mendorong pengembangan kota pintar, dengan infrastruktur yang lebih efisien dan layanan publik yang lebih baik. (3) Industri 4.0, IoT akan menjadi kunci dalam transformasi industri manufaktur, dengan pabrik yang lebih cerdas dan terhubung. Contoh penerapan IoT pada *smart home*, pertanian pintar, Industri 4.0.

3. *Blockchain*

Blockchain adalah teknologi buku besar digital yang mencatat transaksi secara aman dan terdesentralisasi. Setiap blok dalam rantai berisi kumpulan data yang terenkripsi. Kelebihan dari *blockchain* ini adalah bisa memastikan (1) transaksi aman dan transparan, *blockchain* akan meningkatkan keamanan dan transparansi dalam transaksi, terutama dalam sektor keuangan dan rantai pasok; (2) kontrak cerdas, yang akan mengotomatiskan pelaksanaan kontrak, mengurangi biaya dan risiko; serta (3) kemampuannya untuk melakukan identifikasi digital, menciptakan identitas digital yang aman dan terdesentralisasi. Contoh penerapan *blockchain* ada pada

implementasi *cryptocurrency (bitcoin)*, rantai pasok, sistem pemungutan suara elektronik.

4. Realitas Virtual (VR) dan *Augmented Reality* (AR)

Realitas Virtual (VR) adalah teknologi yang dapat menciptakan lingkungan simulasi yang sepenuhnya imersif, di mana pengguna dapat berinteraksi dengan objek dan lingkungan dalam dunia virtual yang tampak nyata. *Augmented Reality* (AR) adalah teknologi yang menggabungkan elemen digital dengan dunia nyata melalui perangkat seperti smartphone atau kacamata khusus, menambahkan lapisan informasi atau objek virtual ke realitas fisik. VR dan AR memberikan nuansa baru dalam ekonomi digital karena (1) VR dan AR memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik, akan mengubah cara kita berbelanja, belajar, dan berinteraksi secara sosial; (2) mampu menyediakan Pelatihan dan Simulasi dalam berbagai industry; (3) dimanfaatkan dalam dunia hiburan, membuka peluang baru dalam perkembangan industri hiburan. Contoh penerapan VR dan AR pada Game VR, pelatihan virtual, dan desain produk.

5. Bioteknologi

Bioteknologi adalah pemanfaatan organisme hidup dan sistem biologis untuk mengembangkan atau membuat produk dari bakteri, fungi, virus, dan lain-lain, termasuk produk yang berasal dari makhluk hidup seperti enzim, alkohol, antibiotik, asam organik yang dapat digunakan oleh manusia (Yi-Sheng Wang, 2028). Selain itu, dalam proses pembuatan barang dan jasa, bioteknologi memungkinkan untuk menggabungkan berbagai cabang ilmu seperti biokimia, komputer, biologi molekular, mikrobiologi, genetika, kimia, matematika, dan lain sebagainya. Istilah bioteknologi pertama sekali diperkenalkan pada tahun 1919 oleh seorang sarjana pertanian Hongaria, Karl Ereky. Pada waktu itu, istilah bioteknologi digunakan untuk menghasilkan suatu produk dari bahan baku dengan bantuan organisme hidup (Tajuddin, Teuku, 2021). Perkembangan bioteknologi banyak dimanfaatkan dalam bidang kesehatan, karena bioteknologi akan memungkinkan pengembangan pengobatan yang lebih personal

dan efektif. Begitu pula dalam bidang pertanian berkelanjutan, akan membantu meningkatkan produktivitas pertanian dan mengurangi dampak lingkungan. Contoh penerapan bioteknologi di antaranya rekayasa genetika, produksi obat-obatan, dan pertanian.

6. Komputasi Kuantum

Komputasi kuantum adalah bidang ilmu komputer yang memanfaatkan prinsip-prinsip mekanika kuantum untuk melakukan perhitungan. Komputer kuantum memiliki potensi untuk menyelesaikan masalah yang sangat kompleks yang tidak dapat dipecahkan oleh komputer klasik. Dalam ekonomi digital komputasi kuantum karena (1) dapat melakukan pemrosesan data yang sangat cepat, akan memungkinkan pemecahan masalah yang kompleks yang tidak dapat dipecahkan oleh komputer klasik; dan (2) pemanfaatan dalam kriptografi, komputasi kuantum dapat mengancam sistem kriptografi yang ada saat ini, tetapi juga dapat digunakan untuk mengembangkan sistem kriptografi yang lebih kuat. Contoh potensi penerapan komputasi kuantum adalah dalam pengembangan obat baru, optimasi logistik, serta pemecahan masalah kriptografi.

Elemen-Elemen Kunci Ekosistem Ekonomi Digital

Ekosistem ekonomi digital dibentuk oleh beberapa elemen kunci yang saling berinteraksi dan berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi berbasis digital. Elemen-elemen ini mencakup infrastruktur digital, platform digital, keterampilan digital, inovasi dan teknologi baru, regulasi dan kebijakan, serta keamanan siber (Mesenbourg, 2001; Bukht & Heeks, 2017; OECD, 2020).

1. Infrastruktur Digital

Infrastruktur digital meliputi jaringan internet berkecepatan tinggi, data *center*, dan teknologi komputasi awan yang mendukung aplikasi dan layanan digital. Infrastruktur ini adalah fondasi bagi keberlanjutan dan pertumbuhan ekonomi digital, memungkinkan data dan informasi mengalir dengan bebas dan efisien (Brynjolfsson & McAfee, 2014).

2. Platform Digital

Platform digital seperti Amazon, Google, Alibaba, dan Facebook berfungsi sebagai perantara utama dalam ekonomi digital (World Bank, 2016). Mereka menyediakan ruang bagi interaksi antara penyedia dan konsumen layanan, sering kali memanfaatkan efek jaringan (*network effects*) untuk meningkatkan nilai mereka dengan bertambahnya pengguna.

3. Keterampilan Digital

Ekonomi digital memerlukan tenaga kerja yang memiliki keterampilan digital untuk menggunakan teknologi baru secara efektif. Ini termasuk pengetahuan tentang pemrograman, analisis data, keamanan siber, dan pemasaran digital. Pendidikan dan pelatihan yang relevan menjadi kunci untuk meningkatkan keterampilan tenaga kerja dalam menghadapi tuntutan ekonomi digital.

4. Inovasi dan Teknologi Baru

Inovasi dalam teknologi, seperti AI, IoT, *blockchain*, dan *big data* memacu pertumbuhan ekonomi digital. Gurbaxani & Dunkle (2019) menjelaskan bahwa teknologi ini memungkinkan otomatisasi, personalisasi, dan analisis data yang mendalam, membuka peluang baru untuk efisiensi dan kreativitas dalam bisnis.

5. Regulasi dan Kebijakan

Pemerintah memainkan peran penting dalam membentuk ekosistem ekonomi digital melalui kebijakan dan regulasi. Menurut Schwab (2017), regulasi dan kebijakan ini mencakup aturan tentang privasi data, hak kekayaan intelektual, dan standar teknologi. Kebijakan yang tepat, dapat mendukung inovasi dan pertumbuhan, sementara regulasi yang kaku dapat menghambat kemajuan.

6. Keamanan Siber

Keamanan siber menjadi elemen penting dalam ekonomi digital karena meningkatnya risiko serangan siber dan pelanggaran data. Penggunaan teknologi digital harus disertai dengan langkah-langkah untuk melindungi data dan informasi dari akses tidak sah dan penyalahgunaan (Westerman, et al, 2014).

Dampak Perkembangan Ekonomi Digital

Perkembangan ekonomi digital memiliki dampak yang signifikan pada berbagai sektor, termasuk ekonomi makro, pasar tenaga kerja, dan kehidupan sehari-hari. Berikut adalah beberapa dampak utama dari ekonomi digital di masing-masing sektor.

1. Dampak pada Ekonomi Makro

a. Pertumbuhan Ekonomi

Ekonomi digital telah menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi global. Dengan mengurangi biaya transaksi dan meningkatkan efisiensi operasional, teknologi digital memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan produktivitas. Sektor-sektor seperti *e-commerce*, *fintech*, dan layanan digital lainnya, telah menciptakan nilai ekonomi yang besar, mendorong pertumbuhan PDB di banyak negara (Javaid, et al. (2024).

b. Perubahan Struktur Ekonomi

Ekonomi digital mengubah struktur ekonomi tradisional dengan mendorong pertumbuhan di sektor teknologi dan layanan, sementara sektor-sektor yang kurang beradaptasi dengan teknologi mungkin mengalami stagnasi atau penurunan. Misalnya, sektor manufaktur dan ritel tradisional, mungkin menghadapi tantangan karena otomatisasi dan perpindahan ke platform digital.

c. Inflasi dan Kebijakan Moneter

Perkembangan ekonomi digital juga dapat memengaruhi kebijakan moneter dan inflasi. Digitalisasi sering kali menyebabkan penurunan harga barang dan jasa (deflasi digital) karena peningkatan efisiensi dan persaingan yang lebih ketat di pasar global. Hal ini bisa mempersulit bank sentral dalam menetapkan kebijakan moneter yang tepat, terutama dalam mengelola tingkat inflasi dan pertumbuhan ekonomi.

2. Dampak pada Pasar Tenaga Kerja

a. Perubahan Kebutuhan Keterampilan

Ekonomi digital mengubah kebutuhan keterampilan di pasar tenaga kerja. Ada peningkatan permintaan untuk keterampilan digital, seperti pemrograman, analisis data, dan pemasaran digital, sementara pekerjaan yang memerlukan keterampilan manual atau repetitive, mungkin menurun karena otomatisasi dan kecerdasan buatan. Pekerja yang tidak memiliki keterampilan digital mungkin menghadapi kesulitan dalam mencari pekerjaan.

b. Pekerjaan Baru dan Model Kerja

Ekonomi digital menciptakan pekerjaan baru dan model kerja yang fleksibel, seperti pekerjaan lepas (*freelancing*) dan pekerjaan jarak jauh (*remote work*). Platform digital seperti Upwork, Fiverr, dan Amazn Mechanical Turk, telah memungkinkan individu untuk bekerja dari mana saja, dengan jam kerja yang fleksibel. Namun, pekerjaan ini sering kali tidak disertai dengan keamanan kerja dan manfaat yang sama seperti pekerjaan konvensional.

c. Polarisasi Pasar Tenaga Kerja

Ada kecenderungan untuk terjadi polarisasi di pasar tenaga kerja, di mana pekerjaan berketerampilan tinggi dan rendah tumbuh, sementara pekerjaan berketerampilan menengah menurun. Ini menciptakan kesenjangan pendapatan yang lebih besar, karena pekerjaan berketerampilan tinggi biasanya menawarkan upah yang lebih tinggi, sementara pekerjaan berketerampilan rendah sering kali berpenghasilan rendah dan tidak stabil.

3. Dampak pada Kehidupan Sehari-hari

a. Akses terhadap Informasi dan Layanan

Dengan perkembangan ekonomi digital, akses terhadap informasi dan layanan menjadi lebih mudah dan cepat. Internet dan perangkat *mobile* memungkinkan orang untuk mengakses berbagai layanan, seperti perbankan *online*, pendidikan digital, dan *telemedicine*, dari mana saja. Hal ini

meningkatkan kenyamanan dan mempercepat proses yang sebelumnya memakan waktu.

b. Perubahan Pola Konsumsi

Ekonomi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat dengan memperkenalkan *e-commerce* dan layanan streaming. Konsumen sekarang dapat membeli produk dan jasa secara *online*, kapan saja dan di mana saja, dengan berbagai pilihan yang lebih banyak dan harga yang lebih kompetitif. Platform seperti Amazon, Netflix, dan Spotify telah mengubah cara kita berbelanja, menonton, dan mendengarkan musik.

c. Privasi dan Keamanan

Meskipun memberikan banyak kemudahan, ekonomi digital juga menimbulkan tantangan terkait privasi dan keamanan. Penggunaan data pribadi oleh perusahaan untuk pemasaran dan analisis telah menimbulkan kekhawatiran mengenai bagaimana data tersebut dikumpulkan, disimpan, dan digunakan. Selain itu, risiko keamanan siber seperti peretasan dan pencurian identitas juga meningkat seiring dengan lebih banyaknya transaksi dan interaksi yang dilakukan secara *online*.

4. Dampak Sosial dan Budaya

a. Kesenjangan Digital

Tidak semua orang memiliki akses yang sama terhadap teknologi digital, yang menciptakan kesenjangan digital. Kesenjangan ini bisa terjadi antara negara maju dan berkembang, antar daerah dalam satu negara, atau antarkelompok sosial. Kesenjangan digital dapat memperparah ketimpangan ekonomi dan sosial, dengan mereka yang memiliki akses yang lebih baik, mendapatkan keuntungan lebih besar dari ekonomi digital.

b. Pengaruh pada Hubungan Sosial dan Komunikasi

Ekonomi digital telah mengubah cara kita berkomunikasi dan berinteraksi. Media sosial, pesan instan, dan platform digital lainnya memungkinkan komunikasi lebih cepat dan luas, tetapi juga dapat menyebabkan isolasi sosial atau kecanduan

teknologi. Dampak pada hubungan sosial bisa bervariasi, tergantung pada bagaimana teknologi tersebut digunakan.

c. Transformasi Pendidikan dan Pembelajaran

Dengan teknologi digital, pendidikan dan pembelajaran mengalami transformasi signifikan. Platform pembelajaran *online* seperti Coursera, Khan Academy, dan edX memungkinkan akses ke pendidikan berkualitas tinggi dari mana saja di dunia. Ini telah membuka peluang pendidikan yang lebih luas, tetapi juga menantang sistem pendidikan tradisional untuk beradaptasi dengan metode pengajaran yang lebih fleksibel dan berbasis teknologi.

5. Dampak pada Inovasi dan Kewirausahaan

a. Peningkatan Inovasi

Ekonomi digital telah memicu peningkatan inovasi di berbagai sektor. Teknologi digital memungkinkan eksperimen dan pengembangan produk baru yang lebih cepat dan lebih murah. Hal ini membuka peluang bagi perusahaan baru dan startup untuk masuk ke pasar dengan lebih mudah dan bersaing dengan perusahaan yang sudah mapan.

b. Dukungan untuk Kewirausahaan

Platform digital dan media sosial memberikan alat yang kuat bagi para wirausahawan untuk memulai dan mengembangkan bisnis mereka. Misalnya, *e-commerce* dan media sosial memungkinkan para wirausahawan untuk mencapai pasar global dengan biaya yang relatif rendah, sementara *crowdfunding* dan investasi *online* menyediakan cara baru untuk mengakses modal.

Perkembangan ekonomi digital memiliki dampak yang luas dan beragam di berbagai sektor. Sementara teknologi digital membawa banyak manfaat, seperti pertumbuhan ekonomi, efisiensi yang lebih tinggi, dan peluang baru untuk inovasi dan kewirausahaan, mereka juga menimbulkan tantangan baru seperti kesenjangan digital, dampak pada pasar tenaga kerja, dan risiko terhadap privasi dan keamanan. Oleh karena itu, adaptasi yang tepat, regulasi yang bijak, dan kebijakan yang inklusif diperlukan untuk memaksimalkan manfaat ekonomi digital dan mengurangi dampaknya yang negatif.

Konsep Matematis Ekonomi Digital

Konsep matematis dari dampak ekonomi digital terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia melibatkan penggunaan model ekonomi yang mengukur efek langsung dan tidak langsung dari perubahan dalam variabel digitalisasi pada indikator makroekonomi seperti PDB, produktivitas, dan pasar tenaga kerja. Berikut adalah beberapa konsep dan model matematis yang relevan.

1. Model Pertumbuhan Ekonomi Endogen

Model pertumbuhan ekonomi endogen, seperti model Solow (1956) yang telah memberikan dasar bagi model pertumbuhan ekonomi yang dimodifikasi untuk memasukkan efek teknologi dan digitalisasi dalam model Romer (1990), sering digunakan untuk mengukur dampak teknologi dan inovasi (termasuk digitalisasi) terhadap pertumbuhan ekonomi. Dalam konteks ekonomi digital, model ini dapat digunakan untuk memahami bagaimana investasi dalam teknologi digital, infrastruktur internet, dan pendidikan keterampilan digital memengaruhi *output* ekonomi jangka panjang.

Persamaan Dasar Solow yang Dimodifikasi:

$$Y = A \cdot K^\alpha \cdot (L \cdot h)^{1-\alpha} \text{ Sumber: Romer (1990)}$$

Di mana:

Y adalah *output* ekonomi (misalnya, PDB).

A adalah faktor teknologi total (*Total Factor Productivity*, TFP), yang dapat ditingkatkan oleh digitalisasi.

K adalah modal fisik.

L adalah tenaga kerja.

h adalah modal manusia (*skill level* tenaga kerja).

α adalah elastisitas *output* terhadap modal.

Dampak digitalisasi dapat langsung ataupun tidak langsung.

- a. Dampak langsung, digitalisasi meningkatkan faktor teknologi total A melalui efisiensi teknologi dan produktivitas.
- b. Dampak tidak langsung, digitalisasi dapat meningkatkan h melalui peningkatan keterampilan digital dan akses ke pendidikan, yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas tenaga kerja ($L \cdot h$).

2. Model *Input-Output* Leontief

Model *input-output* Leontief (1986) digunakan untuk menganalisis hubungan antara berbagai sektor ekonomi. Dalam konteks ekonomi digital, model ini dapat digunakan untuk mengevaluasi dampak digitalisasi pada berbagai sektor (misalnya, manufaktur, jasa, pertanian) dan bagaimana perubahan dalam satu sektor dapat memengaruhi sektor lainnya.

Persamaan Dasar Model *Input-Output*:

$$x = (I - A)^{-1} \cdot d, \text{ Sumber: Leontief (1986)}$$

Di mana:

x adalah vektor *output* sektor.

I adalah matriks identitas.

A adalah matriks koefisien *input-output* (koefisien teknis yang menunjukkan *input* dari sektor lain yang dibutuhkan untuk memproduksi satu unit *output*).

d adalah vektor permintaan akhir.

Dampak digitalisasi bisa langsung maupun tidak langsung.

- a. Dampak langsung: Peningkatan dalam sektor digital (misalnya, *e-commerce*, *fintech*) secara langsung meningkatkan permintaan akhir d di sektor tersebut.
- b. Dampak tidak langsung: Kenaikan di sektor digital meningkatkan permintaan di sektor lain yang terkait (misalnya, logistik untuk *e-commerce*, perbankan untuk *fintech*), yang ditunjukkan oleh perubahan pada matriks A .

3. Analisis Multiplier (Pengganda Ekonomi)

Analisis multiplier dikemukakan oleh Miller & Blair (2009), digunakan untuk mengukur dampak total (langsung, tidak langsung, dan induksi) dari perubahan dalam suatu sektor ekonomi terhadap seluruh perekonomian. Dalam konteks ekonomi digital, multiplier dapat menghitung dampak investasi dalam infrastruktur digital atau adopsi teknologi digital oleh UMKM pada *output* ekonomi secara keseluruhan.

Persamaan Pengganda Keynesian Sederhana: $\Delta Y = ((1)/(1 - MPC)) \cdot \Delta I$

Di mana:

ΔY adalah perubahan dalam *output* total (misalnya, PDB).

MPC adalah *marginal propensity to consume* (proporsi tambahan pendapatan yang dikonsumsi).

ΔI adalah perubahan dalam investasi.

Dampak digitalisasi bisa langsung maupun tidak langsung.

- a. Dampak langsung: Investasi dalam ekonomi digital ΔI meningkatkan *output* langsung.
 - b. Dampak tidak langsung dan induksi: Efek pengganda dihasilkan karena investasi digital meningkatkan pendapatan sektor yang berhubungan, yang pada gilirannya meningkatkan konsumsi dan investasi lebih lanjut di seluruh ekonomi.
4. Analisis Regresi dan Ekonometrika

Analisis regresi mengadopsi formulasi dari Keynes (1936), digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel digitalisasi dan pertumbuhan ekonomi dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang relevan. Ekonometrika memungkinkan identifikasi dampak langsung dan tidak langsung dengan menggunakan data historis dan teknik statistik.

Model Regresi Linier Sederhana: $\Delta Y = \Delta \beta_0 + \Delta \beta_1 \cdot Digital + \beta_2 \cdot Controls +$

Di mana:

ΔY adalah pertumbuhan ekonomi (misalnya, pertumbuhan PDB). *Digital* adalah variabel digitalisasi (misalnya, investasi digital, adopsi teknologi digital).

Controls adalah variabel kontrol lain (misalnya, pendidikan, investasi fisik).

$\beta_0, \beta_1, \beta_2$ adalah koefisien regresi.

adalah error term.

Dampak digitalisasi bisa langsung maupun tidak langsung.

- a. Dampak langsung: Koefisien β_1 menunjukkan dampak langsung digitalisasi pada pertumbuhan ekonomi.
- b. Dampak tidak langsung: Analisis interaksi dapat dilakukan dengan memasukkan variabel interaksi untuk memahami

efek tidak langsung melalui variabel lain seperti modal manusia dan infrastruktur.

5. Analisis Jaringan dan *Model Diffusion* (Penyebaran Teknologi)

Analisis jaringan dan *model diffuse* sebagaimana dijelaskan oleh Kumar & Sinha (2021) dapat digunakan untuk memahami bagaimana teknologi digital menyebar di antara perusahaan dan individu, dan dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi. Model penyebaran (*diffusion model*) sering digunakan untuk memprediksi adopsi teknologi baru di ekonomi digital.

$$\text{Model Diffusion Bass: } f(t) = ((p + qF(t)(1 - F(t))) / ((1 + q/pF(t)))$$

Di mana: $f(t)$ laju adopsi pada waktu t .

$F(t)$ persentase kumulatif dari adopsi pada waktu t .

p koefisien inovasi (*early adopters*).

q koefisien imitasi (*followers*).

Dampak Digitalisasi bisa langsung maupun tidak langsung.

- a. Dampak langsung, digitalisasi meningkatkan p (inovasi) dan q (imitasi), mempercepat laju adopsi teknologi baru.
- b. Dampak tidak langsung, seperti peningkatan adopsi teknologi meningkatkan produktivitas, yang kemudian mendorong pertumbuhan ekonomi lebih lanjut.

Konsep-konsep matematis ini menunjukkan bagaimana digitalisasi memiliki dampak langsung (misalnya, peningkatan efisiensi, produktivitas) dan tidak langsung (misalnya, efek pengganda, perubahan struktural) terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Menggunakan model-model ini memungkinkan ekonom dan pembuat kebijakan untuk lebih memahami dan mengukur dampak penuh dari ekonomi digital, serta merancang kebijakan yang tepat untuk memaksimalkan manfaatnya bagi ekonomi secara keseluruhan.

Daftar Pustaka

- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W.W. Norton & Company.
- Budiarta, K., Ginting, S. O., dan Simarmata, J. (2020). *Ekonomi dan Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Bukht, R., & Heeks, R. (2017). Defining, conceptualising and measuring the digital economy. *Development Informatics Working Paper*, (68).
- Goldfarb, Avi, and Catherine Tucker. (2019). Digital Economics. *Journal of Economic Literature*, 57(1), 3–43. DOI: 10.1257/jel.20171452
- Gurbaxani, V., & Dunkle, D. (2019). Gearing Up for Successful Digital Transformation. *Management Information Systems Quarterly Executive*, 18(3).
- Javaid, M., Haleem, A., Singh, R.P., Sinha, A.K. (2024) Digital Economy to Improve The Culture of Industry 4.0: A Study on Features, Implementation and Challenges. *Green Technologies and Sustainability*, 2(2).
- Keynes, J. M. (1936). *The General Theory of Employment, Interest, and Money*. New York: Macmillan.
- Kumar, P., Sinha, A. (2021) Information diffusion modeling and analysis for socially interacting networks. *Soc. Netw. Anal. Min.* 11(11).
- Leontief, W. (1986). *Input-Output Economics*. Oxford: Oxford University Press.
- Mesenbourg, T. L. (2001). *Measuring the Digital Economy*. US Department of Commerce. *Bureau of Economic Analysis*.
- Miller, R. E., & Blair, P. D. (2009). *Input-Output Analysis: Foundations and Extensions*. UK: Cambridge University Press.
- OECD (2020). *Digital Economy Outlook 2020*.
- Romer, P. (1990). Endogenous Technological Change. *Journal of Political Economy*, 98(5), S71–S102.
- Rosyda. (2024). *Memahami Pengertian Ekonomi Digital, Manfaat, dan Peluang Bisnisnya*. Jakarta: Gramedia.

- Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. UK: Penguin.
- Solow, R. M. (1956). A Contribution to the Theory of Economic Growth. *Quarterly Journal of Economics*, 70(1), 65-94.
- Tajuddin, Teuku. (2021). *Bioteknologi*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation. *Harvard Business Review Press*.
- World Bank (2016). *World Development Report 2016: Digital Dividends*.
- World Bank. (2021). *Digital economy and society in Southeast Asia 2021*.
<https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/328941558708267736/the-digital-economy-in-southeast-asia-strengthening-the-foundations-for-future-growth>
- Yi-Sheng Wang. (2018). Dynamic Strategy on Biotechnology: a Case Study for Merck Biopharma. *International Journal of Research Studies in Medical and Health Sciences*, 3(10), 22–29.
- Zhang J, Zhao W, Cheng B, Li A, Wang Y, Yang N, Tian Y. (2022). The Impact of Digital Economy on the Economic Growth and the Development Strategies in the post-Covid-19 Era: Evidence From Countries Along the "Belt and Road". *Front Public Health*. 2022 May 9;10:856142. doi: 10.3389/fpubh.2022.856142. PMID: 35669751; PMCID: PMC9164196.

TENTANG PENULIS



Dr. Ir. Uus MD Fadli, S.E., M.M.

Lahir di Tasikmalaya. Saat ini bekerja sebagai Dosen Tetap Yayasan di Universitas Buana Perjuangan Karawang. Lulus Doktor bidang Ilmu Manajemen dari Universitas Negeri Jakarta tahun 2020. Penulis senang mendalami *Human Resources Management* khususnya dalam kajian *Intellectual Capital Management*. *Intellectual Capital* merupakan bidang ilmu yang sangat menarik yang membahas *Human Capital*, *Organizational Capital* dan *Relational Capital*, sebagai bidang ilmu yang berperan dalam menciptakan nilai baik untuk individu maupun untuk perusahaannya. Penulis aktif melakukan penulisan buku dan penelitian yang ada kaitannya dengan hal tersebut. Buku yang sudah terbit di antaranya **Perencanaan Intellectual Capital Dosen dalam Pencapaian Visi Universitas, Perencanaan Human Capital Dosen, State of The Art, Human Capital Strategic, Fungsi State Of The Art dalam Penelitian Kuantitatif**. Selain itu juga penulis aktif melakukan penelitian dan publikasi di jurnal nasional maupun jurnal internasional. Ketertarikan dari metoda penelitian yang sedang berkembang saat ini penulis juga telah mengembangkan *state of the art* dari teori *Importance dan Performance Analysis* (IPA) yang sudah mencapai pada tingkat ke lima dan penulis mengembangkannya dengan memadukan pendekatan regresi dan *standard error of estimation* (SEE) sebagai langkah korektif dari strategi IPA yang berkembang saat ini.



KONSEP EKONOMI KREATIF

Sudarijati, S.E., M.Si.
Universitas Djuanda

Pendahuluan

Perkembangan zaman membuat konsep ekonomi menjadi semakin berkembang. Pada era globalisasi, konsep ekonomi tidak bisa dilepaskan dari ide-ide kreatif sehingga muncul istilah ekonomi kreatif. Di Indonesia, ekonomi kreatif baru muncul pada era Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tahun 2004. Untuk memberikan kepastian hukum, agar pelaku ekonomi kreatif mudah menjalankannya maka Pemerintah menerbitkan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.

Dalam undang-undang tersebut, dinyatakan bahwa ekonomi kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan dan teknologi. Dalam era globalisasi, ekonomi kreatif menjadi salah satu pilar penting yang mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Sektor ekonomi kreatif, terbukti memiliki peranan strategis dalam mengoptimalkan potensi lokal dan membuka berbagai peluang usaha bagi warga pedesaan (Supriyanto & Hana, 2020).

Ekonomi kreatif tidak hanya memberikan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga mendorong pengembangan sumber daya manusia. Pendidikan dan pelatihan dalam bidang seni, desain, dan teknologi kreatif menjadi investasi yang berkelanjutan untuk menciptakan SDM yang kompeten dan inovatif. Hal ini memberikan kesempatan bagi masyarakat lokal untuk menggali potensi kreatifnya dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi.

Pengertian Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, ekonomi diartikan sebagai ilmu tentang asas-asas produksi, distribusi dan pemakaian barang-barang serta kekayaan, sedangkan kreatif merupakan kemampuan dalam memiliki daya cipta serta kemampuan untuk menciptakan. Berdasarkan pengertian tersebut, ekonomi kreatif merupakan proses perekonomian yang mengutamakan nilai kreativitas.

Menurut Suryana (2013), ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh industri kreatif yang mengutamakan peranan kekayaan intelektual. Dalam ekonomi kreatif, kekayaan intelektual merupakan sesuatu yang esensial. Hal ini karena produk dan jasa yang diciptakan oleh perusahaan bisnis, didasarkan pada kreativitas dan inovasi, sehingga memiliki unsur kekayaan intelektual. Ekonomi kreatif adalah sebuah talenta baru yang mengubah masyarakat melalui ide atau gagasan kreatif, sehingga menghasilkan produk-produk bernilai tambah ekonomi, yang mampu menghasilkan kehidupan lebih sejahtera (Saksono, 2012)

Selain itu, ekonomi kreatif juga didefinisikan sebagai wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan berbasis kreativitas, sedangkan pembangunan berkelanjutan merupakan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2008). Menurut Aryana, (2016), ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dan kreatifitas yang mengandalkan ide, gagasan dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi.

Selanjutnya, Howkins (2001) menyatakan ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi di mana *input* dan *output*-nya adalah gagasan karena gagasan merupakan esensi dari sebuah kreativitas. gagasan yang dimaksud adalah ide orisinal dan dapat diproteksi sebagai Hak Kekayaan Intelektual atau *intellectual property* (IP).

Selain itu, menurut Howkins (2001), ekonomi kreatif terdiri dari periklanan, arsitektur, seni, kerajinan, desain, fashion, film, musik, seni pertunjukkan, penerbitan, penelitian dan pengembangan (R and

D), perangkat lunak, mainan dan permainan, televisi dan radio, dan permainan video, sedangkan Peraturan Presiden (PerPres) Nomor 72 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif, menyatakan terdapat 16 subsektor dalam industri kreatif yaitu periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan (kriya), desain, fesyen, film, video dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukkan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer, radio dan televisi, riset dan pengembangan, kuliner, aplikasi, *and game developer* (Firdausy, 2017). Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi yang memanfaatkan sumber daya yang bukan hanya terbarukan bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas.

Sejarah Singkat Ekonomi Kreatif

Paradigma ekonomi dunia telah merubah pandangan masyarakat terhadap keberadaan ekonomi kreatif. Seiring dengan perkembangan revolusi industri, ekonomi dunia yang dulu dikenal dengan ekonomi pertanian berubah menjadi ekonomi industri. Pada masa itu, industri bergerak pada sektor-sektor manufaktur dan mesin-mesin mulai menggantikan peran manusia, khususnya di negara-negara maju.

Selanjutnya, perkembangan teknologi dan informasi telah merubah peta dunia, menjadikan dunia seolah-olah tanpa batas-batas teritorial, seperti masa ekonomi industri dan ekonomi informasi. Setelah ekonomi informasi berkembang, muncul pandangan bahwa ekonomi seharusnya tidak bergantung terhadap keberadaan bahan baku, jarak distribusi, modal dan lain-lainnya, sehingga muncul gagasan bahwa gagasan atau ide adalah juga merupakan modal. Oleh sebab itu, yang diperlukan selanjutnya adalah memperluas ekonomi ke sektor layanan atau sektor jasa, sehingga keberadaan barang modal dalam bentuk fisik mulai direduksi.

Pada dekade tahun 1990-an, di Australia muncul masalah tentang mekanisme pendanaan yang berkaitan dengan kebijakan sektor seni dan budaya *Creative Nation* g g a m
Istilah tersebut terangkat ketika Inggris melalui *Department of*

Culture, Media and Sport (DCMS) mendirikan *Creative Industries Task Force* pada tahun 1997. Sehubungan dengan hal tersebut, maka muncul pendapat bahwa untuk memunculkan gagasan atau ide perlu adanya kreativitas. Pandangan ini kemudian dikenal sebagai paradigma ekonomi kreatif. Dalam ekonomi kreatif, dinamika ekonomi memusatkan diri pada sector industri kreatif.

Di Indonesia, sejarah ekonomi kreatif dimulai dengan diadakannya studi mengenai keberadaan industri kreatif. Studi ini pertama kali dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2007. Urgensi adanya studi ini adalah keberadaan sektor industri kreatif di beberapa negara, yang berkontribusi besar pada jumlah *gross domestic product* (GDP) dan pertumbuhan industri kecil itu sendiri yang relatif tinggi.

Selain itu, dalam kajian tersebut juga disebutkan 14 subsektor untuk sektor industri kreatif, antara lain periklanan; arsitektur; pasar seni dan barang antik; kerajinan; desain; *fashion* (mode); film, video, dan fotografi; permainan interaktif; musik; seni pertunjukan; penerbitan dan percetakan; layanan komputer dan piranti lunak; radio dan televisi; serta riset dan pengembangan.

Dalam rangka merespon hasil studi tersebut, Depdagri menerbitkan “ Rencana Pengembangan 2009-2015 pada tahun 2008. Rencana tersebut mendapat dukungan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dengan memberikan payung hukum bagi ke-14 subsektor industri kreatif, berupa Instruksi Presiden RI Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Kegiatan ekonomi utama dituangkan dalam Masterplan Percepatan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia 2011-2025 (MP3EI).

Peran Ekonomi kreatif

Dalam suatu perekonomian, ekonomi kreatif mempunyai peranan penting, terutama dalam menghasilkan pendapatan (*income generation*), menciptakan lapangan kerja (*job creation*), dan meningkatkan penerimaan hasil ekspor (*export earning*) meningkatkan teknologi (*technology development*), menambah kekayaan intelektual (*intellectual property*), dan peran sosial lainnya (Suryana, 2013).

Ekonomi kreatif menjadi jawaban atas tantangan globalisasi dalam mensejahterakan masyarakat, sekaligus menurunkan tingkat pengangguran. Hal ini karena ekonomi kreatif memberikan nilai tambah, baik pada proses produksi maupun pada sumber daya manusia, sehingga sistem ekonomi kreatif diyakini akan menjawab tantangan dari berbagai masalah yang ada saat ini. Dengan adanya peranan penting tersebut, ekonomi kreatif sering dipandang sebagai penggerak pertumbuhan dan pembangunan ekonomi suatu bangsa (*engine of economic growth and development*).

Pertumbuhan ekonomi yang digerakkan oleh ekonomi kreatif secara potensial disebabkan oleh hal-hal berikut:

1. ekonomi kreatif dapat mendorong menciptakan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan penerimaan ekspor;
2. ekonomi kreatif memupuk ekonomi, budaya dan aspek-aspek sosial yang saling berhubungan dengan teknologi, kekayaan intelektual dan, tujuan-tujuan wisata;
3. ekonomi kreatif merupakan seperangkat ilmu pengetahuan yang berbasis aktivitas ekonomi dengan suatu dimensi perkembangan dan keterkaitan antara tingkat makro dan mikro untuk ekonomi secara keseluruhan;
4. ekonomi kreatif merupakan salah satu pilihan pengembangan yang layak untuk mengunggah inovasi yang multi disiplin, respon kebijakan, dan tindakan antar Kementerian; dan
5. di dalam jantung ekonomi kreatif terdapat industri-industri kreatif (*at the heart of the creative economy ate the creative industries*).

Ciri-Ciri Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif memiliki konsep yang telah berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir, menggabungkan elemen budaya, seni, kreativitas, dan inovasi dengan ekonomi. Dalam ekonomi kreatif, terdapat tiga hal pokok yang penting, yaitu kreativitas, inovasi dan penemuan.

1. Kreativitas, suatu kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, *fresh*, dan dapat diterima umum.

2. Inovasi, suatu transformasi dari ide atau gagasan dengan dasar kreativitas dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk ataupun proses yang lebih baik, bernilai tambah, dan bermanfaat menghasilkan sesuatu yang bernilai jual lebih tinggi.
 3. Penemuan (*invention*); menciptakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya dan dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi yang unik atau belum pernah diketahui sebelumnya
- Adapun ciri-ciri ekonomi kreatif adalah sebagai berikut (Supanah, 2020).

1. Memiliki Kreasi Intelektual

Pada ekonomi kreatif, kreasi intelektual dibutuhkan. Ekonomi kreatif tergantung pada kreasi intelektual, artinya bahwa yang dibutuhkan adalah kreativitas serta keahlian lainnya dalam masing-masing jenis sektor. Kreasi intelektual, meliputi kreativitas, keahlian dan talenta.

2. Mudah Diganti atau bisa Diganti

Suatu produk yang dihasilkan dari usaha ekonomi kreatif, akan mudah diganti dan diubah menurut keinginan konsumen. Fleksibilitas dalam pembuatan produk ini, bisa meningkatkan kenyamanan pada konsumen karena merasa kebutuhan atau keinginannya dapat dipenuhi oleh sebuah perusahaan.

3. Distribusi secara Langsung dan tidak Langsung

Produk dalam ekonomi kreatif bisa didistribusikan secara langsung atau tidak langsung, sehingga produk yang didistribusikan dapat sampai kepada konsumen dengan baik. Proses distribusi ini juga harus disesuaikan dengan jenis usaha yang sedang dijalankan.

4. Memerlukan Kerja Sama

Untuk memajukan ekonomi kreatif diperlukan kerja, agar usaha yang dijalankan menjadi maksimal. Dengan bekerja sama, maka akan ada banyak ide-ide kreatif yang muncul, sehingga pengusaha dapat menghasilkan produk yang menarik perhatian konsumen.

5. Berbasis pada Ide-Ide
Kegiatan ini merupakan hal utama yang harus disiapkan dalam bidang ekonomi kreatif. Ide dari setiap kepala pasti berbeda-beda. Maka dari itu, gagasan tersebut harus dikembangkan demi menciptakan inovasi dan kreativitas dalam bidang ekonomi kreatif.
6. Tidak Memiliki Batasan
Ekonomi kreatif tidak memiliki batasan diartikan bahwa inovasi dan kreativitas dari setiap orang yang terlibat dalam menciptakan suatu produk di bidang tersebut tidak memiliki batasan yang pasti.

Sektor-Sektor dalam Ekonomi Kreatif

Adapun 16 subsektor yang menjadi bagian dari ekonomi kreatif adalah sebagai berikut (Purnomo, 2016).

1. Periklanan, yaitu komunikasi satu arah dengan menggunakan media dan sasaran tertentu.
2. Arsitektur, berkaitan dengan desain bangunan secara menyeluruh, baik dari level makro sampai ke mikro
3. Pasar barang seni, kegiatan ini berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni dan sejarah yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan dan internet melalui musik dan film.
4. Kerajinan, berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi produk yang dibuat atau dihasilkan oleh tenaga pengrajin.
5. Desain, berkaitan dengan desain grafis, desain interior, desain produk desain industri.
6. *Fashion*, berkaitan dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki dan desain aksesoris lainnya.
7. Video dan film, bidang perfilman, video, dan fotografi meliputi proses dalam produksi video atau film, jasa fotografi, termasuk juga dalam hal penulisan skrip film, sulih suara, sinematografi, dan pameran film.
8. Fotografi; jasa mengambil foto yang dibuat menjadi kreasi yang indah
9. Permainan interaktif, meliputi kegiatan penciptaan, produksi, hingga distribusi berbagai video *game* dengan berbagai tema.

Penciptaan video *game* ini, memiliki tujuan utama sebagai media yang sifatnya hiburan dan pendidikan.

10. Musik, bidang industri musik meliputi berbagai kegiatan dan proses dalam penciptaan, reproduksi, serta distribusi rekaman suara dan lagu. Industri musik sendiri diisi dengan tokoh-tokoh pemusik seperti penyanyi, penulis lagu, hingga komponis.
11. Seni drama/pertunjukan, seni drama meliputi berbagai kegiatan dalam seni pertunjukan drama. Adapun tokoh-tokoh dalam bidang seni drama, meliputi para pengembang konten, produser pertunjukan seperti drama, musik tradisional, teater, opera, dan lain-lain, serta desainer panggung, kostum, dan pencahayaan.
12. Penerbitan dan pencetakan, berkaitan erat dengan perbukuan, meliputi penerbitan buku, jurnal, surat kabar, tabloid, kegiatan kantor berita, dan pencari berita. Tidak hanya dalam perbukuan, beberapa subsektor dalam bidang ini juga meliputi penerbitan foto, ukiran, kartu pos, pencetakan lukisan, uang kertas, paspor, hingga tiket pesawat.
13. Layanan komputer dan perangkat lunak (aplikasi) dalam ekonomi kreatif, meliputi berbagai kegiatan terkait pengembangan teknologi informasi, seperti pemrosesan data, integrasi sistem, pengembangan *software*, hingga analisis sistem.
14. Penyiaran radio dan televisi dalam ekonomi kreatif, meliputi penciptaan dan produksi berbagai program di televisi seperti: acara *game*, kuis, acara ragam, hingga *infotainment*. Tidak hanya meliputi berbagai produksi acara televisi, bidang ini juga termasuk dalam kegiatan stasiun dan radio televisi di dalamnya.
15. Penelitian dan pengembangan (litbang) dalam ekonomi kreatif, meliputi kegiatan penemuan sains dan teknologi serta berbagai penerapannya dengan tujuan menciptakan produk dan meningkatkan kualitas suatu produk. Tidak hanya meliputi bidang teknologi, penelitian juga dapat terkait dengan humaniora dalam pengembangan bahasa dan sastra.
16. Kuliner, yaitu usaha produk makanan yang dikemas secara unik, menarik, serta berdasar ide dan inovasi.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa sektor dalam ekonomi kreatif sangat beragam jenisnya. Oleh sebab itu, masyarakat dapat mengembangkan usahanya sesuai minat dan bakatnya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dengan memanfaatkan daya kreatifitasnya.

Penutup

Ekonomi kreatif ini berperan dalam membangun masyarakat. Ekonomi kreatif berkaitan dengan ilmu teknologi, ilmu pengetahuan serta kreativitas yang dimiliki oleh manusia, sehingga mempermudah untuk mendapatkan ide. Ekonomi kreatif merupakan konsep yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama. Banyak peluang yang dapat diambil dari ekonomi kreatif untuk dikembangkan.

Daftar Pustaka

- Aryana, I. B. (2016). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Firdausy, C. M. (2017). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia, Cet ke-1*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, .
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. England; New York: Clay Ltd. Amazon.co.uk.
- Kementerian Perdagangan Indonesia (2008). *Kontribusi Industri Kreatif terhadap GDP*. Jakarta: Kementerian Perdagangan.
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia* Surakarta: Ziyad Visi Media.
- Saksono, H. (2012). Ekonomi Kreatif: Talenta Baru Pemicu Daya Saing Daerah. *Jurnal Bina Praja*, 4(2), 93.
- Supanah . (2020). *Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal*. `Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Supriyanto, A., & Hana, K. (2020). Strategi Pengembangan Desa Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. *BISNIS. Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 199–216.
- Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang* . Jakarta: Salemba Empat.

TENTANG PENULIS



Sudarijati, S.E., M.Si.

Penulis menyelesaikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 2 Madiun jurusan IPA dan lulus pada tahun 1981. Penulis kemudian melanjutkan studi ke perguruan tinggi dan berhasil menyelesaikan studi S-1 di prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga Surabaya pada tahun 1985. Penulis kemudian melanjutkan studi S-2 di Prodi Ekonomi Pertanian Program Pascasarjana Institut Pertanian Bogor (IPB) dan lulus tahun 1993. Saat ini, penulis bekerja sebagai dosen di Universitas Djuanda. Penulis memiliki kepakaran dalam bidang manajemen dan mulai aktif menulis berbagai buku, beberapa buku yang berhasil diterbitkan.

Sebagai dosen professional, penulis aktif melakukan kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya bidang penelitian. Penulis telah melakukan beberapa kegiatan penelitian di bidang ilmu ekonomi dan manajemen, baik secara individu maupun kelompok. Beberapa hasil penelitian yang penulis lakukan didanai oleh pihak internal perguruan tinggi dan juga dari pihak eksternal, khususnya dari Kemenristek Dikti Republik Indonesia. Sampai saat ini, penulis juga aktif menulis beberapa buku referensi, termasuk buku kolaborasi dengan penulis lain, seperti *Human Resource Strategy*, *Human Resource Development (Collaboration for Impactful Change)*, Etika Bisnis (Dinamika Persaingan Usaha), Pengantar Ilmu Ekonomi (Konsep, Teori dan Implementasi), MSDM (Menyongsong Era Disrupsi), MSDM (Perspektif *Electronic Human Resource Management*), dan lain-lain. Beberapa tulisan telah dihasilkan dalam bentuk jurnal nasional yang terakreditasi dan jurnal internasional pada bidang keilmuan khususnya Manajemen. *E-mail*: sudarijati@unida.ac.id