

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Unika SOEIJAPRANATA

ANTOLOGI PEMIKIRAN : MEMACH PEMULIHAN EKONOMI NASIONAL MENUJU PERTUMBUHAN BERKELANJUTAN

Penulis:

Civitas Académica FEB

Editor:

MG Westri Kekalih

Shresta Purnamasari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



***Antologi Pemikiran: Memacu Pemulihan Ekonomi
Nasional Menuju Pertumbuhan Berkelanjutan***

Penulis:

Civitas Académica FEB

Editor:

MG. Westri Kekalih
Shresta Purnamasari

Penerbit:

Universitas Katolik Soegijapranata

**Antologi Pemikiran: Memacu Pemulihan Ekonomi Nasional Menuju
Pertumbuhan Berkelanjutan**

Penulis:

Civitas Académica FEB (Shresta Purnamasari)

Editor:

MG. Westri Kekalih

Shresta Purnamasari

Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik maupun mekanis, termasuk memfotocopy, merekam atau dengan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penulis dan Penerbit.

©Universitas Katolik Soegijapranata 2022

ISBN : 978-623-5997-29-2 (PDF)

Desain Sampul : Hartoyo SP

Perwajahan Isi : Ignatius Eko

Ukuran buku : A5 (14.8 x 21 cm)

Font : Times New Roman 12

Tanggal Terbit : Desember 2022

PENERBIT:

Universitas Katolik Soegijapranata

Anggota APPTI No. 003.072.1.1.2019

Anggota IKAPI No 209/ALB/JTE/2021

Jl. Pawiyatan Luhur IV/1 Bendan Duwur Semarang 50234

Telpon (024)8441555 ext. 1409

Website: www.unika.ac.id

Email Penerbit: ebook@unika.ac.id

PRAKATA

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan berkatnya Buku Antologi 2 dengan judul *Memacu Pemulihan Ekonomi Nasional Menuju Pertumbuhan Berkelanjutan* ini dapat diselesaikan. Buku ini merupakan kumpulan kumpulan tulisan buah-buah pemikiran civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soejijapranata sebagai bentuk perhatian terhadap berbagai fenomena ekonomi yang saat ini cukup banyak tekanan seperti dampak pandemi yang belum sepenuhnya teratasi, kondisi perekonomian global yang kurang kondusif maupun geopolitik perang Rusia – Ukraina. Buku ini kami persembahkan kepada masyarakat dalam semangat *talenta pro patria et humanitate*. Semoga buku ini mampu menginspirasi menjadi energi untuk mentransformasi ekonomi Indonesia dan memacu pemulihan ekonomi nasional

Buku antologi ini mencakup lima bagian dengan tema yang sangat relevan dengan kondisi perekonomian dalam rangka memacu pemulihan dan pertumbuhan ekonomi. Adapun, tema tema tersebut yaitu (1) Bisnis dan Perdagangan Jantung Pertumbuhan, (2) Kontribusi Semua Pihak, (3) Digitalisasi Ekonomi, (4) Ekonomi Berkelanjutan, dan (5) Pajak Untuk Kita Juga.

Terimakasih kami ucapkan kepada semua pihak yang mendukung penerbitan antologi ini yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu. Akhir kata, tentu buku ini masih memiliki keterbatasan-keterbatasan. Untuk itu, atas nama semua penulis kami mohon maaf yang sebesar-besarnya. Semoga buah-buah pemikiran yang terangkum dalam buku ini memberikan manfaat bagi saudara semua.

Salam

Penulis

KATA PENGANTAR

SPERARE CONTRA SPEM

Para pembaca yang budiman,

Buah pemikiran tentang ekonomi dan bisnis di tengah situasi pandemi Covid-19 dituangkan dalam bentuk sebuah buku bunga rampai berjudul *Antologi Pemikiran: Memacu Pemulihan Ekonomi Nasional Menuju Pertumbuhan Berkelanjutan*. Tulisan ini mencerminkan bahwa pandemi Covid-19 tidak menghalangi dan tidak bisa mengungkung pemikiran kita untuk berpikir dan berkreasi, meskipun sangat membatasi mobilitas dan perjumpaan manusia.

Kondisi dunia, termasuk Indonesia, terutama dalam bidang ekonomi belum semakin membaik yang terkena dampak dari pandemic Covid-10 melainkan justru semakin memburuk karena adanya dampak tambahan yaitu terjadinya perang Rusia yang menyerang Ukraina. Ketersediaan, produksi dan distribusi bahan pangan dan energy sangat terganggu. Setiap negara ingin mengamankan pasokan untuk memenuhi kebutuhan dalam negerinya, akibatnya banyak negara yang mengalami persoalan serius tentang dua hal di atas.

Akibat lebih lanjut adalah semakin memburuknya kinerja ekonomi negara. Jumlah pasokan menurun yang berakibat pada berjalannya hukum ekonomi yaitu supply tidak bisa mengikuti demand sehingga harga barang naik dan berakibat pada inflasi.

Kepala Ekonom IMF, Pierre-Olivier Gourinchas (*AFP*, Selasa, 26/7/2022) melaporkan "*Outlook* ekonomi gelap signifikan sejak April. Dunia mungkin akan segera tertatih di tepi resesi global, hanya dua tahun setelah (resesi) yang terakhir." Fenomena kenaikan laju inflasi dunia dan perlambatan ekonomi menghantam dua raksasa ekonomi dunia, yaitu Amerika Serikat (AS) dan China. Banyak negara menghadapi masalah melambungnya tingkat inflasi. Dari sebanyak 46 negara di Eropa Liechtenstein mencapai inflasi terendah dengan sebesar 2,5% dan inflasi tertinggi sebesar 78,62% dicapai oleh Turki atau rata-rata Eropa sebesar 32,60% berdasarkan data bulan Juni 2022 dengan perhitungan year on year (id.tradingeconomics.com). Melalui laporannya dalam *World Economic Outlook 2022*, IMF menyatakan situasi ekonomi dunia bisa tambah memburuk. IMF menyatakan bahwa ekonomi dunia terguncang sangat serius akibat pandemic Covid-19". Belum sempat mengalami pemulihan, ekonomi kembali terguncang hebat akibat dari perang antara Rusia dengan Ukraina yang membuat harga pangan dan energi dunia naik tinggi. Kondisi ini juga membuat bank sentral di dunia menaikkan suku bunga acuannya cukup tajam.

Berdasarkan kondisi inflasi tersebut IMF mengambil kebijakan untuk “memangkas pertumbuhan ekonomi dunia 2022 menjadi 3,2% atau lebih rendah 0,4% dari proyeksi sebelumnya di April 2022.” (<https://www.cnbcindonesia.com/news/20220726>)

Gambaran perekonomian dunia semakin suram. Isu resesi dan kebangkrutan menjadi momok bagi beberapa negara. Bank Dunia memberi peringatan terhadap sejumlah negara yang berpotensi mengalami kebangkrutan seperti Sri Lanka. Dalam laporan Crisis Response Group, Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB), menyebutkan bahwa 9 negara di antaranya, Afganistan, Argentina, Mesir, Laos, Lebanon, Myanmar, Pakistan, Turki dan Zimbabwe. Jumlah negara yang berpotensi mengalami kebangkrutan bisa bertambah hingga mencapai 25 negara (<https://www.cnbcindonesia.com/market/20220723095549-17-357921/update-terbaru-25-negara-yang-bisa-bangkrut-kaya-sri-lanka>).

Bagaimana dengan Indonesia? Di tengah hubungan saling ketergantungan antar negara, tentu saja negara manapun sangat sulit menghindari situasi sulit dan gelap kondisi perekonomian dunia. Dana Moneter Internasional (IMF) mengungkapkan, dunia saat ini sedang terancam resesi akibat pandemi serta perang Rusia dan Ukraina, namun Indonesia justru akan aman dari resesi. Pernyataan IMF ini sejalan dengan laporan Bank Indonesia (BI) yang memperkirakan laju inflasi bulan Juli 2022 sebesar **0,55% month to month** (mtm). Perkiraan BI ini berdasarkan

pada Survei Pemantauan Harga pada pekan ketiga Juli 2022. Meskipun masih tergolong tinggi, proyeksi inflasi ini lebih rendah dibandingkan dengan hasil survei pekan kedua Juli 2022 yang mencatat sebesar 0,59%. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), inflasi Indeks Harga Konsumen (IHK) pada 2021 tetap rendah dan berada di bawah kisaran sasaran $3,0\pm 1\%$. Inflasi IHK 2021 tercatat sebesar **1,87% (yoy)**, meningkat dibandingkan dengan inflasi IHK 2020 sebesar 1,68% (yoy) Jan 10, 2022 (<https://insight.kontan.co.id/news/proyeksi-bi-inflasi-juli-2022>). Sampai akhir tahun 2022 ini Bank Indonesia (BI) memperkirakan inflasi di level 4,6%. Di antara negara-negara yang menurut Bank Dunia berpotensi mengalami kebangkrutan, Indonesia dan termasuk negara ASEAN dan Asia Timur tidak termasuk di dalamnya.

Kebijakan pemerintah untuk melakukan stabilisasi adalah dengan menggunakan instrument APBN. Adalah dengan mengalihkan penerimaan negara yang bersumber dari ekspor komoditas kepada subsidi energi yang tahun ini mencapai Rp 520 triliun. Sehingga tidak ada kenaikan energi termasuk bahan bakar minyak (BBM) dan tarif listrik serta LPG 3 kg. (<https://www.cnbcindonesia.com/news/>)

Dalam konteks hitungan angka-angka ekonomi makro dan pandangan Bank Dunia dan IMF serta kebijakan pemerintah Indonesia, warga FEB Unika Soegijapranata mencoba memberikan kontribusi pemikiran untuk

memacu pemulihan ekonomi menuju pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Kontribusi ini dapat diungkapkan dengan pepatah Bahasa Latin *sperare contra spem* yang artinya tetap berpengharapan (ekonomi Indonesia akan sehat dan tumbuh) meskipun tidak ada dasar untuk berpengharapan (kondisi dan prediksi ke depan perekonomian dunia).

Pada kesempatan ini saya menyampaikan selamat atas Dies Natalis ke-40 FEB Unika Soegijapranata kepada para dosen, mahasiswa, tenaga kependidikan, dan alumni. Usia yang belum lama untuk sebuah organisasi dan terus memproduksi energi untuk berlari

lebih cepat dalam kerja sama yang harmonis dengan semua stakeholder. Kuncinya adalah komitmen untuk terus bertransformasi harus dipelihara. Saya juga menyampaikan terima kasih kepada Panitia baik yang menyelenggarakan berbagai kegiatan akademik dan ilmiah maupun panitia secara keseluruhan yang memiliki gagasan-gagasan kreatif dan dapat bekerja sama dengan sangat baik. Terima kasih juga disampaikan kepada semua pihak, termasuk Rektorat di bawah kepemimpinan Bapak

Kontribusi ini dapat diungkapkan dengan pepatah Bahasa Latin *sperare contra spem* yang artinya tetap berpengharapan (ekonomi Indonesia akan sehat dan tumbuh) meskipun tidak ada dasar untuk berpengharapan (kondisi dan prediksi ke depan perekonomian dunia).

Dr. Ferdinand Hindiarto, MSi., Psi, yang dengan caranya masing-masing berperan dalam penyelenggaraan rangkaian kegiatan peringatan Dies Natalis ke-40.

Semoga tulisan-tulisan dalam buku ini mampu memberikan inspirasi dan wawasan serta menjadi energi untuk mentransformasi ekonomi Indonesia sehingga kesejahteraan rakyat Indonesia semakin meningkat. Semangat untuk berubah yang baik pasti akan menghasilkan buah yang baik pula.

Semarang, 29 Juli 2022

Dekan

FEB Unika Soegijapranata

Theodorus Sudimin

DAFTAR ISI

BAGIAN 1: BISNIS DAN PERDAGANGAN JANTUNG PERTUMBUHAN

1. **Peran Green dan Blue Economy Dalam Membangun Ekonomi Nasional** 1
Selina Warsitoputri
2. **Indonesia Optimis: Ekonomi dan Pasar Modal** 13
Elizabeth Lucky Maretha Sitinjak
3. **Memacu Pemulihan Ekonomi menuju Pertumbuhan Berkelanjutan Kota Semarang** 21
Shandy Jannifer Matitaputty
4. **Implementasi Good Corporate Governance (GCG) Sebagai Fondasi Pertumbuhan Berkelanjutan Perusahaan** 34
Sesarina Oenuu
5. **Pemulihan Ekonomi: Optimalisasi Bantuan Dana Dari Pemerintah** 43
M. Devitia Putri Nilamsari

6. **Insentif Pemerintah sebagai Strategi Pemulihan Daya Beli Masyarakat** 49
Dian Ardianto
7. **Strategi dan Inovasi Bisnis di Pasca Pandemi Apakah sebuah Keharusan?** 55
Widuri Kurniasari
8. **Kembangkan Sektor Industri Kreatif Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi** 61
Fransiska Natalia Pertiwi
9. **Strategi UMKM Memasuki Kondisi Normal** 69
B.Junianto Wibowo
10. **Waralaba Sebagai Alternatif Usaha Untuk Pelaku Usaha Skala Mikro dan Kecil** 80
Agustine Eva Maria Soekesi
11. **Eksistensi dan Peran Koperasi dalam Perekonomian Nasional** 87
Hudi Prawoto

12. **Menstimulus Pemulihan Ekonomi Nasional melalui Strategi Lima Rantai Kokoh** 97
Lisa Raharja

BAGIAN 2: KONTRIBUSI SEMUA PIHAK

1. **Detak Perekonomian Indonesia** 106
Jonathan AW
2. **Peran Masyarakat dalam Terwujudnya Sinergi Bersama Membangun Pemulihan Ekonomi Nasional** 112
Jessica Anna Mulia Jaya
3. **Mengajak Lingkungan Sekitar sebagai Media Pendidikan menuju Pemulihan Ekonomi Berkelanjutan** 119
Monika Palupi Murniati
4. **Akuntan, Masa Depan Indonesia** 128
H. Sri Sulistyanto

5. **Auditor “Next-Generation”** 134
B Linggar Yekti Nugraheni
6. **Peran Generasi Muda Pulihkan Ekonomi Nasional** 142
Thea Estelitha Sugianto
7. **Peranan Gen Z Meningkatkan Ekonomi Pasca Covid-19** 148
Jose Rizal Luciano
8. **Percepatan Pemulihan Sektor Pariwisata Berbasis Desa Wisata Melalui Keikutsertaan Gen Z** 155
Ikhya Ulumuddin

BAGIAN 3: DIGITALISASI EKONOMI

1. **Transformasi Digital Sebagai Tonggak Pemulihan Ekonomi Nasional Pasca Pandemi Covid-19** 168
Jenifer Chechilia Minondang Sitorus
2. **Digitalisasi Pariwisata: Sang Penolong Ekonomi** 176
Cindy Calista Putri

3. **Pemulihan Ekonomi Indonesia di Era Digital** 183
Chrysostoma Dyah Sekar Perwitasari
4. **Pengembangan UMKM di Era Digitalisasi** 189
Theresia Dwi Hastuti
5. **Tingkatkan *Cybersecurity* dukung Pemulihan Ekonomi Nasional** 196
Geraldo Austin Joewono

BAGIAN 4: EKONOMI BERKELANJUTAN

1. **Corporate Social Responsibility sebagai sarana komunikasi penciptaan nilai perusahaan** 203
Venantius Eka Prasetya
2. **Memulihkan Diri dan Menjadi Lebih Tangguh dengan Ekonomi Hijau** 209
MG Westri Kekalih Susilowati
3. **Penerapan *Carbon Tax (Pricing)* Pada Pembangunan Berkelanjutan** 217
Jonathan Calvin Setiawan

4. **Budidaya Maggot BSF Alternatif Solusi Permasalahan Sampah Makanan dan Kemandirian Ekonomi Masyarakat** 232
Veronica Kusdiartini
5. **Efektivitas Remote Audit Setelah Pandemi Covid-19** 239
Dian Nala Damayanti
Hari Tripanto Silitonga
6. **Implementasi Pemasaran Hijau pada Perguruan Tinggi untuk mendukung Ekonomi Tangguh** 247
Ilona Tesalonika
7. **Menciptakan Lingkungan Perguruan Tinggi yang Sehat dengan Manajemen Sumber Daya Manusia Hijau** 255
Yoseph Christian Asitya Candra
8. **Green Supply Management** 263
Garrent Reivener Michael Hariyadi
9. **Melawan “Climateflation”** 270
MG. Westri Kekalih

10. **Penguatan Literasi Keuangan untuk
Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan** 277
Shresta Purnamasari

BAGIAN 5: PAJAK UNTUK KITA JUGA

1. **Program Pengungkapan Sukarela (PPS)
Pajak ikut memacu pemulihan Ekonomi
Indonesia menuju Pertumbuhan
Berkelanjutan** 291
Harie Moeljono Wiknjoprano
2. **Reformasi Perpajakan: Upaya
Percepatan Pemulihan Ekonomi Pada Era
New Normal** 299
Paskalia Puan Linggani
Satria Weilly
Intan Elistianta
3. **Pentingnya Peran Pajak dan Seruan Kita
dalam Pertumbuhan Ekonomi Pasca
Pandemi** 312
Apelina Teresia
4. **Kesadaran Wajib Pajak Dalam
Pemulihan Ekonomi Nasional** 319
Agnes Arie Mientarry Christie

BAGIAN 1:
BISNIS DAN PERDAGANGAN
JANTUNG PERTUMBUHAN

PERAN *GREEN* DAN *BLUE ECONOMY* DALAM MEMBANGUN EKONOMI NASIONAL

Selina Warsitoputri, S.E

21g30008@student.unika.ac.id

PAJAK KARBON SEBAGAI LANGKAH *GREEN ECONOMY* DI INDONESIA

Pemerintah Indonesia dalam rangka mempercepat pemulihan ekonomi Indonesia, mengambil langkah memajukan *Green Economy* atau Ekonomi Hijau sebagai langkah yang tepat dan transformasi utama dalam jangka menengah panjang pascapandemi COVID-19. Salah satunya adalah implementasi kebijakan harga karbon dalam bentuk carbon cap and trade. Membuktikan upaya dan komitmen keseriusan pemerintah dalam mengatasi dampak perubahan iklim. Isu iklim merupakan permasalahan yang ada dalam tiap sektor. Sehingga, Pemerintah sedang mengupayakan dalam pengendalian perubahan iklim dengan menerapkan pajak karbon di Indonesia. Tujuan utama pengenaan Pajak Karbon ialah sebagai instrumen pengendalian iklim dalam mencapai pertumbuhan ekonomi berkelanjutan (*sustainable*) sesuai prinsip pencemar membayar (*polluter pays principle*).

Prinsip Pencemar Membayar (*polluter pays principle*) dapat diartikan bahwa setiap pelaku kegiatan atau pelaku usaha yang menimbulkan pencemaran, maka harus membayarkan biaya atas dampak pencemaran yang ditimbulkannya. Dalam pelaksanaannya, pengenaan pajak karbon secara bertahap dengan memperhatikan prioritas dalam pencapaian target tiap negara *Nationally Determined Contributions* (NDC). Serta perkembangan pasar karbon, kesiapan sektor, dan kondisi ekonomi Indonesia. Hal ini bertujuan agar pengenaan pajak karbon yang berlaku di Indonesia dapat memenuhi asas keadilan (*just*) dan terjangkau (*affordable*), serta tetap mengutamakan kepentingan masyarakat. Yang akan dikenakan oleh Pemerintah adalah pajak karbon sebesar Rp 30 per kilogram (kg) karbon dioksida ekuivalen (CO₂e) atau satuan yang setara. Tarif yang ditetapkan pemerintah tersebut lebih rendah dari usulan sebelumnya yang sebesar Rp 75 per kg CO₂ ekuivalen. Menurut Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) Pajak karbon dipastikan berguna untuk menekan turunnya emisi gas rumah kaca (ERK) dalam mendukung net zero emissions (NZE) tahun 2060. Pajak karbon dikenakan atas emisi karbon yang memberikan dampak negatif bagi lingkungan hidup. Pengenaan pajak karbon dilakukan dengan memperhatikan peta jalan pajak karbon, dan/atau peta jalan pasar karbon.

Pajak Karbon adalah pajak yang dikenakan atas emisi karbon yang memberikan dampak negatif bagi lingkungan hidup. Definisi Pajak Karbon tersebut diambil dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), khususnya pada Pasal 13 Ayat (1). UU HPP memang menjadi landasan pertama bagi penerapan pajak karbon di Indonesia, selain sejumlah regulasi lain yang merupakan peraturan Pajak Karbon sebagai aturan turunan UU HPP.

Dalam UU HPP disebutkan, pengenaan Pajak Karbon dilakukan dengan memperhatikan peta jalan Pajak Karbon dan/atau peta jalan Pasar Karbon. Peta jalan Pajak Karbon memuat sejumlah hal sebagai berikut:

- a. Strategi penurunan emisi karbon;
- b. Sasaran sektor prioritas;
- c. Keselarasan dengan pembangunan energi baru dan terbarukan;
- d. dan/atau Keselarasan antarberbagai kebijakan lainnya.

Untuk aturan teknis masih akan diatur oleh Pemerintah dan masih dalam tahap penyusunan oleh Kemenkeu seperti tarif dan dasar pengenaan, cara penghitungan, pemungutan, pembayaran atau penyeteroran, pelaporan, serta peta jalan Pajak Karbon, Batas Atas Emisi untuk subsektor PLTU dan tata cara penyelenggaraan nilai ekonomi karbon pada pembangkit

tenaga listrik akan ditetapkan oleh Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM).

Hal ini bertujuan agar instrumen pengendalian iklim berjalan optimal, pemerintah juga sedang menyusun berbagai aturan turunan dari Perpres 98/2021, antara lain terkait tata laksana penyelenggaraan Nilai Ekonomi Karbon (NEK) dan Nationally Determined Contributions (NDC) di Kementerian Lingkungan Hidup (KLHK) dan Komite Pengarah Nilai Ekonomi Karbon di Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi. Menurut Menko Airlangga, tujuan utama dari peraturan-peraturan ini adalah untuk menciptakan kemudahan berbisnis tanpa mengurangi standar, keselamatan, keamanan, dan kelestarian lingkungan. Rencana lini masa dimulainya pajak karbon:

- a. Tahun 2021, dilakukan pengembangan mekanisme perdagangan karbon;
- b. Tahun 2022 sampai dengan 2024, diterapkan mekanisme pajak yang mendasarkan pada batas emisi (cap and tax) untuk sektor pembangkit listrik terbatas pada Pembangkit Listrik Tenaga Uap (PLTU) batubara;
- c. Tahun 2025 dan seterusnya, implementasi perdagangan karbon secara penuh dan perluasan sektor pemajakan pajak karbon dengan penahapan sesuai kesiapan sektor terkait dengan

memperhatikan antara lain kondisi ekonomi, kesiapan pelaku, dampak, dan/atau skala.

OPINI DARI SEGI BIAYA MENGENAI PAJAK KARBON

Direktur Eksekutif Energy Watch Mamit Setiawan menjelaskan, pajak karbon nantinya akan dibebani kepada perusahaan produsen listrik atau Independent Power Producer (IPP). Yang artinya biaya pokok produksi IPP akan naik. Maka PLTU akan membebani juga kepada pihak pembeli listrik yakni PLN. Dengan begitu biaya yang harus dikeluarkan PLN juga akan lebih besar. Jika PLN juga tidak sanggup menahan tambahan beban tersebut, maka kemungkinannya ada dua, meminta bantuan pemerintah melalui subsidi atau membebaninya ke masyarakat dengan menaikkan tarif dasar listrik.

Jika subsidi, maka pemerintah harus melakukan penambahan anggaran biaya untuk pajak karbon ini agar tidak di bebankan kepada masyarakat. Namun, jika belum atau tidak ada anggaran untuk pajak karbon ini, maka akan dibebankan pada masyarakat luas dimana akan terjadi kenaikan biaya tarif dasar listrik yang dapat membentuk efek dampak ke masyarakat secara langsung. Yaitu pengaruh pada resiko tergerusnya daya beli masyarakat karena harga jual beberapa barang yang dikenai pajak menjadi lebih mahal. Kebijakan ini menjadi bukti bahwa pemerintah berkomitmen menggunakan

berbagai instrumen fiskal untuk membiayai pengendalian perubahan iklim sebagai agenda prioritas pembangunan.

Pajak karbon akan dikenakan kepada produsen atau menysar sisi produksi. Kebijakan ini memiliki konsekuensi berupa meningkatnya ongkos produksi sejumlah produk manufaktur. Sejalan dengan itu, maka produsen akan membebankan pajak tersebut kepada konsumen dengan meningkatkan harga jual barang. Artinya, masyarakat menjadi pihak terakhir yang harus menanggung beban pajak karbon tersebut. Termasuk berpengaruh pada harga ekspor di dunia terkait bahan mentah. Masukan untuk antisipasi Pajak Karbon:

- a. Membentuk peraturan pemerintah dan Undang-undang serta tata kelola pelaksanaan yang benar terkait dengan pajak karbon, dan PP tentang subjek dan alokasi pajak karbon;
- b. Mengkaji penerapan ekonomi hijau untuk lingkungan di Indonesia;
- c. Mengkaji mekanisme pajak berdasarkan pada batas emisi atau cap & tax;
- d. Memastikan daya beli masyarakat, akibat dampak dari pajak karbon yang akan di bebankan kepada seorang atau badan yang menggunakan tenaga uap.

PERAN ANAK MUDA SEBAGAI LANGKAH KECIL MEMBANGUN EKONOMI HIJAU

Peran kita sebagai generasi muda untuk masa depan berkelanjutan yang dapat membantu pemerintah melaksanakan pembangunan ekonomi nasional dalam menempuh langkah kecil untuk *green economy* Indonesia adalah mendaur ulang sampah, menghemat listrik jika tidak digunakan, membuat kompos untuk tanah agar dapat melakukan penghijauan, menghemat air atau mematikan kran air jika tidak digunakan. Membangun anak muda dengan didorong dan didukung untuk menjadi sukarelawan dalam kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan oleh orangtuanya.

BLUE ECONOMY SEBAGAI NEGARA MARITIM

Transformasi Indonesia pasca pandemic COVID-19 dapat ditempuh dengan menerapkan Ekonomi Biru. *Blue Economy* sebagai suatu konsep yang mendorong penggunaan sumber daya laut secara berkelanjutan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, sehingga meningkatkan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan tetap menjaga kualitas ekonomi dan ekosistem laut. Jadi *Blue Economy* terfokus kepada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan di *sector* kelautan, mengingat negara Indonesia adalah negara yang luas akan lautnya. Menurut Menteri Suharso, potensi *Blue Economy* diperkirakan mencapai USD 1,33 miliar dan mampu

menyerap 45 juta lapangan kerja. Sektor yang termasuk Blue Economy: perikanan, energi terbarukan, pariwisata, transportasi air, pengelolaan limbah dan mitigasi perubahan iklim. Laut Indonesia adalah bagian terbesar Segitiga Terumbu Karang yang menjadi habitat 76 persen dari seluruh spesies terumbu karang dan 37 persen dari seluruh spesies ikan terumbu karang dunia.

Kerangka Pembangunan Ekonomi Biru juga mendukung inisiatif global dalam pencapaian Agenda 2030 on *Sustainability Development Goals*, khususnya Tujuan 14: Melestarikan dan Memanfaatkan Secara Berkelanjutan Sumber Daya Kelautan dan Samudra untuk Pembangunan Berkelanjutan serta mendukung Tujuan 7: Akses Energi yang Terjangkau, Berkelanjutan dan Modern untuk Semua, Tujuan 8: Pertumbuhan Ekonomi yang Inklusif dan Berkelanjutan, Kesempatan Kerja yang Produktif dan Menyeluruh, serta Pekerjaan yang Layak untuk Semua, Tujuan 9: Infrastruktur, Industri Inklusif dan Berkelanjutan, serta Inovasi, dan Tujuan 17: Kemitraan Global untuk Pembangunan Berkelanjutan (sumber: Kementerian PPN/Bappenas 2021).

Tantangan yang harus dihadapi Indonesia dalam mendorong *blue economy* adalah pencemaran laut dengan limbah, mulai dari limbah industri, rumah tangga, hingga plastik. Indonesia bahkan dikenal sebagai salah satu negara penyumbang sampah plastik terbesar di dunia. Jika melihat

negara Indonesia memiliki potensi yang tinggi untuk maritimnya, jika di manfaatkan dengan baik bisa meningkatkan potensial di sisi pariwisata, hasil laut seperti perikanan, pertambangan hingga konservasi terumbu karang untuk kelestarian lingkungan. Namun, ekonomi biru Indonesia masih belum optimal. Pertama, perikanan tangkap laut negara itu ditangkap secara berlebihan; Kedua, sekitar sepertiga terumbu karang Indonesia dalam kondisi buruk; Ketiga, biaya sampah laut lebih dari US\$450 juta per tahun; dan terakhir, lebih dari 50 persen mangrove berada dalam kondisi terdegradasi / penurunan. Pandemi COVID-19 juga menjadi salah satu factor yang memperburuk pertumbuhan ekonomi biru Indonesia pada *sector* kelautan seperti turunnya harga ikan dan pariwisata serta meningkatnya limbah medis.

Contoh pemanfaat *blue economy* yang dapat dilakukan seperti dalam pemanfaatan teknologi angin dan ombak sebagai tenaga alternatif yang tidak pernah habis diharapkan mampu menjadi sumber energi listrik bagi masyarakat di sekitar daerah pantai khususnya dan umumnya di Indonesia diharapkan mampu mengurangi penggunaan tenaga fosil yang terbatas jumlahnya, kemudian pengeboran minyak dan gas sebagai sumber pendapatan luar negeri dan dalam negeri untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Indonesia, serta budidaya perikanan, Indonesia merupakan negara maritim dengan laut yang sangat kaya akan ikan dengan

berbagai macam jenis dan keunggulannya jadi dapat menjadikan hal tersebut sebagai komoditi ekspor.

BIODATA PENULIS

Selina Warsitoputri, S.E., merupakan mahasiswa Program Pasca Sarjana Magister Akuntansi tahun 2021 ganjil. Meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) dari Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang pada tahun 2018. Penulis bekerja di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang mulai tahun 2019.

REFERENSI

- [https://www.kompas.com/wiken/read/2022/04/03/091858381/mengenal-pajak-karbon-yang-diterapkan-di-indonesia-usai-ppn-11-persen?page=all#:~:text=Dasar%20hukum%20Pajak%20Karbon%20adalah,Peraturan%20Perpajakan%20\(UU%20HPP\)](https://www.kompas.com/wiken/read/2022/04/03/091858381/mengenal-pajak-karbon-yang-diterapkan-di-indonesia-usai-ppn-11-persen?page=all#:~:text=Dasar%20hukum%20Pajak%20Karbon%20adalah,Peraturan%20Perpajakan%20(UU%20HPP))
- <https://ekon.go.id/publikasi/detail/4024/green-economy-mendorong-terciptanya-pembangunan-ekonomi-yang-inklusif-dan-berkelanjutan>
- <https://www.cnbcindonesia.com/news/202206201753504348707/pltu-siap-siap-pajak-karbon-berlaku-1-juli-2022>
- <https://www.cnbcindonesia.com/news/202110071655204282228/catat-pltu-kena-pajak-karbon-tahun-depan>
- <https://www.pajakku.com/read/62a1c3f8a9ea8709cb18a43c/Mulai-1-Juli-2022-PLTU-Kejar-Penerimaan-Negara-Lewat-Pajak-Karbon>
- <https://www.cnbcindonesia.com/news/202206021814294343898/pajak-karbon-pltu-siap-jalan-1-juli-2022-emisi-yakin-turun>
- <https://newssetup.kontan.co.id/news/update-implementasi-pajak-karbon-ini-jawaban-ditjen-pajak>
- <https://industri.kontan.co.id/news/pemerintah-akan-terapkan-pajak-karbon-mulai-juli-2022-bagaimana-dampaknya-ke-pltu>
- <https://finance.detik.com/energi/d-5758545/pltu-bakal-kena-pajak-karbon-ngaruh-nggak-ke-tarif-listrik>

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20211129142910-4-295193/pltu-kena-pajak-karbon-tarif-listrik-bakal-naik>

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4990876/ingat-pajak-karbon-pltu-batu-bara-berlaku-1-juli-2022>

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4896187/pajak-karbon-bikin-listrik-dari-pltu-batu-bara-tak-lagi-murah>

<https://www.bappenas.go.id/berita/bappenas-luncurkan-blue-economy-development-framework-for-indonesias-economic-transformation-NNTgI>

<https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/ekonomi-biru-solusi-kesejahteraan-berkelanjutan-untuk-indonesia>

<https://maritim.go.id/dorong-ekonomi-biru-pembangunan-berkelanjutan-indonesia-pemerintah-susun/>

<https://www.worldbank.org/in/news/press-release/2021/03/25/sustainable-ocean-economy-key-for-indonesia-prosperity>

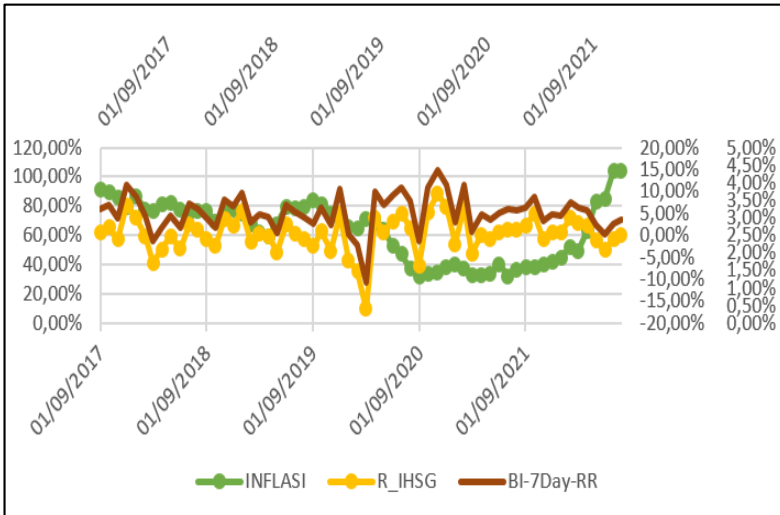
INDONESIA OPTIMIS: EKONOMI DAN PASAR MODAL

Dr. Elizabeth Lucky Maretha Sitinjak, SE, M.Si, CPA

lucky@unika.ac.id

EKONOMI DAN PASAR MODAL

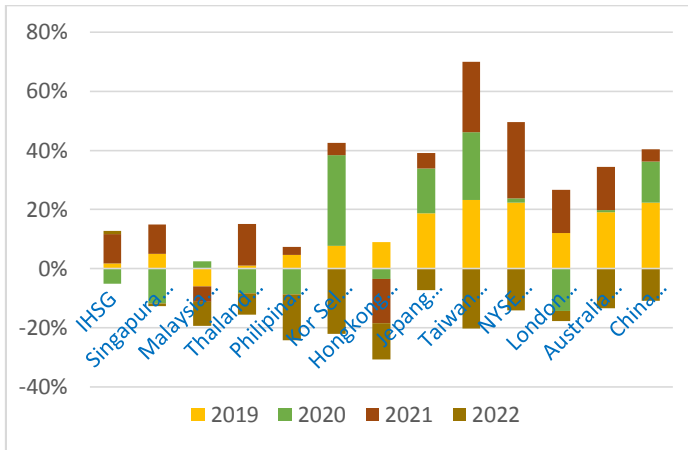
Indonesia optimis, baik di bidang ekonomi maupun pasar modal. Hal ini terlihat pada laju pertumbuhan Indonesia -2,1% pada tahun 2020, beranjak ke 3,7% di tahun 2021 (BPS, 2022). Estimasi optimis juga diperkirakan di tahun untuk tetap naik 5,3% (tahun 2022) bahkan bisa beranjak kembali 6% (tahun 2023). Hal ini juga terlihat dari pergerakan Indeks Saham Gabungan (IHSG) dari 4.194,94 (16 Maret 2020) ke 6.871,54 (25 Juli 2022), artinya kenaikan sebesar 63,8% menunjukkan adanya kepercayaan investor untuk menanamkan investasinya di Pasar Modal Indonesia (Bursa Efek Indonesia).



Gambar 1. IHSI, Inflasi dan BI 7 Days
Sumber: www.bi.go.id

Pada Gambar 1, ada pergerakan yang senada pada tahun 2017 sampai tahun 2019, namun saat diumumkannya Pandemi Covid-19 pada bulan Maret 2020, ada penurunan drastis IHSI dengan BI 7 Days. Pemerintah cepat dan tanggap untuk memberikan bantuan-bantuannya baik secara langsung tunai ke masyarakat yang berdampak, serta berbagai kebijakan melindungi dari UMKM sampai perusahaan yang terdaftar di BEI. Gambar 1, juga terlihat adanya kenaikan inflasi di tahun 2022, dikarenakan adanya perang di Rusia dan Ukraina serta adanya efek domino dari pandemi covid-19. Adanya geopolitik Rusia dan Ukraina ini membuat beberapa mengalami kenaikan gas alam, batu bara, minyak mentah, *Crude Palm Oil* (CPO) atau minyak

sawit, hingga komoditas gandum (liputan 6.com; CNBC Indonesia pada 27 Juli 2022).



Gambar 2. Perkembangan Pasar Modal ASEAN

Sumber: ojk.go.id

Pasar Modal (PM) Indonesia di posisi ASEAN maupun dunia memberikan posisi positif sebesar 10% (tahun 2021) serta masih positif di tahun 2022, diikuti oleh PM Singapura (STI), PM Jepang (Nikkei), Taiwan (TWSE), PM Inggris, PM Down Jones, dan PM London (FTSE) (ojk.go.id). Hal ini menunjukkan laju perekonomian Indonesia bisa kembali berkembang, oleh karena indikator perekonomian suatu negara juga dapat dilihat dari perkembangan pasar modalnya.

Namun demikian, ada juga keresahan sebagian masyarakat Indonesia oleh karena harga-harga mengalami kenaikan, bahkan cabe rawit merah bulan Juni 2022 naik

sampai Rp100.000 (harga jual cabe oleh penjual bakul ke rumah-rumah warga). Oleh karena harga di pasar sekitar Rp87.000 - Rp 90.000 per kilo gram. Namun, hal ini dipengaruhi oleh iklim cuaca yang terjadi disetiap tahunnya sekitar di bulan Juni (republic.co.id; detik.com baca 20 Juli 2022). Hal ini menjadi penting untuk melakukan mitigasi kenaikan harga pangan. Hasil tersebut harus disertai cara penanganan yang cepat dan tepat agar kemandirian pangan di Indonesia juga cepat terwujud.

KETAHANAN PANGAN DAN KUALITAS PAKAN

Indonesia juga optimis akan ketahanan pangan walaupun untuk APBN turun 6,86% menjadi Rp92,2 Triliyun (Destryawan, Tribun News, 9 Juni 2022). Rencana besar yang dilakukan oleh Pak Jokowi Presiden RI melakukan diversifikasi pangan, seperti jagung, padi, sagu, gandum, dan sorgum untuk seluruh wilayah di Indonesia, terutama untuk pelosok-peloksok, oleh karena mereka memiliki lahan yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan ketahanan pangan.

Ketahanan pangan penting tetap terjaga, agar krisis pangan global tidak terjadi di Indonesia, oleh karena semua pihak bersama-sama bersatu bergerak mewujudkan kemandirian pangan. Hal ini dilakukan, agar tidak seperti negara Sri Lanka yang *default* tidak dapat membayarkan hutangnya, oleh karena tidak dapat mengelola hutangnya, serta harga-harga pangan semakin tinggi, tingkat inflasi juga mencapai titik tertingginya, sekitar 54,6% yoy. Hampir sebulan lebih penduduk Sri Lanka tidak ada listrik, bensin, sampai makanan pun tidak tersalurkan dengan baik. Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) juga

mengumumkan ada 9 sampai 25 negara di prediksi akan *default* karena efek domino dari pandemi maupun perang Rusia dengan Ukraina (Purwanti, CNBC Indonesia, 27 Juli 2022). Salah satu yang menarik adalah negara Turki, harga-harga kebutuhan naik, namun sektor pariwisata terutama dengan *story telling* Cappadocia tetap menjadi daya tarik tersendiri untuk negara Turki. Pariwisata di seluruh penjuru Indonesia juga sudah semakin menarik untuk para wisatawan, wisata alam, wisata edukasi, wisata air, dan banyak lagi inovasi wisata yang ditawarkan.

Semua sektor harus dilibatkan, agar negara tidak mengalami krisis pangan. Disamping itu juga perlunya melihat, hewan ternak yang berdampingan dengan diversifikasi pangan. Terutama susu sapi yang konsumennya makin bertambah, namun berkurangnya supliyer susu diakibatkan adanya penyakit PMK (Gambar. 3). Penyakit Mulut Kuku (PMK) menjadi wabah sejak Keputusan Menti Pertanian (Kemenpan) No. 403/KPTS/PK.300/M/05/2022 (di Jawa Timur) dan No. 404/KTPS/PK.300/M/05/2022 (di Aceh). Penyakit PMK disebabkan oleh virus RNA (*Picornaviridae*, *Aphthovirus*) yang bertahan lama di lingkungan, bertahan hidup di tulang, kelenjar, susu, dan produk susu. Tanda klinis bila terkena, si sapi akan demam, kepincangan, hipersalivasi, vesikel/ lepuh pada mulut, lidah, gusi (seperti sariawan), juga hidung, teracak, dan putting sapi perah. Hal ini penulis dengar dan membaca paparan dari penyampaian Drs. Hernowo Budi Luhur, SH, M.Si sebagai Kepala Dinas Pertanian Kota Semarang di acara *Kick-off* Seminar dan FGD Wisata Edukasi *Green Fresh Farm* (GFF) Susu Sapi Jatirejo di hari kedua (Jumat, 29 Juli 2022). Beliau

juga mengungkapkan bahwa PMK ini pernah muncul di Tahun 1887, 1983, 1996, dan 1990. Artinya sudah 32 tahun yang lalu penyakit ini hilang dan sekarang muncul kembali. Saat ini, Dinas Peternakan Kota Semarang telah membuka posko PMK. Ada dua posko, yaitu posko Banyumanik dan Gunungpati. Mereka memberikan secara gratis vitamin, obat-obat yang dibutuhkan untuk sapi-sapi, kambing, dan semua hewan yang berkuku belah. Oleh karena itu kandang hewan harus bersih, manusia yang masuk juga harus disemprot disinfektan, dan cuci tangan agar tidak membawa virus yang bisa menulari hewan kuku belah lainnya. Konsumsi untuk manusia aman dikonsumsi dengan cara masak seperti biasanya atau dimasukkan kulkas saat membeli daging hewan berkuku belah, besoknya baru diolah.



Gambar 3. Sosialisasi PMK
Sumber: [www. Pertanian.go.id](http://www.Pertanian.go.id)



Gambar 4. Bank Pakan
Sumber: dokumentasi pribadi

Inovasi pakan lainnya, yaitu bank pakan (Gambar 4) yang menyediakan pakan ternak sebelum ada musim kemarau. Oleh karena pada saat musim kemarau rumput-rumput tidak banyak tumbuh. Narasumber di acara *Kick-off Seminar* dan *FGD Wisata Edukasi Green Fresh Farm (GFF) Susu Sapi Jatirejo Semarang, 29 Juli 2022*, pak Haris Cahyo Swasono, SP menyampaikan juga, perlunya pakan ternak dinaikan kualitas pakannya, dengan cara menanam jenis pakan unggulan, yaitu *leguminose (ALFAFA)* atau rumput *Pakchong*. Hasil *output* ternak akan lebih baik dan berkualitas. Jika semua sektor memikirkan hal yang sama, baik kesehatan hewan, kualitas *output* yang

dihasilkan dari pakannya, serta kebersihan kandang dan SDM yang terampil, maka ketahanan pangan dan kualitas pakan di berbagai bidang pertanian dan peternakan akan membuat Indonesia semakin mandiri dalam pangan dan pakan.

CATATAN PENUTUP

Indonesia optimis dengan semakin baiknya semua sektor perekonomian baik sektor pariwisata, transportasi, sampai ke *real estate*, menjadikan semakin optimisnya para investor individu maupun institusional untuk menanamkan modalnya disemua sektor. Tingkat pertumbuhan Indonesia yang bergerak naik, tingkat IHSG yang semakin baik, membentuk tingkat atau level baru setiap periodenya. Persiapan menghadapi krisis pangan dengan cara diversifikasi pangan agar dapat menguatkan ketahanan pangan Indonesia, serta kualitas pakan untuk ternak-ternak dan membuat bank pakan juga akan menjadikan Indonesia selalu optimis dalam segala bidang.

BIODATA PENULIS

Dr Elizabeth Lucky M.S., SE, M.Si, CPA adalah dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, mengajar di Progam Studi S1 Akuntansi, S2 Akuntansi, dan S2 Manajemen. Kepakaran di bidang Studi Kelayakan dan Bisnis, serta Investasi Saham. Selain mengajar, juga melakukan penelitian dan pengabdian masyarakat dalam bidang Akuntansi Keuangan, serta mengembangkan minat dibidang wisata edukasi.

MEMACU PEMULIHAN EKONOMI MENUJU PERTUMBUHAN BERKELANJUTAN KOTA SEMARANG

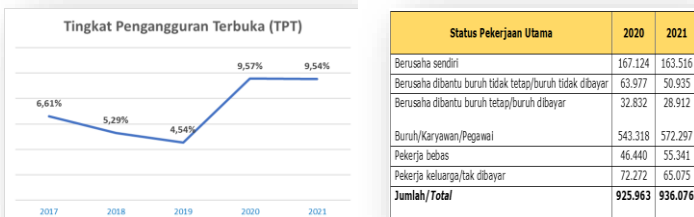
Shandy Jannifer Matitaputty, S.E.,MSi

shandy@unika.ac.id

PEMULIHAN EKONOMI KOTA SEMARANG

Terpukulnya sektor ekonomi akibat covid 19 menimbulkan berbagai guncangan khususnya yang ditandai dengan menurunnya berbagai indikator kesejahteraan masyarakat. Pada Kota Semarang indikator kesejahteraan masyarakat yang terlihat sangat terpengaruh selama masa pandemi adalah angka Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT).

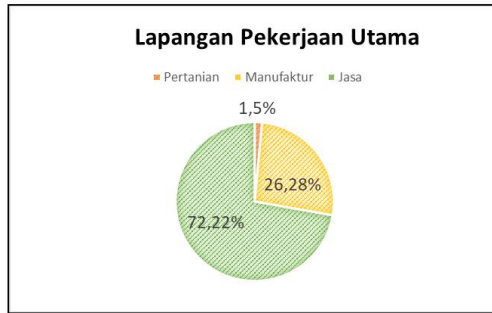
Pada masa pandemi, TPT di Kota Semarang mengalami peningkatan yang tinggi. Dibandingkan TPT tahun 2019 yang hanya menyentuh angka 4,54 persen, TPT pada tahun 2020 meningkat dua kali lipat lebih yaitu menjadi 9,57 persen (BPS Kota Semarang). Hal ini berarti pandemi membawa akibat yang cukup besar terhadap situasi pekerja hingga sebagian pekerja kehilangan pekerjaan mereka.



Gambar 1. Dampak pandemi terhadap tingkat pengangguran terbuka dan status pekerjaan utama

Sumber: BPS Kota Semarang, 2022

Apabila kita melihat komposisi status pekerja, pekerja sendiri (artinya tidak memiliki karyawan baik tetap maupun tidak tetap) yaitu mereka yang menanggung resiko sendiri ketika terjadi guncangan ekonomi, mengalami penurunan jumlah, demikian juga untuk status pekerja yang dibantu buruh tetap maupun tidak tetap artinya ketika usaha tersebut menurun jumlah pengangguran akan meningkat di Kota Semarang.



Gambar 2. Lapangan pekerjaan utama

Lebih mendalam, apabila kita mengamati komposisi jenis lapangan pekerjaan utama, Kota Semarang dari tahun ke tahun didominasi oleh sektor jasa dengan persentase sekitar 70 persen setiap tahunnya, kemudian diikuti dengan sektor manufaktur dengan persentase 20 persen dan sisanya diisi oleh sektor pertanian. Hal ini dapat dikaitkan dengan golongan masyarakat miskin sangat terkena dampak pandemi, terutama yang bekerja di sektor informal dan para pekerja bebas di sektor pertanian maupun non pertanian. Persentase penduduk miskin yang bekerja di sektor informal tahun 2020 sekitar 20,47 persen, angka ini meningkat dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 13,75 persen (<https://jatengdaily.com/2021/dampak-covid-19-kemiskinan-kota-semarang-meningkat/>). Hal ini menunjukkan rentannya penduduk Kota Semarang

kehilangan pekerjaan ketika terjadi pandemi khususnya mereka yang bekerja di sektor-sektor informal dimana memang ciri Kota besar yang mulai mengalami perkembangan adalah tingginya pekerja informal, dikarenakan banyaknya jumlah unit usaha dalam skala kecil.

Pemulihan ekonomi oleh berbagai kalangan dinilai sebagai upaya menghidupkan kembali aktivitas ekonomi yang akan mendorong perbaikan indikator-indikator kesejahteraan masyarakat. Upaya pemulihan ekonomi tidak boleh meninggalkan konsep ekonomi berkelanjutan. Usaha menaikkan produksi dan jumlah pendapatan masyarakat perlu tetap memperjuangkan keberlangsungan ekosistem pendukungnya. Perbaikan kualitas hidup melalui indikator-indikator kesejahteraan semestinya tidak mengakibatkan kerusakan lingkungan yang dapat menjadi “bom waktu” hingga pada suatu titik waktu akan mengakibatkan kerusakan dan guncangan ekonomi yang lebih besar.

PENTINGNYA PERTUMBUHAN EKONOMI BERKELANJUTAN

Disamping kondisi perekonomian Kota Semarang erat kaitannya dengan kesejahteraan penduduk Kota Semarang itu sendiri, kondisi perekonomian Kota Semarang dinilai ikut mempengaruhi kondisi ekonomi lokasi sekitar, beberapa penelitian menunjukkan bahwa

Kota Semarang sebagai Ibukota Provinsi Jawa Tengah memberi kontribusi cukup penting sebagai penopang ekonomi Jawa Tengah, bahkan Nasional, sehingga ketika pandemi covid 19 terjadi yang mengakibatkan turunnya aktivitas ekonomi di segala tempat termasuk Kota Semarang menimbulkan berbagai efek domino.

Dalam Musrenbang Kota Semarang telah disampaikan Tahun 2023 sebagai tahun pertumbuhan ekonomi dengan lima prioritas pembangunan. Lima prioritas pembangunan tersebut yaitu peningkatan pertumbuhan ekonomi, percepatan pengurangan pengangguran dan kemiskinan, peningkatan kualitas sumber daya manusia, penyediaan infrastruktur yang berkualitas, dan perwujudan tata kelola pemerintahan yang efektif dan efisien serta inovatif. Prioritas-prioritas tersebut tentunya dengan penyesuaian pasca covid 19. Hal ini terkait meningkatnya angka pengangguran dan kemiskinan pada masa pandemic covid 19, hingga program prioritas memang diarahkan untuk mengurangi pengangguran, kemiskinan serta program prioritas dalam bidang infrastruktur maupun tata kelola untuk mendorong iklim investasi dan sebagainya.

Tahun 2023 sebagai tahun pertumbuhan ekonomi dirasa tepat mengingat kita telah mengeluarkan cukup banyak anggaran ditahun-tahun pandemi. Kita memahami bahwa selain fungsi alokasi dan distribusi, APBD sama halnya dengan APBN memiliki fungsi stabilisasi, dimana

fungsi ini memang menjadi alat untuk memelihara dan mengupayakan keseimbangan fundamental perekonomian daerah, seperti halnya dalam situasi pandemic dimana pendapatan daerah menurun namun kita harus tetap mengeluarkan dana untuk menyelamatkan sektor-sektor yang terdampak.

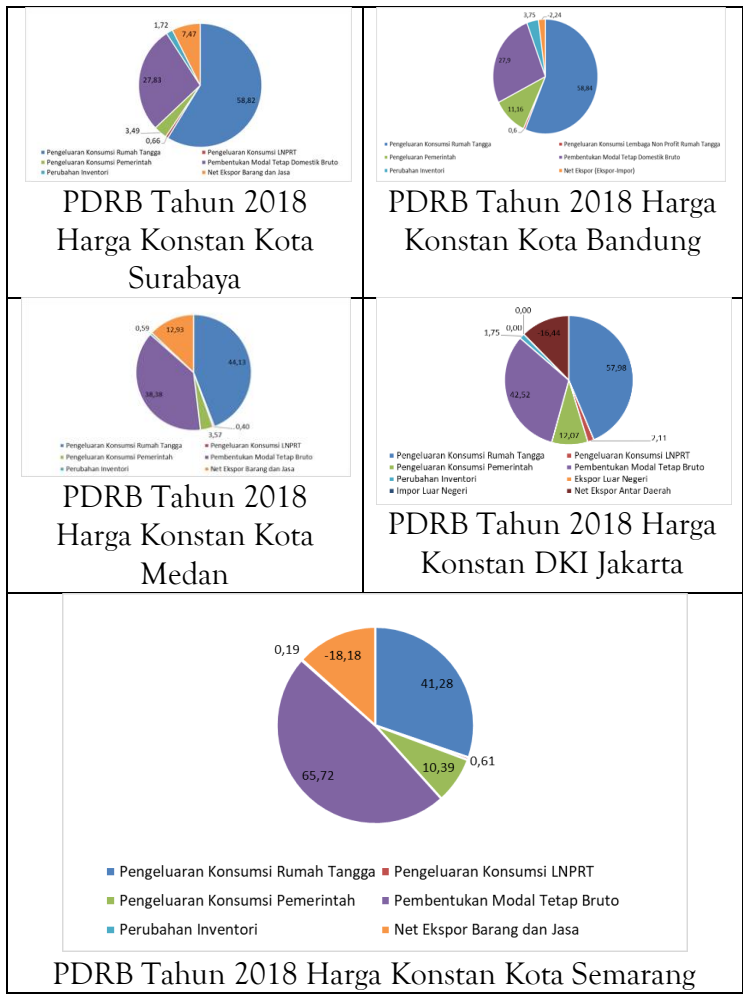
Presiden mengeluarkan PERPPU No. 1/2020 yang kemudian menjadi UU Nomor 2/2020 dijadikan dasar untuk merumuskan dan mengalokasikan anggaran secara extraordinary di dalam rangka pemulihan ekonomi nasional dan penanganan COVID-19. Dimana mmg alokasi extraordinary dalam fungsi stabilisasi ini memang hanya dapat berjalan selama 3 tahun. Artinya sekarang kita harus mengumpulkan dana kembali agar posisi APBD kembali stabil dan ada dana untuk berjaga kembali menghadapi situasi tdak terduga yang dapat muncul di waktu-waktu mendatang.

Sektor ekonomi dikenal sebagai sektor yang memiliki hubungan yang kuat dengan kesejahteraan masyarakat. Dalam skala regional pertumbuhan ekonomi akan sangat tergantung pada karakteristik serta kemampuan suatu wilayah/region dalam mengelola wilayahnya. Artinya perumusan kebijakan-kebijakan ekonomi perlu didasari dengan pengenalan karakteristik wilayah tersebut terlebih dahulu. Karakteristik yang dimaksud mencakup kondisi saat ini maupun peramalan atas kondisi pada waktu

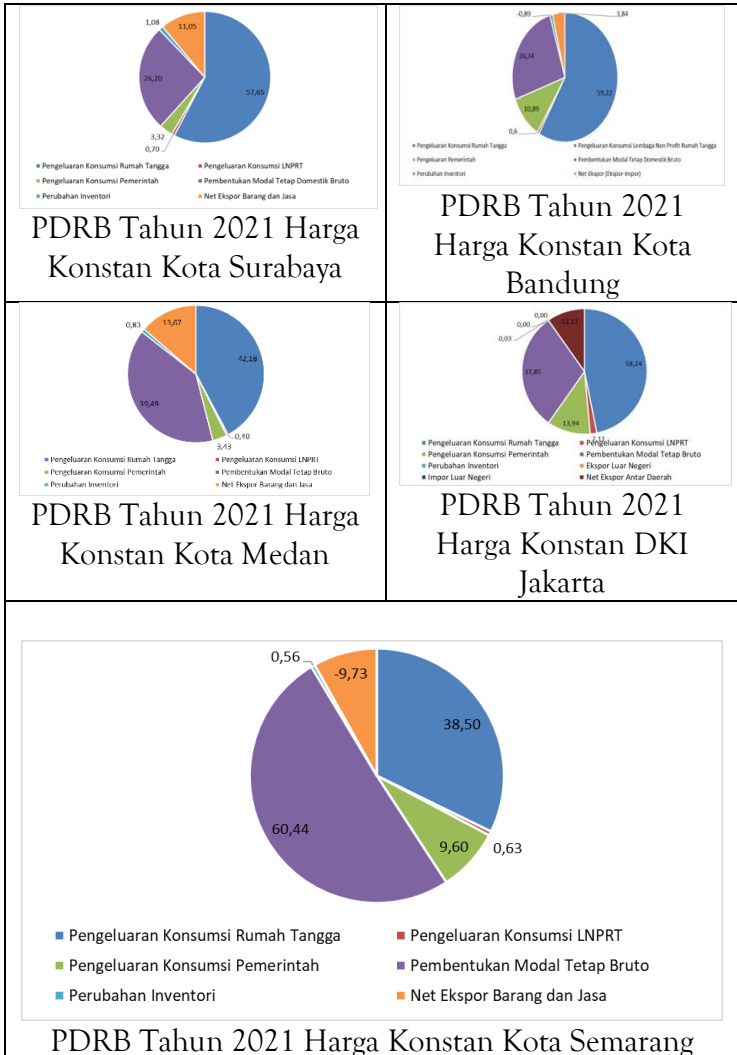
mendatang. Pemahaman akan kondisi di waktu mendatang penting dilakukan sebagai antisipasi maupun optimalisasi

Kota Semarang secara lokasi berada pada jalur perlintasan yang berada tepat di tengah-tengah antara Jakarta dan Surabaya, Kota ini memiliki pintu masuk udara, air maupun darat, hal ini juga yang mendorong Kota Semarang dikenal sebagai Kota Perdagangan, dan Jasa. Lokasi yang strategis ini pula serta kondisi bahwa selain jasa, industri pada Kota Semarang juga dinilai maju, Hal ini menjadi dayatarik utama bagi penduduk luar Kota Semarang untuk masuk ke Kota Semarang guna mencari pekerjaan.

Karakteristik lain dari Kota Semarang yang tidak dimiliki oleh Kota Besar lainnya di Indonesia dapat diamati pada faktor penyusun PDRB Pengeluaran. Gambar 3 menunjukkan perbandingan factor penyusun PDRB dari lima kota besar di Indonesia.



Gambar 3. PDRB Menurut Pengeluaran Lima Kota Besar di Indonesia sebelum Pandemi Covid 19



Gambar 4. PDRB Menurut Pengeluaran Lima Kota Besar di Indonesia selama Pandemi Covid 19

Penyusun terbesar PDRB Kota Semarang berdasarkan pengeluaran baik sebelum maupun selama pandemi adalah Pembentukan Modal Tetap Bruto (PMTB). Apabila kita membandingkan dengan 4 Kota besar lainnya di Indonesia (Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan) bahkan dibandingkan dengan nasional/ Indonesia secara keseluruhan, Kota Semarang adalah satu-satunya Kota dimana penyusun PDRB pengeluaran terbesarnya adalah PMTB dan bukan konsumsi. Besarnya proporsi PMTB dalam pembentukan pendapatan daerah Kota Semarang menunjukkan tingginya aktivitas investasi yang terkait dengan keberadaan aset tetap (fixed asset) yang terlibat dalam proses produksi.

Selain itu dengan PMTB yang tinggi akan meningkatkan penggunaan teknologi yang tinggi sehingga akan meningkatkan efisiensi produksi yang berdampak juga pada peningkatan pendapatan. Investasi merupakan biaya yang dikeluarkan dalam rangka menambah persediaan jumlah barang modal untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang. Investasi mengakibatkan meningkatnya jumlah barang modal yang memungkinkan bertambahnya barang dan jasa yang dihasilkan sehingga dapat meningkatkan keuntungan.

Pemahaman terkait ekonomi berkelanjutan dan pentingnya pertumbuhan ekonomi merupakan dua hal yang bersifat interdependensi. Pertumbuhan ekonomi

merupakan faktor kunci terkait kesejahteraan masyarakat, sementara kesejahteraan masyarakat yang didorong aktivitas-aktivitas pembangunan yang kurang bertanggungjawab itu sendiri seringkali menggerus kestabilan siklus alam.

Pertumbuhan ekonomi berkelanjutan harus menjadi tujuan pertumbuhan ekonomi maupun upaya mempercepat pemulihan ekonomi. Hal ini artinya sejak awal arah perencanaan berbagai faktor pemicu pertumbuhan ekonomi telah diarahkan kepada ekonomi berkelanjutan. Salah satu contoh perencanaan mendasar adalah mengatur RTRW (rencana tata ruang wilayah), Kota Semarang perlu memiliki RTRW yang berpihak kepada pertumbuhan ekonomi berkelanjutan termasuk perencanaan terkait persebaran kepadatan penduduk. Angka kepadatan penduduk di Kota Semarang berkisar 4.425 per km². Angka ini memang tidak sepadat Kota-kota besar lainnya di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Surabaya Namun Apabila dilihat pada tingkat kecamatan, kepadatan penduduk kota Semarang dikenal tidak merata. tercatat kecamatan Candisari sebagai wilayah terpadat (11.538 penduduk per km²), sedangkan kecamatan Tugu merupakan wilayah yang kepadatannya paling rendah (1.033 penduduk per km²). Dilihat dari kepadatan penduduk yang tidak merata, perlu dilihat pula cakupan pelayanan serta infrastruktur yang tersedia agar tidak terjadi ketimpangan pelayanan maupun aktivitas ekonomi.

Terkait dengan ekonomi berkelanjutan, pemusataan penduduk yang menunjukkan ketimpangan sebaran penduduk yang sangat tidak merata akan menimbulkan resiko yang tinggi ketika terjadinya bencana pada suatu wilayah dengan kepadatan yang terlampau tinggi.

Contoh lainnya adalah belum dimilikinya profil resiko pada setiap sektor. Profil resiko diperlukan sebagai panduan praktis dan persiapan ketika terjadi bencana, ini berguna untuk mengurangi dampak negatif dan mempercepat upaya pemulihan. Hal lain lagi misalnya adalah angka pertumbuhan ekonomi yang selama ini dijadikan sebagai ukuran peningkatan aktivitas ekonomi maupun gambaran peningkatan kesejahteraan suatu daerah. Angka pertumbuhan ekonomi Kota Semarang cukup tinggi di tahun 2021, mencapai 5,16 persen (BPS Kota Semarang, 2022). Angka ini bahkan di atas DKI Jakarta, kita perlu tetap kritis bahwa kenaikan pendapatan masyarakat yang dicerminkan dalam kenaikan GDP tersebut sebetulnya belum dihitung dengan tingkat kerusakan sumberdaya alam (SDA) atau lingkungan yang terjadi selama proses pembangunan tersebut berlangsung. Hal ini tentu akan mengakibatkan adanya ketidakseimbangan antara proses pembangunan dan kelangsungan kualitas lingkungan. Pertumbuhan ekonomi berkelanjutan tentunya tidak sekedar berfokus pada angka pertumbuhan ekonomi namun mencakup biaya-biaya pemeliharaan ekosistem pendukung. Keberadaan profil

resiko maupun perhitungan angka pertumbuhan ekonomi “hijau” akan menolong pemerintah maupun masyarakat melihat dengan lebih jeli dan jujur situasi ekonomi dan ekosistem yang dihadapi.

BIODATA PENULIS

Shandy Jannifer Matitaputty, S.E, MSi adalah Dosen Program Studi Perpajakan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata. Lahir di Semarang 1987, menempuh Pendidikan S1 dan S2 di Universitas Diponegoro Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan. Shandy Jannifer Matitaputty, S.E, MSi aktif dalam penelitian maupun pengabdian dalam bidang ilmu ekonomi dan perpajakan.

IMPLEMENTASI *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* (GCG) SEBAGAI FONDASI PERTUMBUHAN BERKELANJUTAN PERUSAHAAN

Sesarina Oenunu S.Ak

21g30004@student.unika.ac.id

Pandemi Covid-19 sangat berdampak bagi pertumbuhan ekonomi nasional bahkan internasional. Hampir semua menghadapi kelumpuhan ekonomi yang besar akibat pandemi yang memaksa pemerintah perlu berpikir keras dengan kebijakan-kebijakan sehingga dapat menyelamatkan perekonomian negaranya. Semua sektor ekonomi tanpa terkecuali menghadapi kendalanya masing-masing, begitupula dengan sektor bisnis. Akibat yang ditimbulkan perekonomian Indonesia maupun dunia perlu menemukan kembali ‘ritme’ perekonomiannya yang sesuai dengan masa peralihan yang sedang berjalan.

Perekonomian Indonesia hingga kuartal kedua memberikan cukup membaik dan diproyeksi mulai membaik sehingga pemerintah lebih menunjukkan sikap optimistiknya. Perekonomian Indonesia berdasarkan Laporan Indonesia Economic Prospect (IEP) Juni 2022,

perekonomi Indonesia setelah endemi mampu mengalami pertumbuhan 5,0% sampai triwulan I setelah pertumbuhan yang dicatatkan pada tahun 2021 hanya sebesar 2,9%. Hal ini membuktikan perekonomian Indonesia dapat bangkit dan masih akan terus bangkit sejalan dengan dukungan dari semua sektor perekonomian yang ada.

Dalam praktisinya, proses untuk memaksimalkan nilai perusahaan sering kali dapat menimbulkan terjadinya konflik kepentingan antara pengelola (*agen*) dan pemegang saham (*prinsipal*). Pihak *agen* lebih mengutamakan kepentingan pribadinya yang bertentangan dengan tujuan utama perusahaan dan sering mengabaikan kepentingan *prinsipal*. Perbedaan kepentingan antara *agen* dan *prinsipal* ini umumnya disebut sebagai konflik keagenan (*agency conflict*). Untuk mencapai kepentingan tertentu, *agen* dapat melakukan kecurangan untuk mencapai hal tersebut. Alhasil, dapat mengakibatkan turunnya kualitas laba perusahaan.

Perusahaan dalam kegiatannya menyediakan barang dan jasa dalam menunjang laju pertumbuhan ekonomi nasional maupun global. Dilansir dari kemenkeu dalam artikelnya menjabarkan kontribusi pendapatan 142 perusahaan dengan total aset Rp 8.092 triliun yang bersebar dalam berbagai bidang usaha melebihi aset salah satu perusahaan terbesar Singapura. Hal ini memberikan bukti perekonomian Indonesia dapat bertumbuh dan

bersaing dalam perekonomian global. Pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan membutuhkan pertumbuhan pada setiap aspek bisnis. Perusahaan sebagai salah satu sektor perekonomian negara perlu memiliki strategi dan kebijakan dalam meningkatkan perekonomian dalam sektor usahanya masing-masing. Ketika Tata Kelola dalam perusahaan (*Good Corporate Governance*) baik, maka nilai perusahaanpun menjadi baik.

Tata kelola dalam perusahaan mengatur sistem serta struktur yang terkait dengan perusahaan. Dalam perkembangan bisnis serta perdagangan global yang semakin berkembang dan penuh tantangan maka pelaku bisnis perlu menciptakan citra serta membangun kepercayaan para pemangku kepentingan. Sebuah perusahaan yang berkinerja baik diinterpretasikan melalui laba perusahaan yang tinggi serta dapat menjamin keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Oleh sebab itu, praktik tata kelola perusahaan yang baik sangat dipengaruhi oleh semua pihak yang terlibat dalam manajemen suatu perusahaan. Pihak-pihak terkait diantaranya; pemegang saham, investor, para kreditur, supplier, karyawan hingga pemerintah.

Menurut Thomas (2006) bahwa terdapat dua hal penting dalam konsep *Good Corporate Governance*. Pertama, pentingnya hak pemegang saham untuk memperoleh informasi dengan benar dan tepat pada waktunya dan, kedua, kewajiban perusahaan untuk melakukan

pengungkapan (disclosure) secara akurat, tepat waktu, transparan terhadap semua informasi kinerja perusahaan, kepemilikan, dan stakeholder. Selain kedua hal tersebut, adapula prinsip yang menjadi indikator identik serta mendasar dari Good Corporate Governance (GCG) perusahaan, diantaranya:

- a. Transparency (keterbukaan atas perolehan informasi), yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi materil dan relevan mengenai perusahaan.
- b. Accountability (akuntabilitas) yakni suatu kejelasan fungsi, struktur, sistem, dan pertanggungjawaban organ perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan dapat terlaksana secara efektif.
- c. Sikap Responsibility (pertanggungjawaban) yang merupakan kesesuaian (kepatuhan) di dalam pengelolaan perusahaan terhadap prinsip korporasi yang sehat serta peraturan perundangan yang berlaku.
- d. Independency (kemandirian), yaitu suatu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan dari pihak manajemen yang tidak sesuai dengan peraturan dan perundangan-

undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi, organisasi atau perusahaan yang sehat.

- e. Fairness (kesetaraan serta kewajaran), yaitu perlakuan yang adil dan setara dalam memenuhi hak-hak stakeholder yang timbul berdasarkan perjanjian serta peraturan perundangan yang berlaku.

Dalam meningkatkan esensi dari penerapan sistem tata kelola perusahaan yang baik, maka perusahaan beserta seluruh ‘aktor’ atau aspek didalamnya perlu memperbaiki ‘badan’ perusahaan sehingga menjadi lebih kokoh. Agar perusahaan menjadi kokoh, semua jaringan perlu direstrukturisasi mulai dari pembaharuan peraturan, menyesuaikan budaya perusahaan dan segala stukturanya agar sesuai dengan misi perusahaan sehingga dapat mencapai visi perusahaan dengan budaya perusahaan yang sesuai.

Perusahaan dapat menciptakan nilai perusahaan yang baik sehingga nilai perusahaan yang digambarkan dalam bentuk nilai pasar saham menjadi lebih tinggi. Ketika nilai perusahaan yang diperdagangkan tinggi, investor akan memberikan tertarik serta memberikan *feedback* dengan membeli saham perusahaan. *Good Corporate Governance* (GCG) menjadi fondasi kuat perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan dengan bertanggung jawab pada stakeholder memberikan

kepercayaan kepada para manajemen dalam mengembangkan bisnisnya.

Perusahaan-perusahaan di Indonesia telah menyadari pentingnya penerapan sistem *Good Corporate Governance* (GCG) yang ditampilkan dan dipertanggungjawabkan dalam Laporan Tahunan Perusahaan. Tata kelola perusahaan yang baik tidak hanya memberikan dampak dalam jangka pendek, namun dampak jangka panjang. Penghargaan-penghargaan sebagai bentuk apresiasi juga bukti nyata sistem yang dijalankan diterima oleh lingkungan bisnis perusahaan. Dengan adanya sistem tata kelola, perusahaan menunjukkan tanggung jawabnya terhadap lingkungan perusahaan, karyawan yang menjadi aset perusahaan. Pengimplementasian *Good Corporate Governance* oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia menjadi tantangan tersendiri. Banyak perusahaan yang sukses dalam penerapan sistem tata kelola yang baik, juga sebaliknya adapula perusahaan yang gagal dalam penerapan *Good Corporate Governance*.

Sebuah perusahaan dapat diibaratkan layaknya kepingan-kepingan dengan setiap kepentingan yang berbeda. Untuk menyatukan kepingan tersebut, diperlukan sistem yang baik untuk menyatukan setiap komponen dalam perusahaan. Untuk menghindari *Bad Corporate Governance*, maka perlu dibentuk *Good Corporate Governance* yang menjadi dasar perusahaan menjalankan

kegiatan usahanya dengan komitmen serta konsistensinya. Maka, kepentingan perusahaan didukung oleh stakeholder, kepentingan perusahaan sepaham dan sejalan dengan kepentingan stakeholder. Ketika aspek-aspek yang menjadikan suatu perusahaan *Good Corporate Governance* tidak kokoh, maka perusahaan dapat mengalami *Bad Corporate Governance* yang dapat berimbas pada *Collapsenya* perusahaan tersebut.

Sebagai contoh, sebagai masyarakat sekitar dalam menilai perusahaan sebagai sebuah *Good Corporate* dari dampak yang ditimbulkan oleh kegiatan atau kebijakan-kebijakan yang diberlakukan oleh perusahaan. Ketika lingkungan sekitar dirugikan akibat kegiatan bisnis yang dijalankan, maka akan berimbas pada tingkat kepercayaan masyarakat selaku salah satu *stakeholder* perusahaan. Karyawan sebagai aspek penting dalam perusahaan, apabila diberikan *treatmen* yang baik, akan merasa loyal serta bekerja dengan baik sehingga produk atau jasa yang dihasilkan dapat diterima dan menjadi *income* bagi perusahaan. Sebaliknya, ketika karyawan diperlakukan dengan kurang baik maka kualitas kerja karyawan pun tidak maksimal.

Apabila prinsip-prinsip GCG ini dilaksanakan secara baik dan sungguh-sungguh, bisa dipastikan perusahaan akan memiliki landasan yang kokoh dalam menjalankan bisnisnya. Secara eksternal, perusahaan akan lebih dipercaya investor, yang berarti nilai pasar sahamnya akan

membaik dan menarik bagi investor. Mitra kerja juga merasa yakin mengembangkan hubungan bisnis lebih luas lagi. Para pemasok memiliki pegangan yang jelas dan terpercaya serta yakin akan diperlakukan secara adil sehingga bisa memberikan harga yang terbaik, yang berarti menciptakan efisiensi bagi perusahaan. Para kreditur pun memiliki kepercayaan tinggi untuk mengucurkan kreditnya yang mungkin kita perlukan buat perluasan usaha.

Secara internal, suasana kerja juga menjadi lebih kondusif dan nyaman. Karna dengan menerapkan GCG secara benar dan konsisten, berarti perusahaan sudah menerapkan sistem pengelolaan perusahaan sesuai dengan pembagian peran masing-masing, di tingkatan direksi, komisaris, komite-komite, dan lain-lain serta aturan main yang baku berdasarkan prinsip GCG tadi. Tak kalah pentingnya, terciptanya keseimbangan kekuatan di antara struktur internal perusahaan (direksi, komisaris, komite audit, dan lain sebagainya). Sehingga, pengambilan keputusan bisa menjadi lebih dipertanggungjawabkan, bijaksana dan kredibel.

BIODATA PENULIS

Penulis dengan nama lengkap Sesarina Oenunu lahir di Kiupukan (NTT) pada 25 Februari 1998. Penulis yang akrab disapa Sari, menyelesaikan studi S1 Akuntansi di Unika Soegijapranata, kemudian pada tahun 2021 melanjutkan studi Magister di Unika Soegijapranata.

REFERENSI

<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/bank-dunia-prediksi-perekonomian-indonesia-tumbuh-5-1-persen-ditahun2022/#:~:text=Bank%20Dunia%20Prediksi%20Perekonomian%20Indonesia%20Tumbuh%205%2C1%20Persen%20di%20Tahun%202022,-24%2F06%2F2022&text=Jakarta%2C%2024%2F06%2F2022,3%20persen%20di%20tahun%202023> pada 27 Juli.

Kaihatu, Thomas S. (2006). Good Corporate Governance dan Penerapannya Di indonesia. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol.8, No.1. Hal 1-9. Diakses melalui <https://ojs.petra.ac.id/ojsnew/index.php/man/article/view/16505>

PEMULIHAN EKONOMI: OPTIMALISASI BANTUAN DANA PEMERINTAH

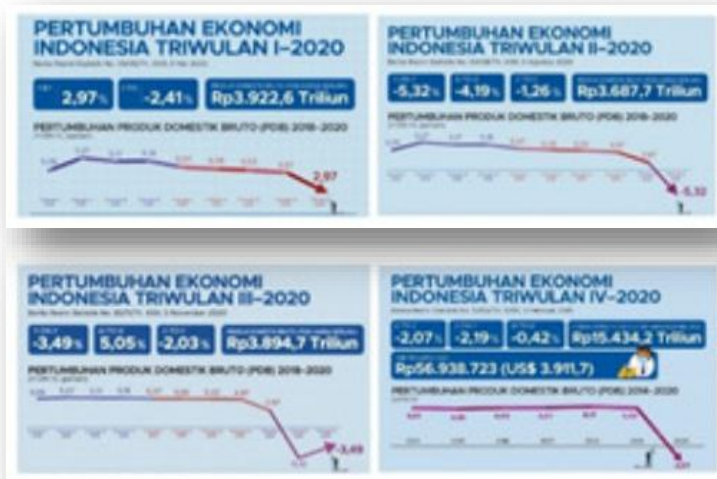
M. Devitia Putri Nilamsari, SE., M. Ak
devitia@unika.ac.id

PEMULIHAN EKONOMI NASIONAL

Indonesia mengalami kemerosotan drastis sejak munculnya wabah Covid-19 di tahun 2020. Negara dengan identitas kekayaan alam yang melimpah ini berada pada titik pergerakan yang tidak stabil, sehingga kekuatan penyangga perekonomian pun menjadi lemah. Hampir semua sektor bisnis pun ditutup. Nathan Kacaribu Febrio, Kepala Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan menyatakan bahwa pada tahun tersebut perekonomian Indonesia mengalami pertumbuhan negatif 2,07 persen. Berdasarkan data pada perhitungan *year on year* tahun 2020 juga menunjukkan bahwa laju pertumbuhan ekonomi di triwulan pertama mengalami resesi hingga 2,97%. Di triwulan kedua menunjukkan kemerosotan sebesar negatif 5,32 persen. Di triwulan ketiga pertumbuhan ekonomi menurun menjadi 3,49 persen, sedangkan di triwulan keempat penurunan terjadi kembali yaitu sebesar 2,19 persen.

Melihat kondisi ekonomi Indonesia yang cukup terguncang stabilitasnya, memaksa pemerintah untuk segera menyusun strategi ekonomi. Tak lain dan tak

bukan, upaya ini diterapkan guna meminimalisir risiko dan sekaligus memutus merebaknya Covid-19.



ambar 1. Data Pertumbuhan Ekonomi Indonesia
Sumber: Berita Resmi Statistik (2020)

Munculnya kebijakan-kebijakan pemerintah seperti Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) hingga adanya *lockdown*. Kebijakan ini membuat aktivitas ekonomi terhenti, sehingga memberi efek yang lebih besar bagi kegiatan bisnis dan ekonomi nasional khususnya distribusi, produksi, dan operasional. Keadaan ini harus

segera diatasi agar perekonomian nasional tidak terperosok semakin dalam lagi.

Pemulihan ekonomi menjadi kunci atas bangkitnya perekonomian nasional, dimana adanya penghidupan kembali atas aktivitas ekonomi yang mendorong aspek kesejahteraan masyarakat. Upaya pemulihan ini dirumuskan oleh pemerintah dalam Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Upaya tersebut harus segera dirancang dan diterapkan sebelum keadaan semakin parah dan sulit untuk dipulihkan. Dalam hal ini, diperlukan sinergisitas dari peran pemerintah (pusat dan daerah) dan para pelaku ekonomi baik sektor keuangan maupun riil untuk meningkatkan dan mempertahankan kemampuan ekonomi.

OPTIMALISASI BANTUAN DANA PEMERINTAH

Kebijakan-kebijakan pemerintah telah dikeluarkan dan direalisasikan. Pemerintah juga mengeluarkan sebuah Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (PERPPU) Nomor 1 Tahun 2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan terkait Penanganan Pandemi Covid-19. Kebijakan keuangan negara meliputi kebijakan pendapatan negara termasuk perpajakan, belanja negara, keuangan daerah, dan pembiayaan. Kebijakan stabilitas sistem keuangan meliputi kebijakan penanganan permasalahan Lembaga keuangan yang membahayakan perekonomian (Kastrad

Beraksi, 2021). Moegiarso (2021) juga menyatakan bahwa sejak Juli 2020, Presiden Joko Widodo membentuk Komite penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional (KPC-PEN). Pembentukan komite ini dapat menjadi bukti nyata bahwa pemerintah secara terintegrasi menangani pandemic dan pemulihan ekonomi nasional melalui penyiapan anggaran dan program untuk penanganan Covid-19 beserta pemulihan ekonomi Indonesia.

Dengan adanya kebijakan tersebut, diharapkan mampu mengangkat pasar dan perekonomian nasional. Selain itu, dapat pula menggugah semangat dan minat para pelaku usaha serta masyarakat untuk tetap produktif dalam meningkatkan transaksi bisnis nasional. Dengan kata lain, perlu adanya respon positif dan kerjasama dari pelaku usaha serta masyarakat terhadap kebijakan-kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah.

Menyoroti peran pemerintah, dalam hal ini sangat diperlukan strategi jitu untuk mendorong efektivitas dan percepatan pemulihan ekonomi Indonesia, salah satunya adalah pemberian stimulus berupa bantuan dana usaha. Upaya ini bertujuan untuk memacu para pelaku usaha agar tetap bertahan dalam menjaga stabilitas dan produktivitas usaha yang mana mampu menggerakkan *traditional market* dan memberi efek pada perputaran transaksi (uang). Kebijakan ini juga mendorong tumbuhnya kembali usaha mikro kecil dan menengah

yang nantinya akan mendukung pemulihan ekonomi nasional. Terlebih lagi, melalui kebijakan ini akan membantu mengurangi beban atau biaya operasional usaha yang cenderung besar. Dengan demikian, dapat menekan pembiayaan dari suatu usaha.

Bentuk nyata dari kebijakan ini yaitu adanya bantuan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Program Kredit Usaha Rakyat merupakan upaya pemerintah dalam meningkatkan akses pembiayaan pada usaha yang disalurkan melalui perbankan dan lembaga keuangan dengan pola peminjaman. Dana yang disediakan berupa dana keperluan modal kerja dan investasi yang disalurkan bagi pelaku usaha usaha produktif dan layak, akan tetapi belum mempunyai agunan tambahan. Adapun program ini menjadi strategi pemerintah dalam memperkuat kemampuan permodalan usaha.

Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, diperlukan optimalisasi atas dana bantuan yang tersedia agar mampu mendukung pemulihan ekonomi nasional guna meningkatkan pelayanan kesehatan, memberikan dukungan bagi dunia usaha, dan yang paling penting adalah mendorong daya beli dan tingkat konsumsi masyarakat secara menyeluruh. Adapun indikator optimalisasi dana bantuan pemerintah dilihat dari proyeksi terserapnya dana tersebut (mendekati 100%). Lebih lanjut, pemerintah juga perlu melakukan evaluasi

dan update alokasi dana bantuan pemerintah yang kemudian dipetakan atau diproyeksikan serta direalokasikan untuk mengoptimalkan penyerapan dan pemanfaatan dana yang tersedia.

Di samping kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan oleh pemerintah, terdapat pula hal lain yang menjadi penggerak tercapainya pemulihan ekonomi nasional. Penggerak tersebut adalah adanya peran aktif dari para pelaku usaha dan masyarakat terutama dalam memanfaatkan berbagai kemudahan atau fasilitas yang disediakan oleh pemerintah. Dengan demikian, perlu sebuah kerjasama yang seimbang dari semua komponen negara dimana pemerintah berupaya memberi kemudahan baik dalam kebijakan fiskal maupun moneter. Di sisi lain, para pelaku ekonomi dan masyarakat menyambut dengan baik kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan pemerintah untuk mendukung pemulihan ekonomi berkelanjutan khususnya selama masa pandemi Covid-19 ini.

BIODATA PENULIS

M. Devitia Putri Nilamsari, SE., M. Ak, lahir di Jakarta pada 18 Mei 1992. Menempuh pendidikan S1 dan S2 di Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga. Dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Akuntansi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dan aktif dalam penelitian serta pengabdian di bidang akuntansi keuangan.

INSENTIF PEMERINTAH SEBAGAI STRATEGI PEMULIHAN DAYA BELI MASYARAKAT

Dian Ardianto, S.E.

21g30005@student.unika.ac.id

Pandemi COVID-19 berdampak besar pada kesehatan masyarakat. Berdasarkan data Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB), jumlah pasien positif terinfeksi COVID-19 di Indonesia mencapai 6.575 orang per 19 April 2020. Untuk mencegah penyebaran kasus, Pemerintah menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pembatasan aktivitas masyarakat ini berimplikasi sangat besar terhadap aktivitas ekonomi, pendidikan, dan sosial lainnya. Kondisi ini menciptakan kesulitan untuk mencari nafkah. bagi masyarakat kelas pekerja dan masyarakat rentan lainnya yang bekerja pada sektor informal

Untuk mengatasi kondisi tersebut, Pemerintah, baik tingkat pusat maupun daerah, mengeluarkan berbagai kebijakan penanggulangan COVID-19 dan dampak sosioekonomi yang diakibatkan pandemi ini, salah satunya melalui kebijakan insentif. Beberapa kebijakan insentif yang diberikan pemerintah, antara lain:

- a. Insentif/subsidi gaji karyawan
- b. Insentif pajak
- c. Bantuan masyarakat terdampak pandemi.
- d. Listrik gratis
- e. Bantuan mahasiswa terdampak pandemi

Insentif gaji diberikan untuk menopang daya beli masyarakat selama masa pandemic. Ketidakpastian yang sangat tinggi membuat masyarakat cenderung sangat berhati-hati untuk mengeluarkan uang selama masa pandemi. Jika masyarakat tidak melakukan konsumsi maka roda ekonomi tidak berputar sehingga kinerja ekonomi melambat. Pemerintah pertama kali mengeluarkan kebijakan insentif gaji pada bulan September 2020, insentif gaji diberikan untuk karyawan dengan gaji maksimal Rp 5.000.000 dan terdaftar pada BPJS ketenagakerjaan dengan mekanisme pemberian selama 4 bulan insentif sebesar Rp 600.000 per bulan yang diberikan satu kali pencairan melalui bank yang sudah terverifikasi atau bank BUMN. Insentif ini diberikan pada 12,54 juta pekerja dengan nilai subsidi mencapai 29,4 triliun rupiah. Selanjutnya, pada tahun 2021 pemerintah kembali memberikan subsidi kepada 8 juta pekerja dengan batasan gaji maksimal sebesar Rp 3.500.000 dengan nilai insentif ini mencapai 8 triliun rupiah. Kritik terhadap kebijakan ini adalah bahwa basis data penerima yang digunakan adalah menggunakan data

dari BPJS Ketenagakerjaan. Padahal masih banyak pemberi kerja di Indonesia yang belum mendaftarkan karyawan sebagai anggota BPJS.

Insentif pajak diberikan pada perusahaan perusahaan yang memenuhi persyaratan yang diatur dalam PMK antara lain insentif pajak PPh 21 bagi Karyawan , PPh Final bagi UMKM, PPh 25 bagi Badan dan juga PPN tidak dipungut barang dan jasa untuk penanggulangan Covid-19. PMK No.23/PMK.03/2020 ditetapkan pada 21 Maret 2020 dan diundangkan pada 23 Maret 2020 yang menjelaskan pemberian insentif pajak penghasilan gaji atau PPh 21 dengan batasan gaji maksimal Rp 15.000.000 per bulan, PPh 25 dengan pemberian pengurangan angsuran lewat persentase 75% dari angsuran terutang setiap bulan. Pada tahun 2021, Pemerintah juga kembali memberikan insentif dengan aturan yang sama dengan tahun sebelumnya dan dengan adanya tambahan insentif untuk PPNBM yaitu pembebasan PPN barang mewah kendaraan roda empat atau mobil dibawah 1500 cc. Insentif pajak diberikan agar daya beli masyarakat kembali menguat setelah pada tahun 2020 penjualan kendaraan mengalami penurunan yang signifikan.

Untuk PPN perlakuan pemberian insentif berbeda dengan ketiga jenis pajak sebelumnya. Insentif PPN yang diberikan adalah dengan kemudahan proses pemberian restitusi kepada PKP yang telah ditentukan pada PMK 23

Tahun 2020 selama 6 bulan ke depan dimulai pada masa april. Ada perbedaan batasan nominal restitusi yang diberikan kepada PKP Eksportir dan PKP Non Eksportir. Untuk PKP yang bertindak sebagai eksportir tidak ada batasan nominal PPN yang akan dilakukan restitusi sedangkan untuk PKP Non Eksportir diberikan percepatan restitusi dengan nilai paling banyak 5 miliar rupiah. PKP Eksportir juga mendapatkan fasilitas yang tak terbatas dalam pengajuan restitusi kali ini. Hal itu disesuaikan dengan penerapan tarif PPN yang selama ini diberikan oleh para eksportir. Bagi PKP yang masuk ke dalam klasifikasi yang mendapatkan insentif pajak untuk tidak perlu mengajukan permohonan penetapan PKP beresiko rendah ke KPP terdaftar.

Bantuan masyarakat terdampak pandemi dikelola oleh Kementerian Sosial dengan aturan tertuang dalam Keputusan Menteri Republik Indonesia Nomor 54/HUK//2020 yang menysasar masyarakat kelas menengah ke bawah. Adapun bantuan diwujudkan bahan makanan dan bantuan tunai. Penerima bantuan uang tunai disalurkan dengan mekanisme transfer pada rekening penerima bantuan untuk mencegah kerumunan saat pembagian serta menghindari adanya pungutan liar oleh pihak tertentu. Bantuan uang tunai ini diberikan pada kalangan masyarakat non-karyawan dengan bantuan uang tunai Rp 600.000 selama 3 bulan yang diberikan dalam satu kali pembayaran.

Listrik gratis juga merupakan insentif yang diberikan oleh pemerintah melalui PT. PLN Persero yang diberikan pada masyarakat dan UMKM atau industri kecil. Adapun mekanisme pemberian insentif adalah bagi masyarakat yang terdaftar sebagai pelanggan PLN dengan kategori daya 450 VA sampai 900 VA. Insentif berupa pembayaran listrik gratis diberikan pada tahun 2020 dan insentif pembayaran 50% pada tahun 2021. Hal ini menjadi krusial karena kebutuhan listrik akan meningkat seiring dengan pembatasan aktivitas diluar rumah, misalnya bagi anak usia sekolah dan pekerja yang melakukan *school from home* (SFH) dan *work from home* (WFH). Selain itu, dasar pemberian insentif bagi kelompok masyarakat adalah dengan menggunakan daya yang terpasang karenan umumnya rumah tangga dengan tingkat daya tertentu mengindikasikan tidak banyak peralatan elektronik yang dimiliki, atau dengan kata lain tidak termasuk dalam kategori rumah tangga kaya. PLN mengklaim penyaluran stimulus listrik mencapai 24,23 triliun rupiah selama pandemi.

Subsidi atau bantuan pemerintah bagi mahasiswa terdampak pandemi juga disediakan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Kemendikbudristek). Kementerian mengalokasikan anggaran sebesar 745 miliar rupiah untuk implementasi kebijakan bantuan UKT bagi mahasiswa yang terdampak pandemi Covid-19. Masyarakat yang terdampak pandemi

memiliki keterbatasan untuk melanjutkan studi putra/putrinya di jenjang kuliah. Bantuan ini diharapkan dapat mengurangi angka putus kuliah yang mungkin terjadi. Mahasiswa dapat langsung mendaftarkan diri ke pimpinan Perguruan Tinggi masing-masing kemudian pimpinan Perguruan Tinggi mengajukan penerima bantuan UKT ke Kemendikbudristek.

Program kebijakan subsidi oleh pemerintah adalah strategi dalam upaya pemulihan ekonomi negara Indonesia akibat pandemi. Berbagai kebijakan ini terbukti dapat mengurangi dampak pandemi, pada tahun 2021 pertumbuhan ekonomi Indonesia mencapai 3.69% setelah berkontraksi 2.07% pada tahun 2020. Meski begitu, tulisan ini tidak mendiskusikan lebih lanjut mengenai ketepatan program kebijakan kepada kelompok sasaran.

BIODATA PENULIS

Penulis adalah karyawan swasta pada sebuah perusahaan modal asing (PMA) yang berada di Kawasan Industri Kendal dan juga tercatat sebagai mahasiswa S2 Magister Akuntansi Universitas Katolik Soegijapranata semester 2.

STRATEGI DAN INOVASI BISNIS DI PASCA PANDEMI APAKAH SEBUAH KEHARUSAN?

Dr. Widuri Kurniasari, Msi

widuri@unika.ac.id

SEKILAS PANDANG KONDISI EKONOMI

Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati menyampaikan bahwa asumsi pertumbuhan ekonomi pada tahun 2023 berada pada rentang 5,3 persen hingga 5,9 persen. Hal ini merupakan kabar yang agak melegakan, karena pertumbuhan ekonomi di tahun 2021 sebesar 3,7 persen dan di trimester I tahun 2022 sebesar 5,01 persen (yoy). Namun yang harus diwaspadai adalah pelambatan ekonomi global akibat konflik Ukraina dan Rusia. Merujuk pada siaran pers Bank Indonesia pada bulan Juni lalu, dikatakan bahwa Kenaikan suku bunga kebijakan secara global di tengah ekonomi yang baru pulih tetap memiliki keyakinan yang kuat atas terjaganya stabilitas makroekonomi dan prospek ekonomi jangka menengah Indonesia. Hal ini diperkuat dengan kebijakan yang diambil oleh pemerintah dan Bank Indonesia antara lain dengan menurunkan defisit fiskal dibawah 3 persen pada tahun 2023, mengalokasikan subsidi yang lebih tinggi untuk menajada daya beli masyarakat, pembiayaan defisit fiskal melalui surat berharga Pemerintah.

Asumsi pertumbuhan Indonesia ini tentu saja menjadi semangat baru karena pandemi yang sudah terjadi sejak akhir tahun 2019 dan sudah berjalan hampir 2 tahun lamanya, Kondisi pandemi 2 tahun terakhir ini mengakibatkan penurunan kesejahteraan masyarakat akibat dari kehilangan pekerjaan, menurunnya pendapatan usaha terutama usaha kecil menengah. Karena seperti kita ketahui bersama sektor usaha mikro, kecil, dan menengahlah yang paling terasa karena efek dari pandemi. Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1 persen. Hal ini sangat berdampak pada perekonomian nasional. Lantas apa yang bisa dilakukan oleh pelaku usaha supaya bisa tetap bertahan dan bahkan mengembangkan bisnisnya?

STRATEGI DAN INOVASI BISNIS

Kalau kita berbicara mengenai pandemi, maka sebenarnya banyak peluang yang tersedia. Peluang yang ada tidak lepas dari trend yang berkembang di masyarakat saat ini. Bisnis yang sedang digemari saat ini seperti di bidang makanan dan minuman, layanan pesan antar, *dropshipper*, kursus online, *content creator* dan lain sebagainya. Apakah diperlukan strategi bisnis dalam era new normal?. Pekerjaan rumah pelaku usaha adalah mempertahankan dan meningkatkan bisnis yang baru atau yang sudah ada. Disinilah kita memerlukan yang namanya strategi. Strategi apa saja yang bisa kita lakukan supaya dapat mempertahankan bisnis di masa tidak normal saat ini. Strategi bisnis penting, karena strategi

bisnis akan berperan sebagai suatu pedoman dalam pengambilan keputusan-keputusan oleh pelaku bisnis. Keputusan bisnis yang diambil harus sesuai tujuan bisnis itu sendiri. Dengan strategi bisnis yang jelas maka diharapkan pelaku bisnis dapat melakukan pengawasan, pengendalian serta melakukan evaluasi pencapaian bisnis melalui strategi yang digunakan.

Mengurangi pengeluaran dengan menambah omset penjualan. Strategi apa yang harus dilakukan? Langkah yang bisa ditempuh adalah promosi dan *branding*, tidak lagi dilakukan dengan cara konvensional, namun bisa menggunakan platform media sosial dengan biaya rendah seperti instagram, tiktok, facebook, Line dan lain sebagainya. Dengan mengalihkan penjualan *offline* menjadi penjualan *online*. Pengalihan penjualan ini harus didukung juga dengan pemilihan media dan model promosi yang menarik. Pilihan penggunaan media online diantaranya dengan menggunakan *website* toko *online*, *marketplace*, ataupun media sosial. Hal yang harus dilakukan adalah jangan malas untuk mempelajari setiap sistem pada *platform* jual beli yang akan digunakan. Mempertahankan kualitas produk, penekanan biaya bukan berarti menurunkan kualitas produk, media promosi, media jualan bisa berubah namun kualitas produk harus dipertahankan. Meningkatkan layanan kepada konsumen, alternatif yang dipilih adalah bisa menggunakan layanan pesan, dengan membebaskan biaya kirim ke konsumen sehingga tidak menambah biaya operasional pelaku usaha.

Pilih *platform* media sosial dan *market place* yang sesuai. Setiap *platform* jualan *online* pasti memiliki

kelebihan dan kekurangannya sendiri. Oleh karena itu, diperlukan sikap bijak dalam memilih *platform* yang akan digunakan untuk berjualan *online*. Salah satu hal yang harus dipertimbangkan dalam menentukan media sosial yang digunakan adalah memperhatikan target bisnis yang kita lakukan, apakah target bisnis kita adalah ibu rumah tangga, anak muda, keluarga, dan seterusnya. Karena media sosial yang kita gunakan akan berdampak pada penjualan kita. Dalam pemilihan *platform* media sosial ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan seperti tujuan yang diharapkan dari penggunaan media sosial, apakah sebagai pengenalan produk, apakah sebagai brand awareness, apakah sebagai sarana menjalin komunikasi dengan konsumen. Ketika sudah menetapkan tujuan dari penggunaan platform media sosial maka pelaku bisnis harus bisa membedakan kegunaan dari setiap platform media sosial yang ada. Misalkan, penggunaan Instagram, maka yang harus diperhatikan adalah frekuensi dalam mengunggah foto, membuat unggahan yang estetik, penentuan *hashtag*, penggunaan akun bisnis bukan lagi akun pribadi. Hal ini tidak bisa digunakan jika menggunakan facebook atau line atau youtube, karena masing-masing mempunyai kekhasan sendiri-sendiri. Jika sudah mengetahui target platform media sosial dan kegunaannya maka yang tidak kalah pentingnya adalah lakukan identifikasi platform media sosial yang sering digunakan oleh target pasar. Dan yang terpenting kreatifitas dalam membuat konten dan lakukan evaluasi untuk mengukur capaian dari strategi yang dipilih.

Lakukan inovasi bisnis, inovasi perlu dilakukan untuk mempertahankan dan menambah omset

penjualan. Mengapa inovasi bisnis perlu dilakukan? Inovasi bisnis menjadi hal penting karena perlu untuk menambah konsumen, bersaing dengan pelaku bisnis yang lain, mengembangkan bisnis itu sendiri, dan yang terpenting adalah *brand awarness*. Namun yang perlu diperhatikan sebelum melakukan inovasi bisnis adalah pahami dan kenali dulu pasar, produk atau jasa apa yang saat ini diperlukan oleh konsumen. Inovasi bisnis bisa dilakukan dengan banyak cara, misalnya dengan inovasi model layanan dari yang *dine in* menjadi layanan pesan, inovasi teknologi, inovasi produk, sampai dengan inovasi pemasaran. Ada tiga tahapan yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis sebelum melakukan inovasi, tahap pertama kenali dan pahami masyarakat, kedua ikuti trend yang ada, dan ketiga adalah ciptakan produk dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Namun yang juga harus diperhatikan adalah selama melakukan inovasi dipertimbangkan dengan bijak biaya yang muncul terkait inovasi yang dilakukan, jangan sampai biaya inovasi malah membebani bisnis. Oleh karena pengelolaan biaya menjadi hal yang tidak boleh ditinggalkan.

Perbaharui secara terus menerus strategi bisnis yang digunakan. Jangan hanya menggunakan satu strategi bisnis, jangan hanya menggunakan satu platform atau media sosial, namun sesuaikan secara terus menerus dengan mempertahankan perubahan kondisi lingkungan bisnis yang ada dan tren apa yang sedang terjadi. Dengan mengikuti tren yang terjadi menjadi salah satu cara untuk menentukan strategi yang tepat yang akan dipilih. Dengan strategi dan inovasi bisnis yang tepat sangat diperlukan untuk bertahan dalam kondisi yang tidak normal ini,

pemanfaatan teknologi, peningkatan media sosial dalam pemasaran, memberikan layanan terbaik untuk konsumen diharapkan dapat membantu para pelaku usaha skala rumah tangga dan mikro untuk dapat meningkatkan omset penjualan dan berkembang ke arah yang lebih baik.

BIODATA PENULIS

Penulis adalah dosen tetap Program Studi Manajemen, dengan peminatan pada bidang Valuasi Bisnis, Manajemen Keuangan, dan Pengembangan Usaha Mikro, Menengah, dan Kecil

KEMBANGKAN SEKTOR INDUSTRI KREATIF UNTUK MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI

Fransiska Natalia Pertiwi

20D10083@student.unika.ac.id

Industri kreatif adalah industry kegiatan ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Menurut Howkins, Ekonomi Kreatif sendiri terdiri dari arsitektur, seni, periklanan, desain, kerajinan, fashion, film, musik, seni pertunjukkan, penelitian dan pengembangan, penerbitan, perangkat lunak, mainan dan permainan, televisi dan radio, dan permainan video. Dalam proses meningkatkan pertumbuhan ekonomi, terdapat banyak sekali cara/metode dari berbagai sektor, salah satunya ialah pada sektor industri kreatif. Sektor industri kreatif ini mungkin sempat atau tak jarang sering di pandang sebelah mata dan diragukan kualitasnya. Namun, justru melalui sektor industri kreatif, dapat menjadi salah satu kunci bagi pemulihan ekonomi yang sebelumnya menurun karena dampak pandemi Covid-19. Terdapat banyak manfaat dari sektor industri kreatif diantaranya: pertama, untuk meningkatkan perekonomian nasional karena tersedianya banyak sarana/*platform* sehingga banyak masyarakat yang juga turut berpartisipasi dalam industri kreatif; kedua,

melalui banyaknya sarana/*platform* yang ada diharapkan para pelaku industri kreatif dapat terus menumbuhkan ide-ide kreatif dan juga terus untuk berinovasi tentunya dengan menghasilkan hasil-hasil yang positif; ketiga, industri kreatif ini dapat memaksimalkan usia produktif dari para pelaku industri kreatif agar dapat bekerja berdasarkan minat dan bakat yang dimiliki oleh masing-masing.

Terdapat banyak subsektor yang dapat dilakukan pada sektor industri kreatif, antara lain sebagai contoh acara musik Java Jazz Festival 2022 yang digelar di JIExpo Kemayoran, Jakarta Pusat pada Jumat, 27 Mei 2022 yang lalu. Diselenggarakannya kembali banyak acara musik pasca pandemi dua tahun ke belakang ini juga menjadi salah satu cara untuk peningkatan ekonomi. Juga di samping itu tetap memperhatikan protokol kesehatan ketika hendak menonton konser. Tak hanya dalam bidang hiburan saja. Industri kreatif juga mengepakkan sayapnya dengan berkiprah pada Paris Fashion Week pada 6 Maret 2022 yang lalu. Dalam acara tersebut, ada dua *brand* di Indonesia juga turut berpartisipasi diantaranya: Pertama, Jewel Rock, di mana Jewel Rock ini merupakan *brand* aksesoris bahan material unik yang berasal dari Bali, Indonesia. Adapun ilustrasi yang ditampilkan dalam aksesoris yang dimiliki oleh Imelda Widjaja ini menampilkan dari sisi kehidupan harmonis, damai, dan menyenangkan yang ada di Bali. Dalam menjalankan usaha

miliknya, Imelda bekerja sama dengan beberapa pengrajin seperti pengrajin manik kaca, pengrajin resin, pengrajin perak, dan pembuat warna natural yang berada di Bali, Bandung, dan Jawa Timur. Dalam rangka partisipasinya di Paris Fashion Week ini, Imelda sudah menyiapkan 10 desain baru yang belum diluncurkan di Indonesia. Kedua, Sean Sheila, di mana Sean Sheila merupakan sebuah *brand* yang bergerak di bidang *fashion* dengan dedikasinya untuk memberdayakan para perempuan. Dalam partisipasinya di Paris Fashion Week, Sean Sheila juga menampilkan koleksi yang terdiri dari 23 *look*. Adapun koleksi yang ditampilkan tersebut terinspirasi dari film *Annihilation*. Partisipasi kedua *brand* tersebut dalam perhelatan Paris Fashion Week 2022 ini menjadi titik terang bagi pemulihan ekonomi nasional yang sempat terpuruk dua tahun ke belakang. Menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) Sandiaga Uno juga mengungkapkan bahwa terdapat tiga subsektor dari ekonomi kreatif yang menjadi penyumbang terbesar pada produk domestik bruto (PDB) nasional diantaranya kuliner, fashion, dan kriya dengan kisaran 75%. Selain itu, berdasarkan data dari *focus economic outlook 2020*, sektor ekonomi kreatif menyumbang lebih dari Rp 1.100 triliun terhadap PDB Indonesia pada tahun 2020.

Salah satu subsektor industri kreatif yang bertahan pada masa pandemi ialah produk kriya. Produk kriya termasuk menjadi salah satu subsektor yang masih dapat

bertahan menghadapi dampak dari pandemi Covid-19. Yang membuat produk kriya ini dapat bertahan yaitu karena selama pandemi segala aktivitas mulai dari belajar mengajar, bekerja, dan aktivitas lain di lakukan di rumah saja lantas membuat banyak orang menjadi jenuh dan mencari aktivitas lain yaitu dengan menghias rumah mereka masing-masing dengan pernik-pernik dari produk kriya ini menjadi salah satunya. Semula pemasaran produk kriya hanya melalui konvensional akan tetapi semenjak adanya pandemi tidak menjadi hambatan bagi para pelaku industri kreatif produk kriya untuk memasarkan produknya secara daring dalam menjangkau pasar. Banyak upaya yang dilakukan oleh subsektor produk kriya untuk bangkit dari keterpurukan selama pandemi diantaranya adanya dukungan dari pemerintah. Dukungan dari pemerintah yaitu salah satunya dengan mengadakan sebuah kelas pemasaran digital. Tujuannya adalah agar para pelaku ekonomi kreatif produk kriya dapat bertahan selama pandemi terkait dengan bagaimana para pelaku ekonomi kreatif dapat belajar bagaimana menghadapi perubahan perilaku konsumen, bagaimana cara dalam membangun *branding* di dunia digital terlebih selama pandemi yang juga berdampak pada perubahan pola pikir konsumen dalam berbelanja, bagaimana pemasaran di dunia digital dapat dikembangkan, bagaimana sebuah rencana bisnis digital dapat dikembangkan, dan bagaimana cara yang dilakukan untuk mendatangkan penjualan.

Selain dari produk-produk lokal yang turut dalam perhelatan di kancah internasional. Industri kreatif juga dimanfaatkan dengan maksimal diantaranya seperti menjadi *content creator*. *Content creator* ini merupakan sebuah pekerjaan dengan menciptakan karya dengan memanfaatkan *platform* media sosial saat ini seperti, instagram, tiktok, youtube dan masih banyak *platform* lainnya. Adapun contoh dari seorang *content creator* yaitu *content creator* makeup, vlog, dan lain sebagainya. Melalui media sosial dapat menjadi peluang bagi para pelaku industri kreatif untuk mengembangkan minat dan bakat mereka. Selain dapat menjadi seorang *content creator*, para pelaku industri kreatif dapat juga membuat sebuah startup atau yang biasa disebut sebuah perusahaan rintisan yang memanfaatkan teknologi yang ada sekarang ini. Berawal dari sebuah kebutuhan yang dibutuhkan oleh banyak masyarakat atau berdasarkan kondisi/situasi yang sedang dihadapi, para pelaku industri kreatif dapat memanfaatkan hal-hal tersebut sebagai sebuah peluang untuk menciptakan perusahaan startup. Contoh dari perusahaan besar yang semula adalah perusahaan rintisan diantaranya seperti, Gojek, Tokopedia, dan lain sebagainya. Selain itu, terdapat juga konser musik. Konser musik ini memang cukup banyak diminati oleh sebagian masyarakat khususnya para generasi muda. Dengan banyaknya antusiasme para generasi muda terhadap konser musik dapat menjadi sebuah kesempatan bagi para pelaku

ekonomi kreatif. Konser musik yang diadakan tentunya harus terdapat sisi positif didalamnya dengan tidak hanya mengutamakan kesenangan semata menonton konser. Konser musik yang diadakan ini cukup banyak melibatkan orang diantaranya seperti artis dan jumlah artis yang akan diundang dalam konser musik tersebut, *event organizer*, banyaknya tim dengan divisi dan *jobdesk* yang berbeda-beda yang terlibat dalam proses persiapan konser musik, dan lain sebagainya.

Pesatnya perkembangan di sektor ekonomi kreatif diharapkan dapat terus membantu pertumbuhan ekonomi semakin hari semakin membaik. Melihat semakin tumbuhnya sektor industri kreatif membuktikan bahwa produk-produk lokal yang ada di Indonesia juga mampu bersaing di kancah internasional. Di samping itu, para pelaku ekonomi kreatif juga diharapkan mampu untuk terus berinovasi agar industri kreatif senantiasa maju.

BIODATA PENULIS

Fransiska Natalia Pertiwi merupakan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata angkatan tahun 2020.

REFERENSI

- Hidayat, Feriawan. 2022. Catat! Hanya Dua Brand Indonesia yang Resmi Diundang Paris Fashion Week, (<https://www.beritasatu.com/lifestyle/900425/catat-hanya-dua-brand-indonesia-yang-resmi-diundang-paris-fashion-week/?view=all>), diakses pada 2 Juli 2022.
- Herman, Feri. 2022. Sandiaga: Tiga Subsektor Ekonomi Kreatif Penyumbang PDB Terbesar, (<https://www.beritasatu.com/ekonomi/882269/sandiaga-tiga-subsektor-ekonomi-kreatif-penyumbang-pdb-terbesar>), diakses pada 3 Juli 2022.
- Kememparekraf. 2021. Produk Kriya Bertahan di Tengah Pandemi, (<https://kememparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Produk-Kriya-Bertahan-di-Tengah-Pandemi>), di akses pada 3 Juli 2022.
- Nita, Dian. 2022. Jadwal Java Jazz Festival 2022 yang Digelar 3 hari di Jakarta, Tampilkan Fiersa Besari hingga Afgan, (<https://www.kompas.tv/article/293032/jadwal-java-jazz-festival-2022-yang-digelar-3-hari-di-jakarta-tampilkan-fiersa-besari-hingga-afgan>), diakses pada 2 Juli 2022.
- Sampoerna University. 2022. Industri Kreatif: Pengertian, Manfaat, dan Contohnya,

(<https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/industri-kreatif-adalah/>), diakses pada 3 Juli 2022.

Wikipedia. 2022. Industri Kreatif, (https://id.wikipedia.org/wiki/Industri_kreatif), diakses pada 2 Juli 2022.

STRATEGI UMKM MEMASUKI KONDISI NORMAL

B. Junianto Wibowo

yunianto@unika.ac.id

Pandemi Covid 19 yang melanda berbagai daerah di Indonesia dan menyebabkan banyak korban telah mendorong Pemerintah melakukan pembatasan kegiatan masyarakat. Kebijakan itu berdampak terhadap penurunan segala aktivitas sosial ekonomi, yang ditandai antara lain dengan penurunan omzet dan pendapatan bersih sektor usaha.

Fenomena tersebut juga dialami sektor UMKM, yang ditunjukkan dengan penurunan pendapatan sebesar 56,31% dan penurunan aset sebesar 16,01%. Namun, sebaliknya, hutang UMKM justru meningkat sebesar 7,50% (Kantor Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah Propinsi Jawa Tengah, 2022).

Kini, sejak Pemerintah memperlonggar aktivitas sosial masyarakat, geliat usaha sudah mulai nampak kembali.. Hal itu menandakan bahwa para pelaku usaha, termasuk sektor UMKM kembali leluasa dalam menjalankan aktivitas usahanya. Dengan demikian, melalui kebijakan pemerintah tersebut, diharapkan

Omzet penjualan dan aset usaha akan meningkat kembali. Dilain sisi hutang usaha akan menurun.

Menyikapi hal itu, maka para pelaku UMKM perlu menerapkan strategi dalam menjalankan aktivitas usahanya supaya kondisinya dapat pulih seperti semula.

PEMASARAN *DIGITAL*

Pemasaran digital sebagai pengganti pemasaran konvensional sudah saatnya diterapkan kesemua usaha UMKM. Alasannya karena melalui pemasaran digital, pelaku UMKM akan mudah dalam menyampaikan informasi secara langsung kepada konsumen. Selain itu, dengan strategi ini, UMKM juga dapat memperluas pangsa pasar serta menyadarkan konsumen untuk tetap membeli produk UMKM. (Febriyantoro dan Arisandi, 2018). Hal itu mengingat pemasaran digital memiliki beberapa kelebihan, yaitu kecepatan penyebaran, kemudahan dalam evaluasi, jangkauan wilayah lebih luas, efisien dan efektif, serta terbangunnya merk usaha dengan baik (Rabbani, 2021). Strateginya, antara lain penggunaan akun Google Business, yang memudahkan orang dalam menemukan alamat toko penjualan barang dan jasa di laman Google. Mempromosikan barang dan jasa melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook. Konten yang ditampilkan dalam promosi dapat berupa foto, teks maupun video yang memudahkan orang untuk mengetahui secara detail produk dan jasa yang ditawarkan sehingga dapat

meningkatkan brand awareness. Selain itu, penggunaan website untuk mempercepat pembeli dalam bertransaksi dengan UMKM selama 24 jam perlu dilakukan. Upaya ini harus diikuti dengan pengiriman barang yang dipesan pada hari berikutnya, baik secara langsung atau melalui online. Pemberitahuan status dan proses pengiriman barang, promosi, pemberian voucher maupun ucapan selamat melalui email marketing juga perlu dibiasakan agar pelanggan loyal terhadap merk produk UMKM. (Nanda, 2021)

SIKAP KREATIF DAN INOVATIF

Kreatif dan Inovatif merupakan dua hal yang berbeda. Kreatif menyangkut sesuatu hal baru yang berbeda dengan sebelumnya. Sedangkan, inovatif merupakan penggunaan sesuatu hal yang sudah ada namun dimodifikasi dengan kemampuan yang dimiliki sehingga hasilnya berbeda. (Nandy, 2021). Dengan kata lain, inovatif berkaitan dengan bagaimana cara mengimplementasikan kreativitas.

Sikap kreatif yang dimiliki pelaku UMKM ditunjukkan dengan daya imajinasi tinggi, yaitu imajinasi mengenai berbagai hal yang bersifat positif. Selain itu, pelaku juga menyukai tantangan dalam menyelesaikan berbagai persoalan, mudah beradaptasi dengan lingkungan baru serta berkeinginan mencoba hal baru untuk mengasah kemampuan berpikir. Sementara, sikap inovatif

yang harus dimiliki pelaku UMKM ditunjukkan dengan pemikiran ke masa depan, yaitu sebagai suatu persiapan matang dalam memperbaharui suatu hal guna meminimalkan resiko kegagalan. Sikap demikian diikuti dengan keinginan untuk mempelajari sesuatu yang akan diperbaharui maupun kemauan untuk menerima perubahan sebagai sesuatu yang harus diterima dengan baik. Sikap inovatif lainnya adalah kemampuan untuk menerapkan ide-ide atau gagasan istimewa dalam menjalankan aktivitas usahanya. Melalui sikap kreatif dan inovatif, pelaku UMKM akan mampu menghasilkan sesuatu hal baru untuk mengembangkan usahanya. Misalnya, produk yang ditawarkan lebih spesifik dan berbeda dengan produk sejenis yang ditawarkan pesaing. Hal itu dapat ditemui pada produk kuliner seperti tahu isi rebung, ketela keju, martabak Bandung rasa daun Pandan. Kedepannya, kemungkinan dapat dihasilkan tahu isi daging sapi, ketela susu, martabak Bandung rasa Nanas, dsbnya. Namun, hal itu harus didahului dengan uji coba pasar guna mengetahui sejauh mana respon konsumen atas inovasi produk. Dari sisi manajemen, perlu adanya manajemen yang mengedepankan kebersamaan. Artinya pelaku UMKM selalu melibatkan karyawan secara terus menerus dalam pengambilan keputusan terkait dengan fungsi manajemen, terutama dalam perencanaan, koordinasi, maupun pengawasan. Alasannya, berbagai masukan dari karyawan dengan mengingat keterbatasan

pelaku UMKM sangat bermanfaat dalam menghasilkan keputusan yang tepat. Sementara, dalam keuangan, perlu adanya penguasaan literasi keuangan agar pelaku UMKM memiliki pengetahuan, ketrampilan serta keyakinan keuangan, sehingga diharapkan sebagian besar diantaranya akan dapat mengelola keuangan usaha secara efektif. (Soetiono dan Setiawan, 2018). Misalnya, penggunaan ATM dalam menyelesaikan transaksi dengan konsumen, supplier maupun dengan pihak lain yang terkait. Selain itu, para UMKM juga dapat menggunakan berbagai produk dan jasa keuangan, penggantian nomor pin Kartu ATM, sehingga dapat mendukung kelancaran usahanya.

HUBUNGAN BAIK DENGAN PELANGGAN DAN SUPPLIER

Selama Pandemi Covid 19, banyak sektor UMKM mengalami penurunan pelanggan. Kondisi ini perlu diatasi melalui berbagai upaya untuk membangun hubungan baik dengan pelanggan supaya tetap setia terhadap produk dan jasa UMKM (Nanda, 2020). *Pertama*, Memenuhi harapan pelanggan agar tidak kecewa dan tetap membeli produk maupun jasa UMKM. Misalnya, ketika produk mengalami kerusakan, maka segera dilakukan perbaikan dengan baik. Demikian juga, pelaku UMKM harus dapat memberikan pelayanan purna jual maupun pelayanan lainnya secara optimal. *Kedua*, Penghargaan terhadap pelanggan lama. Penghargaan dapat berupa pemberian diskon maupun

koin, yang dapat ditukar dengan hadiah. *Ketiga*, Komunikasi dua arah dengan pelanggan dalam menanggapi keluhan. Setiap keluhan harus direspon dengan cepat dan dapat diselesaikan sesuai keinginan pelanggan. *Keempat*, *Feedback* dari pelanggan, yaitu menerima kritikan maupun saran dari pelanggan guna perbaikan produk. *Feedback* dapat berupa ulasan atau hasil survei konsumen, baik melalui *online* atau *offline*. Nantinya, *feedback* dapat dipergunakan untuk memperbaiki produk maupun layanan di masa mendatang. *Kelima*, aktif di Media Sosial, baik melalui instagram, facebook maupun twitter untuk melakukan komunikasi aktif dengan pelanggan sehingga terjadi ikatan emosional. *Keenam*, Selalu menepati janji agar pelanggan tidak kecewa. *Ketujuh*, Mengatasi permasalahan pelanggan dengan tepat. *Kedelapan*, Menguasai pengetahuan mengenai produk yang ditawarkan (*Product Knowledge*) supaya pelanggan menjadi percaya terhadap usaha UMKM terutama ketika ingin tahu lebih jauh mengenai produk yang ditawarkan. *Kesembilan*, Kontak dengan pelanggan untuk memudahkan dalam menghubunginya. Berkaitan dengan hal itu, pelaku UMKM harus memiliki nomor telpon maupun alamat pasti pelanggan. *Kesepuluh*, Membentuk komunitas dengan pelanggan. Pembentukan itu dimaksudkan agar dapat dipergunakan sebagai wadah untuk berinteraksi, maupun melakukan kegiatan dengan pelanggan. Selain itu, melalui

wadah tersebut akan secara mudah diketahui kebutuhan maupun karakteristik pelanggan. Bahkan, pelaku UMKM dapat mempromosikan barang dan jasa kepada pelanggan secara efektif. (STIE Bank, Business & Banking School, 2019).

Untuk mendukung kelancaran bisnis, terutama dalam pengadaan barang, perlu dibangun hubungan baik dengan supplier. Upaya yang dapat dilakukan antara lain (Jatiardi F, 2018). *Pertama*, Pembayaran kepada supplier dilakukan dengan tepat waktu. Kebiasaan ini dapat menyebabkan supplier akan menghargai pelaku UMKM dengan baik. Lebih dari itu, pelaku UMKM juga dapat dimasukkan ke dalam daftar pelanggan khusus, sehingga kepentingan pelaku UMKM tersebut akan lebih diutamakan dari pelanggan lainnya. *Kedua*, Memperlakukan supplier bukan sebatas *Vendor*, namun seperti teman yang sering diajak berkomunikasi dan diskusi mengenai berbagai hal tentang bisnis yang dapat melahirkan kerjasama. *Ketiga*, Membuat *agreement* secara detail agar supaya kepentingan pelaku UMKM dan supplier menjadi aman. *Agreement* dilakukan secara tertulis supaya komunikasi dengan supplier lebih lancar dan jelas terkait dengan penyediaan barang dan pembayarannya. *Keempat*, Menyeimbangkan antara harga dan nilai, yaitu harga barang yang murah dengan pelayanan prima dari supplier agar barang selalu tersedia tepat waktu. *Kelima*, Memperlakukan supplier sebagai *partnership* dengan

memastikan bahwa kepentingan dan harapan kedua belah pihak selalu terpenuhi.

RESCHEDULING HUTANG

Hutang yang selama ini banyak dipergunakan untuk membiayai UMKM perlu di *Rescheduling*. *Rescheduling* hutang dimaksudkan agar beban pelaku UMKM menjadi ringan dalam membayar angsuran hutang. Strategi tersebut juga dilakukan bersamaan dengan penambahan hutang yang diajukan untuk mendukung pengembangan usahanya. *Rescheduling* hutang bisa dilakukan dengan lembaga keuangan yang sama atau bisa juga dengan lembaga keuangan lainnya. Yang penting jangka waktu menjadi lebih lama, bunga dan biaya administrasi maupun agunan yang ringan. Sekarang, banyak lembaga keuangan seperti perbankan yang menawarkan kredit usaha untuk sektor UMKM dengan persyaratan dan biaya ringan, terutama BRI, BPR dan bank pemerintah lainnya. Bahkan, lembaga keuangan bukan perbankan seperti koperasi, paguyuban di tingkat RT dan RW juga menawarkan kredit usaha untuk UMKM dengan bunga sangat rendah dan tanpa agunan.

Kesemuanya itu dapat terlaksana dengan baik apabila terlebih dahulu terdapat kesiapan yang matang dari para pelaku UMKM. Kesiapan itu bisa dilakukan melalui penguasaan pengetahuan dan ketrampilan penggunaan internet serta kemauan dalam menggali maupun

mengembangkan sikap kreatif dan inovatif. Dilain sisi, pelaku UMKM harus memiliki niat untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan maupun supplier. Disamping itu, pelaku juga harus mencari secara aktif sumber dana yang terdapat di tengah masyarakat.

BIODATA PENULIS

Drs. B. Junianto Wibowo, MBM merupakan Dosen Tetap Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Soegijapranata. Penulis mengenyam pendidikan S1 Ekonomi Perusahaan (Manajemen) dari Universitas Diponegoro dan pendidikan S2 Master of Management dari University of The Philippines at Los Banos

REFERENSI

- Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah Propinsi Jawa Tengah (2022), *Statistik Ekonomi UMKM Dampak Covid – 19*. Dikutip dari <https://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/dampakcovid/pemetaan/statistic>
- Jatiardi, Mohamad. (2018). *Ingin Sukses Berbisnis? Bina Hubungan Baik Dengan Suplier Anda*. Dikutip dari <http://temanbisnisapp.com/inspirasi/ingin-sukses-berbisnis-bina-hubungan-baik-dengan-supplier-anda/>
- Nanda Salsabila. (2021). *Cara Menerapkan Digital Marketing untuk UMKM*. Dikutip dari <https://blog.skillacademy.com/cara-menerapkan-digital-marketing-untuk-umkm>
- Nandy, (2021). *Berpikir Kreatif dan Inovatif, Kenali Perbedaannya*. Dikutib dari <https://www.gramedia.com/best-seller/berpikir-kreatif-dan-inovatif/>
- Rabbani Alethera, (2021). *Pengertian Digital Marketing, Dimensi, Fungsi, Manfaat, Jenis, Kelebihan dan Kekurangannya*. Dikutib dari <https://www.Sosial79.com/2021/07/pengertian-digital-marketing-dimensi,btwl>
- Soetiono Kusumaningtuti S dan Setiawan Cecep. (2018). *Literasi dan Inklusi : Keuangan Indonesia*. Depok : Rajawali Pers.

STIEBBANK, Business & Banking School, (2019). *Tips Membangun Komunitas dengan Pelanggan*. Dikutib dari <http://www.stiebbank.ac.id/tips-membangun-komunitas-pelanggan.html>

Trio Muhamad Febriantoro dan Arisandi Debby. (2018). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Masyarakat Ekonomi Asean*. Jurnal Manajemen Dewantoro, Vol 1, No.2, Desember 2018. Hal 62-76

WARALABA SEBAGAI ALTERNATIF USAHA UNTUK PELAKU USAHA SKALA MIKRO DAN KECIL

Agustine Eva Maria Soekesi, SE., MM
evamaria@unika.ac.id

KEBERADAAN USAHA MIKRO DAN KECIL

Proporsi usaha mikro dan kecil di Indonesia mencapai 99,89% dengan proporsi penyerapan tenaga kerja sebesar 93,85%. Angka proporsi ini menunjukkan bahwa keberadaan usaha skala mikro dan kecil mampu memberi kontribusi terhadap masalah pengangguran. Memang masih sering ditemui berbagai permasalahan terkait dengan kemampuan manajerial secara umum yang mencakup literasi pengelolaan keuangan (termasuk pemisahan keuangan usaha dan pribadi), pemasaran karena keterbatasan kemampuan berpromosi dan membangun jaringan, maupun standarisasi produk sehingga produk tidak stabil. Selain itu keterbatasan modal menjadi masalah yang sering dikeluhkan para pelaku usaha skala ini, sehingga berbagai instansi relatif banyak memberikan bantuan dalam bentuk pinjaman lunak dengan jumlah dan persyaratan tertentu yang relatif mudah dipenuhi.

Namun demikian di sisi lain, berdasar hasil penelitian yang dilakukan penulis (2021), pada masa

pandemi covid 19 para pelaku usaha mikro dan kecil (UMK) ini relatif mampu beradaptasi sehingga usaha yang dijalani masih dapat bertahan. Hal ini karena cakupan sistem operasinya relatif terbatas sehingga lebih fleksibel menyikapi perubahan. Kemampuan ini juga didorong oleh kondisi di mana para pelaku UMK ini sebagian besar menjalankan usaha karena memiliki tujuan sebatas untuk dapat bertahan hidup dibandingkan usaha yang memenuhi kriteria produktif. Dorongan dari kondisi ini yang juga memberi pengaruh terhadap berbagai keterbatasan kemampuan sebagaimana telah disampaikan pada paragraf sebelumnya.

WARALABA SEBAGAI ALTERNATIF USAHA

Berbagai masalah yang terkait dengan keterbatasan manajerial dalam pengelolaan UMK sebagaimana disampaikan pada bagian sebelumnya, menyebabkan keberadaan UMK menjadi relatif sulit untuk berkembang. Pola pikir dalam menjalani usaha sebatas untuk memenuhi kebutuhan hidup dan bukan sebagai usaha produktif menyebabkan sistem operasi menjadi terbatas. Dari berbagai masalah dan kendala ini, waralaba (*franchise*) dapat menjadi salah satu alternatif agar pelaku UMK tetap dapat menjalankan usaha.

Waralaba skala mikro dan kecil hadir menjadi salah satu solusi karena memiliki sistem operasi, merek, dan mekanisme biaya yang secara umum relatif jelas dimuat

dalam persyaratan dan perjanjian. Bahkan dalam beberapa tahun terakhir mudah diakses seiring dengan perkembangan teknologi informasi baik aplikasi maupun jaringannya. Pelaku usaha yang ingin memiliki UMK dengan format waralaba ini tidak perlu lagi memikirkan format produk, proses produksi dan fasilitasnya (mesin dan peralatan), pengadaan bahan baku utama dan bahan baku pendukung, serta penetapan harga maupun pembiayaannya. Semua kebutuhan tersebut ditetapkan oleh pemilik utama usaha waralaba, yang selanjutnya dalam artikel ini disebut sebagai *franchisor*. Ini semua dimuat dalam karakteristik dan ketentuan yang saat ini relatif mudah diakses. Pembeli usaha ini (selanjutnya dalam artikel ini disebut sebagai *franchisee*) mendapatkan informasi tersebut yang kemudian dapat mempertimbangkan jika akan membeli usaha waralaba skala mikro dan kecil ini. Hal-hal teknis dan detail pada umumnya akan dimuat dalam perjanjian kesepakatan.

Dari banyak usaha waralaba skala mikro dan kecil, sebagian besar bergerak di bidang pangan (makanan dan minuman). Bidang usaha ini sejalan dengan preferensi para pelaku UMK karena usaha bidang pangan tersebut perputaran modal kerjanya relatif pendek, sehingga mudah dikelola dan keuntungan usaha juga diperoleh dalam rentang waktu relatif singkat. Dengan demikian keuntungan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Selain itu produk bidang pangan

juga memiliki repetisi pembelian yang cukup tinggi. Hal inilah yang menjadi temuan penulis pada penelitian tentang usaha waralaba skala mikro dan kecil (2014 dan 2015).

Para pelaku usaha waralaba skala mikro dan kecil bidang pangan tersebut memiliki persepsi tingkat repetisi pembelian produk pangan relatif tinggi karena bersifat habis pakai (konsumsi). Ada potensi yang cukup besar dari para pembeli (konsumen) untuk membeli lagi secara berulang-ulang. Hal ini tentu berbeda dengan produk yang konsumsinya untuk digunakan. Secara umum produk jenis ini dipersepsikan oleh para pelaku usaha tersebut tidak mudah dikelola karena konsumen akan membeli produk jika sudah tidak dapat digunakan lagi. Repetisi pembelian produk jenis ini relatif rendah, sehingga pelaku usaha harus selalu berusaha untuk mencari pasar baru.

Meskipun waralaba dapat menjadi alternatif solusi jenis usaha yang dapat dimiliki oleh *franchisee* skala mikro dan kecil, namun ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan. Hak dan kewajiban yang dimuat dalam perjanjian kesepakatan harus jelas baik dari sisi *franchisor* maupun *franchisee*. Sanksi atas tidak dipenuhinya kewajiban dan atau tidak didapatkannya hak sebagaimana seharusnya juga harus jelas dimuat dalam perjanjian. Hal ini penting agar tidak ada pihak yang dirugikan. Selain itu bagaimana layanan dan bantuan teknis dari *franchisor* jika

ada persoalan yang dihadapi *franchisee*. Sehingga usaha waralaba bukan hanya sebatas penjualan gerai, namun memang sebuah format usaha yang diharapkan dapat terus bertahan. Salah satu yang cukup kritis dari usaha waralaba skala mikro dan kecil bidang pangan ini adalah bagaimana keterlibatannya dalam memberikan pertimbangan pemilihan lokasi gerai. Lokasi seharusnya cukup strategis dalam arti relatif mudah diakses konsumen dan juga kondisi persaingan usaha di sekitarnya. Untuk jenis produk pangan yang tidak memerlukan gerai fisik khusus untuk penjualan karena penjualannya dikelola secara online, yang lebih banyak berkembang saat ini adalah produk beku (*frozen food*). Oleh karenanya pihak *franchisee* perlu memperhatikan beberapa aspek penting seperti umur simpan, ijin edar, kemasan, dan juga mekanisme pasokannya.

Berdasar hasil penelitian yang dilakukan penulis, meskipun tidak banyak, ada usaha waralaba skala mikro dan kecil bidang pangan yang dalam perjanjiannya memberikan hak kepada *franchisee* untuk mengembangkan produk setelah usaha berjalan beberapa tahun. Namun pengembangan produk tersebut masih memiliki keterkaitan erat dengan produk utamanya. Bentuk pengembangannya sebatas pada atribut produk seperti varian rasa, bentuk, dan ukuran. Jenis waralaba dengan perjanjian seperti tersebut dapat disikapi oleh *franchisee* untuk menghasilkan dan menyajikan produk

dengan tipologi strategi diferensiasi, di mana produk memiliki karakteristik pembeda yang menjadi keunggulannya. Dalam hal ini tentu saja pihak *franchisor* yang menilai dan memutuskan apakah pengembangan yang dilakukan *franchisee* dapat disetujui dan dilakukan.

Terkait dengan produk pangan pada usaha waralaba skala mikro dan kecil ini, dalam beberapa waktu terakhir ditawarkan produk yang memiliki siklus hidup (tren) relatif pendek. Dalam hal ini *franchisee* perlu berhati-hati untuk mengikuti tren tersebut. Dalam jangka waktu terbatas produk memang menarik dan banyak menarik minat konsumen. Namun demikian berikutnya tidak dapat bertahan lama karena konsumen mengalami kejenuhan karena munculnya produk baru maupun lingkungan yang tidak mendukung, misalnya cuaca. Dalam hal inilah para pelaku usaha skala mikro dan kecil perlu berhati-hati dengan mencermati durasi siklus hidup dan berbagai aspek yang mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung. Selain itu ilustrasi keuangan (potensi keuntungan dan pengembalian modal) juga perlu diperhatikan asumsinya. Ilustrasi akan menjadi obyektif jika disajikan dengan tiga kondisi: normal, pesimis, dan optimis yang disertai asumsinya. Dengan demikian pelaku usaha skala mikro dan kecil dapat memiliki pertimbangan yang lengkap sebelum memutuskan untuk menjadi *franchisee*.

Meskipun waralaba skala mikro dan kecil dapat menjadi salah satu alternatif format usaha bagi pelaku usaha yang memiliki keterbatasan pengetahuan mengelola usaha baik secara teknis maupun manajerial, namun perlu memperhatikan dan mempertimbangkan berbagai hal yang telah disampaikan sebagaimana tersebut di atas. Dengan demikian usaha waralaba yang dipilih dan dijalankan dapat bertahan, berkembang, dan dikelola secara produktif sehingga tidak hanya sebatas dikelola untuk memenuhi kebutuhan hidup.

BIODATA PENULIS

Penulis adalah staf pengajar pada Program Studi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata dengan bidang konsentrasi Manajemen Operasi dan Kewirausahaan. Beberapa penelitian dan pengabdian yang dilakukan dengan topik kedua bidang konsentrasi tersebut dipergunakan untuk memperkaya materi kuliah yang diampu.

EKSISTENSI DAN PERAN KOPERASI DALAM PEREKONOMIAN NASIONAL

Drs. Hudi Prawoto, MM

hudi@unika.ac.id

Koperasi sebagai salah satu pelaku usaha mempunyai peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Peran penting ini tertulis pada pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian bahwa fungsi dan peran Koperasi adalah : a. membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan pada masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya; b. berperan serta secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat ; c. memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai sokogurunya ; d. berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

Peran tersebut sejalan dengan pasal 33, ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 mengamanatkan bahwa perekonomian disusun

sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan. Makna yang terkandung dalam ayat ini sangat dalam yaitu sistem perekonomian nasional seharusnya dikembangkan secara kekeluargaan dan tidak condong pada persaingan dan bersifat individualistik.

Harapan akan peran strategis dari koperasi dalam tatanan perekonomian nasional masih jauh dari harapan. Hal ini bisa ditunjukkan dari pernyataan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Anak Agung Gede Ngurah Puspayoga dalam Sarasehan Perkoperasian Nasional di Kabupaten, Sukoharjo, Kamis 26 Juli 2018 telah mereformasi dengan membubarkan sekitar 50 ribu koperasi dari 200-an ribu koperasi di seluruh Indonesia. Dari 150 ribu koperasi yang betul-betul sehat hanya 80 ribu sisanya sekitar 75 ribu koperasi butuh dibina.

Dalam mereformasi koperasi, kata Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, memang dibutuhkan tiga hal, yakni re-orientasi, rehabilitasi dan pengembangan koperasi. Pembubaran koperasi yang tidak sehat merupakan bagian dari reorientasi koperasi, kemudian yang kurang sehat perlu direhabilitasi serta yang sehat didorong untuk berkembang lebih baik lagi.

Terdapat beberapa argumentasi mengapa koperasi harus ditumbuhkembangkan baik yang sehat maupun yang masih perlu dibina. Pertama, sebagaimana pemikiran yang dilontarkan oleh Bung Hatta yaitu pelaku usaha kecil yang jumlahnya banyak sebaiknya diwadahi dengan Koperasi.

Kedua, demografi penduduk dengan sebaran taraf hidup dan tingkat pendidikan yang relatif rendah mendominasi struktur kependudukan nasional menjadi persoalan yang tidak gampang pemecahannya, oleh karenanya dengan berkooperasi diharapkan bisa membantu mengatasi berbagai persoalan pelik bagi masyarakat kebanyakan tersebut.

Upaya untuk menumbuh kembangkan koperasi tidak hanya menjadi tugas pemerintah semata namun setiap anak bangsa dituntut peran aktifnya dalam upaya untuk ikut mengembangkannya. Masalahnya, solusi untuk menyelesaikan persoalan koperasi harus dilihat secara menyeluruh dan perlu keterlibatan semua pemangku kepentingan. Diantara upaya nyata yang bisa dilakukan adalah melakukan identifikasi potensi dan masalah koperasi secara menyeluruh. Untuk mengurai persoalan agar koperasi bisa tumbuh dan berkembang dengan baik perlu jawaban atas pertanyaan-pertanyaan berikut ini. Melalui jawaban atas pertanyaan-pertanyaan ini diharapkan akan terbangun basis data koperasi. Dengan basis data koperasi kita bisa menyusun perencanaan pengembangan koperasi ke depan menjadi lebih komprehensif dan tepat sasaran. Sehingga harapan koperasi bisa berperan sebagaimana tertuang dalam undang-undang dapat diwujudkan secara nyata. Berikut pertanyaan-pertanyaan tentang koperasi yang diajukan;

Benarkah banyaknya pembubaran koperasi merupakan indikasi menurunnya ketertarikan atau minat masyarakat untuk berkoperasi? Tidak sehatnya koperasi berujung pada pembubaran koperasi bisa jadi karena pengurus tidak jujur, pengelolaan tidak profesional, pengendalian yang lemah yang mengakibatkan citra buruk pada koperasi sehingga menimbulkan respon negatif dan pada akhirnya masyarakat tidak percaya dan tidak tertarik lagi pada koperasi.

Penyebab tidak sehatnya koperasi apakah karena pengurusnya kurang paham dalam pengelolaan koperasi? Bisa jadi, koperasi yang tumbuh di pedesaan tidak dipersiapkan dengan baik siapa yang pantas menjadi pengurus dan pengawas. Pengangkatan pengurus dan pengawas tidak berdasarkan praktek-praktek yang sehat dalam pengelolaan koperasi maupun kecakapan dalam mengelola usahanya sehingga mengakibatkan koperasi tidak berkembang dan bahkan mengalami kerugian yang terus menerus.

Stigma negatif terhadap koperasi apakah banyak disebabkan oleh karena perilaku oknum yang memanfaatkan nama koperasi untuk kepentingan pribadi atau bahkan untuk kedok penipuan? Cita-cita luhur koperasi untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya serta masyarakat pada umumnya sering kali dimanfaatkan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggungjawab. Koperasi itu sangat memperhatikan

kepentingan anggota di atas kepentingan pribadi, sehingga berdirinya koperasi bukan untuk memperkaya segelintir orang dan bahkan jauh dari perbuatan curang, curang maupun penipuan. Perlu dicatat, penentuan jasapun tidak boleh melebihi yang ditetapkan pemerintah, akan lebih baik lagi jika lebih kecil

Lambatnya kemajuan koperasi karena pengelolannya tidak profesional dan cenderung sebagai pekerjaan sampingan? Berdirinya koperasi bukan karena kebutuhan tetapi karena anjuran atau bahkan sebagai syarat berdirinya institusi. Pengelolaan yang tidak profesional dan cenderung dilakukan pada saat ada waktu senggang atau semacam sambilan mengakibatkan pengendaliannya menjadi lemah dan pada akhirnya koperasi tidak berkembang dengan baik.

Prinsip-prinsip koperasi yang merupakan manifestasi dari *Rochdale principle* apakah sudah dijalankan dengan semestinya? Prinsip-prinsip koperasi yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992, wajib difahami dan dilaksanakan oleh semua yang terlibat dalam gerakan koperasi.

Prinsip pertama, keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka, merupakan wujud pengamalan sila ketiga dari Pancasila. Menjadi anggota koperasi itu sebuah kebutuhan dan bukan karena dihimbau atau bahkan dipaksa. Di dalam koperasi juga mendorong tumbuhnya persatuan

karena menjadi anggota koperasi bersifat terbuka artinya siapa saja boleh menjadi anggota koperasi.

Prinsip kedua, pengelolaan dilakukan secara demokratis, artinya bahwa pengurus dan pengawas dalam menjalankan tugasnya atas dasar aturan dan keputusan dari rapat anggota. Sehingga pengurus dan pengawas maupun pembina hanya menjalankan mandat dari keputusan rapat anggota. Pada hakekatnya menjadi anggota koperasi itu juga secara otomatis menjalankan demokrasi karena kekuasaan tertinggi ditangan rapat anggota.

Prinsip ketiga, pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota, dinamika koperasi menekankan kumpulan orang bukan kumpulan modal sehingga tingkat partisipasi setiap anggota menjadi rujukan dalam penerimaan sisa hasil usahanya. Semakin besar partisipasi anggota dalam membeli barang, menjual barang serta meminjam di koperasi maka semakin besar pula sisa hasil usaha yang diterima. Prosentase Sisa hasil usaha yang diperoleh dari penyertaan modal semua anggota mendapat bagian yang sama.

Prinsip keempat, pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal, berdirinya koperasi itu esensi utamanya adalah bagaimana sekelompok orang berusaha bersama-sama mengatasi persoalannya. Sehingga apabila seseorang menjadi anggota koperasi justru bertambah masalahnya

maka sebenarnya dia tidak berada pada lingkungan koperasi.

Ciri utama koperasi yang sesungguhnya adalah apabila koperasi tersebut usaha utamanya simpan pinjam maka penentuan balas jasanya atau umum menyebut bunga tidak melebihi suku bunga yang ditetapkan pemerintah. Akan lebih baik lagi jika tingkat suku bunganya lebih kecil dari penetapan pemerintah. Tentu saja kebijakan ini akan berkorelasi dengan tingkat efisiensi dan efektivitas operasional koperasi.

Prinsip kelima, kemandirian, Di dalam koperasi itu harus tumbuh saling menguatkan diantara anggotanya. Asas kekeluargaan menjadi pengikat dan perekat agar diantara anggota tumbuh asah,asih dan asuh sehingga bisa mewujudkan komunitas yang mandiri. Agar kemandirian ini bisa diwujudkan lebih dini, maka perlu melakukan pendidikan koperasi yang berkelanjutan serta tumbuhnya jaringan kerjasama antar koperasi

Perhatian koperasi tidak hanya berhenti menjawab pertanyaan-pertanyaan di atas, namun juga perlu beradaptasi dengan era baru yaitu era digital saat **ini**. Era digital ini menimbulkan perubahan perilaku konsumen yang perlu dicermati oleh para pelaku koperasi. Hermawan Kertajaya mengemukakan bahwa konsumen era digital memiliki karakter sebagai berikut : Pertama adalah golongan snob ini adalah golongan di mana konsumen menjadi sangat pemilih menentukan pilihan produk

berdasarkan kualitasnya; Kedua adalah golongan smart merupakan golongan yang perhitungan dalam memilih produk selalu memperhatikan nilai-nilai yang diberikan oleh suatu produk; Ketiga adalah golongan dumb merupakan golongan yang bukan pemilih tetapi memiliki satu prinsip yang selalu ia gunakan. Konsumen pada golongan ini tidak melihat kualitas, nilai, ataupun benefit yang akan didapatkan. Konsumen golongan ini membeli suatu produk yang dengan melihat harga yang paling murah; Keempat adalah golongan enterpreneur mulai muncul pada era digital seperti saat ini. Golongan ini menjadi lebih kreatif untuk menemukan jawaban dan aktivitas pada era digital.

Dari keempat golongan ini, koperasi bisa mengembangkan *business to business* maupun *business to customer* melalui bangunan market place sebagai media yang sangat pas untuk mewadahi kerja sama antar koperasi serta peningkatan pelayanan kepada seluruh anggotanya.

Era digital ini harus disikapi secara cerdas bagi gerakan koperasi, karena para pelaku usaha sudah berbondong-bondong bergerak menuju perdagangan elektronik (*e-commerce*). Dari transaksi pembelian, penjualan dan pemasaran barang dan jasa bisa dilakukan melalui sistem elektronik. E-commerce, memungkinkan pengguna melakukan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem inventori dan pengumpulan data secara otomatis. Tidak kalah

penting di era ini juga lahir alat pembayaran digital yang berupa e-money. E-money dalam kemunculannya pertama kali diperkenalkan dengan basis chip (bahkan hingga kini) yang tertanam dalam sebuah kartu atau media lainnya (chip based). Bentuk E-Money lainnya yaitu E-Wallet merujuk pada uang elektronik yang basisnya pada server, sehingga dalam penggunaannya, konsumen harus terkoneksi dengan server penerbit dan internet. Uang elektronik ini memiliki banyak keuntungan dan kemudahan bagi para penggunanya. Alat pembayaran ini juga bisa menjadi pertimbangan pilihan teknologi bagi koperasi dalam melakukan transaksi usahanya. Transformasi digital menjadi kebutuhan yang tidak bisa ditunda-tunda lagi bagi gerakan koperasi.

BIODATA PENULIS

Drs. Hudi Prawoto, M.M. lahir di Bantul 8 September 1957 dan merupakan dosen tetap Program Studi Akuntansi Unika Soegijapranata Semarang sejak tahun 1992. Bidang Keahlian Koperasi, Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis.

REFERENSI

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian

Iqbal Alan Abdullah,
Tantangan_Koperasi_di_Era_Ekonomi_Digital,
diunduh dari [http://koran-sindo.com/page/news/2018-07-17/1/3/Tantangan Koperasi di Era Ekonomi Di gital](http://koran-sindo.com/page/news/2018-07-17/1/3/Tantangan_Koperasi_di_Era_Ekonomi_Digital)

Ancilla Ribka, Karakter Konsumen di Era Digital, diunduh dari <http://dewina-journal.foutap.com/karakter-konsumen-di-era-digital/>

Henny Galla Pradana , Rebranding Koperasi Era Millenial: Pelayanan, Produk, hingga Teknologi, diunduh dari <https://setkab.go.id/rebranding-koperasi-era-millennial-pelayanan-produk-hingga-teknologi/>

MENSTIMULUS PEMULIHAN EKONOMI NASIONAL MELALUI STRATEGI LIMA RANTAI KOKOH

Lisa Raharja

20d10021@student.unika.ac.id

Hadirnya pandemi menimbulkan banyak pengaruh dalam berbagai sektor kehidupan. Virus Covid-19 muncul sekitar akhir tahun 2019 dan masuk ke Indonesia di pertengahan kuartal pertama tahun 2020. Merebaknya kasus terkonfirmasi Virus Covid-19 secara cepat mengakibatkan Virus Covid-19 berubah status menjadi pandemi. Pandemi sendiri dapat diartikan sebagai epidemi penyakit yang sudah menyebar dalam cakupan wilayah yang luas seperti menyebar ke berbagai benua bahkan ke hampir seluruh penjuru dunia. Pandemi yang ada pada saat ini berdampak banyak kepada sektor kehidupan. Kasus Covid-19 yang kian meningkat juga dikatakan sebagai problematika yang berkepanjangan.

Pandemi sebagai salah satu problematika dalam skala nasional maupun internasional harus menjadi perhatian seluruh pihak. Upaya dalam menghadapi pandemi Covid-19 bukan saja menjadi tanggung jawab dari pemerintah saja tapi juga harus ada integrasi yang kuat dari berbagai animo di kalangan *stake holder* bangsa. Dalam melakukan

penangan pandemi Covid-19 ini, seluruh pihak termasuk masyarakat harus mengambil peran dalam upaya pemulihan dampak Covid-19. Upaya rekonstruksi tidak hanya menjadi tanggung jawab kepada pemerintah saja, melainkan kepada seluruh pihak yang patut memiliki kesadaran dan saling bahu-membahu untuk bersama memperbaiki berbagai dampak yang ada akibat dari pandemi Covid-19 ini, terutama di sektor ekonomi yang pernah lumpuh. Berikut merupakan strategi yang dapat diterapkan dalam rangka pemulihan ekonomi nasional menggunakan strategi lima rantai kokoh:

MEMPERKOKOH REGULASI KEUANGAN DI BIDANG PASAR SAHAM

Pasar saham di Indonesia memegang peranan yang penting dalam ekonomi nasional. Untuk itu keberadaan saham yang terdapat di Indonesia harus dikelola seefisien mungkin. Hal ini dapat semakin dikuatkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam memberlakukan regulasi mengenai pasar saham sehingga indeks tidak menurun. Selama masa pandemi, stuktur pasar cukup berantakan sehingga sistem keuangan harus segera dipulihkan stukturanya. Biasanya investor merasa pesimis terhadap prospek investasi di pasar saham, sehingga investor memilih untuk menjual saham dengan harga rendah karena wabah penyakit menular. (Baker, Bloom and Terry,

2020). Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melarang kebijakan mengenai *short selling* yakni penjualan kembali saham yang sebelumnya telah dibeli. Hal tersebut dianggap sebagai solusi yang bijak untuk mengatasi struktur pasar yang goyah selama pandemi. OJK sendiri sebenarnya masih melarang aktivitas *short selling* untuk menjaga kondisi pasar saham. Konsep *short selling* yakni peminjaman saham atau praktik menjual saham tanpa memiliki saham sebelumnya dalam artian meminjam (Aminy, 2018).

MEMPERKOKOH TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT PADA CONSUMER GOODS

Consumer Goods diartikan sebagai produk akhir yang digunakan oleh konsumen sehingga tidak perlu dilakukan proses komersial karena merupakan barang akhir. Dalam hal ini, setiap bentuk usaha di Indonesia seharusnya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen untuk membeli produk-produk hasil produksi dalam negeri. Komunikasi pemasaran dapat menjadi alat yang ampuh dalam menjaga hubungan dengan konsumen sehingga konsumen dapat memahami status bisnis yang dijalankan oleh suatu perusahaan (Kusniadji, 2016). Setiap perusahaan terutama pada bagian pemasaran dapat menggunakan strategi komunikasi terpadu yang saling terintegrasi sehingga terjalin keunggulan *competitive* yang lebih efektif dan efisien.

Komunikasi ini tidak hanya terbatas pada konsumen dalam meningkatkan pelayanan dan kepuasan konsumen melainkan juga komunikasi yang kuat antar perusahaan pada berbagai sektor bisnis. Dengan adanya komunikasi yang baik maka akan perusahaan satu dengan lainnya akan saling mendukung dan berinvestasi sehingga dapat membantu satu sama lain dalam masa ekonomi sulit ini. Jika berbagai bidang dan sektor bisnis saling menunjukkan kontribusi yang kuat untuk kembali bangkit, maka tidak membutuhkan waktu lama bagi ekonomi nasional agar turut menunjukkan kebangkitan pertumbuhan ekonomi.

MEMPERKOKOH KETAHANAN PANGAN DALAM RUMAH TANGGA PRIBADI

Dalam upaya mengatasi perekonomian yang semakin runtuh, baik ekonomi rumah tangga ataupun ekonomi negara setiap individu harus berupaya untuk menjaga ketahanan pangan sendiri-sendiri. Minimal, setiap keluarga harus mampu *survival* untuk mencukupi kebutuhan pribadi. Hal ini dapat dilakukan dengan berbagai usaha seperti melakukan budidaya dan bertani pada masa-masa ini. Kebutuhan pangan terutama sayur lauk dan buah dapat tercukupi dengan menanam sendiri tanaman pangan di halaman rumah. Saat ini ada banyak strategi *modern farming* sehingga tidak membutuhkan lahan yang luas pun setiap orang dapat menghasilkan produk tani sendiri. Pertanian modern ini menggabungkan 2 konsep yaitu

melalui peningkatan teknologi dan peningkatan mutu hasil panen (Amelia, Lailatul, dan Ni Made, 2020). Oleh karena itu, hal ini bisa dilakukan oleh setiap keluarga sehingga diharapkan dapat berkontribusi untuk mencukupi konsumsi pangan sehari-hari. Upaya menjaga ketahanan pangan dalam lingkup kecil ini selain dapat menghindarkan rumah tangga dari kelaparan juga mampu menghambat arus Impor produk dari luar negeri.

MEMPERKOKOH ENTITAS USAHA DAN UMKM DALAM NEGERI

Merintis usaha kecil-kecilan juga dapat menjadi solusi untuk memulihkan perekonomian dalam negeri. Saat ini terdapat banyak *marketplace* dan platform jual beli online lainnya sehingga peluang berbisnis dapat dilakukan oleh siapa saja dengan modal paling minim sekalipun. Untuk itu, pemerintah harus mendukung berbagai geliat *startup* di Indonesia yang sedang menaikkan produktivitasnya untuk bersaing dalam pasar Internasional. UMKM juga harus menjadi perhatian publik agar dapat terus bangkit dan memulihkan sektor ekonomi. Dengan semakin banyak UMKM di Indonesia maka pendapatan negara pun akan semakin meningkat. Hal ini menjadi pertanda baik bagi pertumbuhan ekonomi.

Salah satu bentuk memajukan sektor UMKM dapat dilakukan dengan pendekatan teknologi. Generasi muda dapat menjadi agen untuk menggalakkan tren jual beli online sehingga baik penjual maupun pembeli dapat memperoleh kemudahannya. Hal ini juga disebut-sebut sebagai langkah untuk menghadapi era *Society 5.0* yang akan menghampiri. Para pendiri UMKM yang sebelumnya hanya melakukan transaksi jual beli secara konvensional dapat diperkenalkan dengan sistem penjualan online dimana jauh lebih memudahkan penjual mendapatkan jangkauan pasar yang lebih luas. Tidak hanya terbatas dalam satu wilayah, penjualan online juga menjadikan UMKM memiliki kesempatan untuk menyalurkan produknya hingga ekspansi ke luar negeri. Di sinilah generasi memegang peranan yang kuat untuk memberikan kontribusi nyata agar UMKM di Indonesia terus maju dan mengalahkan produk-produk impor dari luar negeri sehingga timbulah kecintaan dan kebanggaan akan produksi negeri sendiri. Kunci revitalisasi sistem ekonomi di Indonesia adalah adanya kelangsungan hidup masyarakat dan kemandirian usaha yang dimiliki. Sehingga apabila setiap rumah tangga sudah mampu mencukupi kebutuhan ekonomi masing-masing maka perekonomian bangsa akan semakin meningkat (Wahyudi & Kusuma, 2020). Dukungan pemerintah pun harus terus digelontorkan seperti dengan memberikan stimulus bagi masyarakat yang merintis usaha dengan memberikan

sokongan agar masyarakat tidak kesulitan dalam menghadapi musim pailit ekonomi ini dan tetap memperkokoh produktivitas usaha yang dijalankan.

MEMPERKOKOH PRODUKSI DALAM NEGERI DAN MEMBATASI IMPOR

Pondasi untuk menjaga kestabilan ekonomi dalam negeri dapat diwujudkan dengan membatasi arus impor negara terhadap pemenuhan kebutuhan produk luar negeri. Sebisa mungkin negara harus mampu mencukupi kebutuhan dalam negeri mulai dari sandang, pangan, papan, alat-alat dan sebagainya. Kemandirian negara ini dapat menjadi sinyal yang baik bagi perekonomian bangsa. Untuk itu, selama masih mampu mencukupi kebutuhan konsumsi barang untuk negeri maka sebisa mungkin dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Pemerintah juga bisa memaksimalkan potensi yang sudah ada untuk dapat memenuhi seluruh kebutuhan dari masyarakat. Apabila benar-benar berada dalam situasi yang sulit baru opsi terakhir adalah impor dari luar negeri.

Upaya ini dapat dimulai dengan menguatkan pertanian Indonesia sehingga produksi pangan dapat tercukupi. Bukankah Indonesia adalah negara maritim dan agraris? Lantas mengapa masih mengemis produk dari luar negeri? Inilah yang menjadi tanda tanya besar untuk segera diperbaiki. Seluruh komponen masyarakat harus mampu menguatkan produksi negeri sendiri dengan mengerahkan

segala usaha agar dapat hidup berkecukupan tanpa bergantung pada produk Impor. Dengan begitu, maka kesempatan Indonesia untuk menjadi maju akan semakin kuat. Bahkan apabila memungkinkan, Indonesia bukan lagi menjadi negara pengimpor, namun negara pengekspor berbagai produk ke luar negeri.

Lima rantai kokoh di atas diharapkan mampu menjadi kekuatan bagi Indonesia agar kembali pulih pada sektor ekonomi. Ekonomi yang lumpuh dapat menghambat berbagai aspek kehidupan berbangsa serta bernegara. Untuk itu, baik sebagai generasi muda, orang tua, masyarakat umum, pemerintah dan semua lapisan masyarakat harus saling berkontribusi untuk menguatkan ekonomi nasional, minimal dengan memperbaiki ekonomi pribadi hingga turut melakukan revitalisasi ekonomi dalam negeri. Setiap masyarakat harus menumbuhkan sikap nasionalisme ini dimana dapat ditunjukkan dengan upaya memperbaiki ekonomi bangsa, terutama dengan dilakukan pendekatan yang lebih *modern* seiring perkembangan teknologi informasi sehingga Indonesia benar-benar siap menghadapi era *Society 5.0*.

BIODATA PENULIS

Lisa Raharja lahir di Semarang pada tanggal 22 Juli 2002, merupakan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang tahun ajaran 2020.

REFERENSI

- Aminy, M. M. (2018). Praktik Short Selling, Margin Trading, dan Insider Trading di Paar Saham dalam Perspektif Islam. *Iqtishaduna*, 9 (1) :23-35.
- Amelia, P. M., Lailatul, Q. A. V., dan N. Made. A. 2020. Optimalisasi Pengembangan Pertanian Modern melalui Program "Ngariung Tani" (Studi Kasus: Desa Sindangsari, Kecamatan Ciranjang, Kabupaten Cianjur). *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat* Vol. 2 No. 3.
- Baker, S. R., Bloom, N. and Terry, S. J. (2020) Using Disasters to Estimate the Impact of Uncertainty. National Bureau of Economic Research
- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods. *Jurnal Komunikasi*, 8 (1) : 83-98.
- Wahyudi, M., & Kusuma, H. (2020). *Ekonomi Indonesia di Tengah Pandemi Covid-19*. Malang: UMM Press.

BAGIAN 2:
KONTRIBUSI SEMUA PIHAK

DETAH PEREKONOMIAN INDONESIA

Jonathan AW

20d10007@student.unika.ac.id

Di masa pandemi covid 19, menyebabkan banyak orang kehilangan dari segi materi, jiwa, serta banyak lagi, tidak ada seorang pun yang mampu mengendalikan lajur penyebaran virus covid 19 ini, sekalipun pemerintah sudah melakukan berbagai upaya, tetap saja covid ini bukanlah suatu hal yang dapat dilihat dengan mata telanjang, bahkan sekalipun alat test seperti PCR, antigen, dan semacamnya masih banyak terjadi kegagalan. Pemerintah pun hanya bisa berupaya dengan memberikan fasilitas bagi orang – orang yang terpapar covid-19 seperti penjemputan oleh ambulance dan diletakan di tempat yang sudah ditetapkan untuk dilakukannya karantina, selain itu pemerintah selalu menghimbau rakyatnya agar menjaga kebersihan selalu dengan menggunakan masker, mencuci tangan sebelum dan setelah melakukan aktivitas.

Walau sudah dilakukan upaya yang kuat untuk mengurangi lajur penyebaran Covid-19 ini, tetap saja bakteri virus ini merajarela dan semakin bermutasi dari waktu hingga waktu yang masih belum diketahui sekalipun oleh pemerintah, selain menyerang Kesehatan virus ini juga membawa dampak buruk bagi para usahawan baik

kelas atas, menengah, ataupun UMKM. Dampak buruk diperlihatkan sangat cepat pada saat awal mulai adanya Covid-19 ini, bahkan sempat menjadikan harga masker dan hand sanitizer melambung setinggi - tingginya, juga banyak berita mengabarkan bahwa orang berbondong-bondong membeli masker dan menimbunnya lalu dijual dengan harga yang tinggi, virus Covid-19 ini seakan - akan tidak mau kalah terhadap protocol yang sudah dianjurkan oleh pemerintah, virus ini bermutasi sehingga maskerpun sudah bukan menjadi penghalang tetap bisa menembus, sehingga orang harus membeli lagi masker 3 lapis, sangat menguntungkan bagi apotek - apotek serta toko yang menjual alat Kesehatan, mereka menaikkan harga tinggi dan menjadikan masyarakat kesulitan untuk membeli, tetapi mau tidak mau masyarakat harus membeli masker tersebut.

Masyarakat pun sangat terganggu dengan adanya kenaikan harga tersebut, karena dengan adanya pandemic Covid-19 ini menjadikan orang - orang juga banyak kehilangan pekerjaan, mereka satu per satu kehilangan pekerjaan dikarenakan efek atau imbas dari pernyataan pemerintah mengenai protocol Kesehatan dimana dikatakan untuk tidak keluar - keluar apabila tidak mendesak dalam hal kebutuhan, sehingga secara tidak langsung mematikan perekonomian perusahaan, dimana para perusahaan selalu beroperasi setiap hari, tetapi pemasukan atau pendapatan yang didapatkan menurun drastis, hal tersebut menyebabkan para usahawan memiliki

hutang yang semakin besar dan banyak perusahaan tidak kuat membayar cicilan hutang tersebut sehingga mau tidak mau harus gulung tikar.

Pemerintah sudah juga berupaya membantu para perusahaan tersebut, tetapi tetap saja bunga hutang semakin lama membesar dan pendapatan pun menurun, seperti contoh yang dapat dilihat di berita - berita, perusahaan sebesar Garuda Indonesia juga dinyatakan semakin mendekati kebangkrutan dikarenakan hutang yang semakin besar dan sangat minimnya pendapatan, hal tersebut juga merupakan efek dari pemerintah karena untuk melakukan penerbangan domestic maupun non domestik harus melakukan tes, serta penerbangan pun juga dibatasi, sama halnya juga terjadi pada bioskop XXI terjadi penurunan yang sangat drastic bahkan saat pandemi pada puncaknya XXI seperti tidak ada orang sama sekali pun yang masuk, bahkan sempat tutup.

Sekarang keadaan pun sudah mulai membaik seperti dilihat, XXI mulai ramai kembali, tetapi tetap dibatasi untuk jumlah penontonnya agar tidak bersebelahan secara langsung antara 1 penonton dengan penonton lainnya, XXI adalah contoh kecil yang dapat dilihat karena dengan buka kembali orang pun berdatangan untuk menonton kembali, dari hal tersebut bisa memacu kenaikan perekonomian seperti menjadikan mall ramai kembali, makanan - makanan yang jual pun juga banyak dibeli oleh para konsumen, pendapatan mall pun juga naik, pajak yang

diberikan kepada negara pun bisa dibayarkan dengan normal dan dari pendapatan pajak tadi pemerintah bisa menyalurkan kembali uang tersebut membantu para pengusaha besar, kecil, dan menengah agar kembali lagi perekonomiannya.

Upaya - upaya yang dilakukan pemerintah berdasarkan peraturan yang telah ditetapkan ketika pandemi ini, mereka pemerintah berusaha membangun perekonomian Indonesia sekuat mungkin dengan cara - cara yang berbeda - beda, seperti halnya yang telah disebutkan diatas. Dalam melakukan upaya - upaya tersebut pemerintah tetap mengutamakan protokol yang sudah ada, pemerintah berharap kita mampu hidup berdampingan dengan virus yang saat ini ada. Upaya pemerintah tersebut didukung oleh keadaan yang sekarang ini semakin baik dimana pada semester 1 ini sudah melewati masa resesi dan menuju zona tren positif (www.kemenkeu.go.id)

Dalam upaya pemerintah meningkatkan perekonomian Indonesia, masyarakat Indonesia pun juga berbondong - bondong membantu dengan mulai banyaknya kegiatan offline, walaupun melakukan kegiatan offline, tetapi tetap menjaga protokol kesehatan. Kita sebagai masyarakat Indonesia juga dapat membantu meningkatkan perekonomian dengan melakukan seperti jual beli baik di marketplace atau melakukan jual beli offline seperti bazar dan lain - lainnya. Tanpa disadari pun

ekonomi digital semakin naik akibat adanya pandemi ini, hampir seluruh penjual menyediakan QR code dalam melakukan pembayaran, karena pembayaran secara cash dianggap sekarang lebih berbahaya karena lebih banyak terdapat kuman dalam satu uang. Perusahaan yang bergerak pada ekonomi digital pun banyak memberikan promo - promo yang menarik sehingga orang - orang pun tertarik menggunakan aplikasi uang elektronik tersebut promo yang diberikan berupa diskon, cashback, dan sebagainya. Hal tersebut juga memicu peningkatan perekonomian Indonesia karena perusahaan digital tersebut semakin banyak membutuhkan karyawan untuk pengawasan setiap harinya, dalam pembayaran pun juga dimudahkan hanya dengan scan barcode yang sudah ada dan setelah memasukkan nominal maka akan diarahkan ke pin keamanan dan pembayaran pun sudah berhasil. Hal tersebut dipercaya mampu memberikan dampak yang lebih baik dan banyak karena dianggap lebih efisien juga dibandingkan penggunaan uang secara cash.

Dari hal diatas dapat disimpulkan bahwa memang pada awalnya Indonesia masih terkejut akan dampak yang diberikan virus Covid-19 ini terhadap kehidupan, tetapi dengan kesabaran dan kecerdasan pemerintah serta rakyat Indonesia, Indonesia pun berhasil lepas dari kemunduran perekonomian, juga dapat disimpulkan bahwa secara tidak langsung semua yang kita lakukan juga ikut membantu memicu pertumbuhan perekonomian pada masa pandemi

ini. Contoh mudahnya apabila kita melakukan pembayaran pajak itu berarti kita sudah turut memicu peningkatan perekonomian Indonesia pada masa pandemi ini. Dengan mendukung seluruh kegiatan pemerintah kita berarti turut andil besar juga dalam pemulihan ekonomi, apabila kita juga mau memberikan bantuan dana terhadap perusahaan kita juga bisa membantu dengan memberikan bantuan tetapi kita juga menjadi pemilik saham yang ada di perusahaan tersebut, karena dengan kita berinvestasi kita juga berate membantu pemulihan perekonomian Indonesia pada masa pandemi Covid-19 ini.

BIODATA PENULIS

Jonathan Alexander W merupakan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata angkatan tahun 2020. Selama masa kuliah ini, penulis aktif pula dalam kegiatan keorganisasian.

PERAN MASYARAKAT DALAM TERWUJUDNYA SINERGI BERSAMA MEMBANGUN PEMULIHAN EKONOMI NASIONAL

Jessica Anna Mulia Jaya

20d10013@student.unika.ac.id

Sudah genap dua tahun lamanya pandemi Covid-19 terjadi di seluruh belahan dunia. Secara khusus di Indonesia, kasus pertama Covid-19 terjadi di bulan Maret 2020. Berdasarkan data yang ada jumlah kasus aktif Covid-19 di Indonesia pada Sabtu (02/07/2022) tercatat sebanyak 1.794 kasus baru dalam 24 jam terakhir. Dengan penambahan itu, total kasus Covid-19 di Indonesia sudah mencapai 6.092.303 orang. Angka tersebut mencerminkan bahwa Covid 19 ini masih menjadi ancaman yang perlu ditangani secara serius. Pemerintah berupaya mengendalikan dan memutus mata rantai Covid 19 dengan menetapkan berbagai peraturan yang berlaku, tidak berhenti disitu, pemerintah juga turut mengedukasi serta memberikan sosialisasi pada masyarakat mengenai pentingnya protocol 3M dan tetap berada dirumah saja. Melalui kegiatan yang ada, diharapkan masyarakat mengindahkan himbauan serta dapat menerapkan

protokol kesehatan sehingga membantu pemerintah dalam menekan tingginya angka kasus positif serta mencegah laju penyebaran Covid 19.

MENILIK DAMPAK KASUS COVID - 19

Dengan anjuran seperti ini menyebabkan dampak di berbagai sektor utamanya kesehatan, pariwisata, perekonomian dan juga pendidikan. Banyak orang mengalami penurunan tingkat kesehatan hingga berpengaruh pada kesehatan mental mereka akibat kejadian pasca trauma serta perasaan khawatir takut tertular. Pada sektor pariwisata, pengunjung berkurang drastis karena banyaknya pembatalan keberangkatan penerbangan, juga penutupan daerah daerah pariwisata. Situasi yang terus berubah ikut mempengaruhi sektor perekonomian. Melalui pembatasan sosial banyak perusahaan terpaksa mengurangi kepadatan karyawan menggunakan system bekerja dari rumah, bahkan tidak sedikit perusahaan yang harus melakukan PHK akibat terjadinya penurunan pendapatan sehingga perusahaan mengalami kerugian. Menurut penjelasan Menteri Ketenagakerjaan, Ida Fauziyah, tidak kurang dari 2 juta pekerja telah terkena PHK, baik pekerja atau buruh formal maupun informal. Pekerja dari sektor UMKM merupakan kelompok pekerja yang paling banyak terkena PHK (Santia, 2020). Jenis industri kecil dan menengah menjadi kelompok yang paling banyak terkena dampak Covid-19

antara lain sektor pariwisata, seperti hotel, restoran dan catering.

Tentu apabila kita menelisik lebih dalam lagi, pandemic yang berkepanjangan ini telah menyebabkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia melambat, ini disebabkan oleh program kebijakan dari pemerintah berupa pembatasan wilayah yang telah dilakukan semenjak pandemic mulai merebak sehingga dengan pembatasan yang ada menyebabkan aktivitas perekonomian menjadi ikut terhambat pula. Berdasarkan data yang dikutip dari Badan Pusat Statistik (BPS), terlihat bahwa adanya penurunan pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) sekitar -2,07 persen di tahun 2020 padahal tepat di tahun sebelumnya pada tahun 2019 pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) berada pada angka 5,02 persen. Sama halnya dengan tingkat pengangguran pada masa ini mengalami peningkatan yang sangat drastis, mengutip data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada Februari 2020 tingkat pengangguran berada pada angka 6,9 juta penduduk dimana di tahun yang sama pada bulan Agustus angka tersebut naik mencapai 9,8 juta penduduk atau meningkat sebesar 2,9 juta penduduk hanya dalam kurun waktu enam bulan selama pandemic berlangsung.

Terdampaknya orang Indonesia terhadap perekonomian negara membuat masyarakat harus cerdas dalam mengatur setiap pengeluaran bulanan mereka di tengah ketidakpastian pemasukan menyusul dampak

ekonomi akibat pandemic. Ini menyebabkan terjadinya penurunan konsumsi masyarakat terlihat dari survey yang telah dilakukan oleh Bank Indonesia (BI) proporsi pendapatan konsumen yang digunakan untuk konsumsi dan menabung cenderung stagnan sepanjang tahun 2020. Jika dilihat dari data yang sama pada bulan Januari 2021 terlihat penurunan drastis terkait proporsi pendapatan konsumen yang digunakan untuk menabung sedangkan untuk konsumsi justru meningkat. Ini menandakan perekonomian Indonesia mulai merangkak satu persatu menuju pemulihan bersama.

TITIK TERANG PEMULIHAN PEREKONOMIAN INDONESIA SEMASA PANDEMI COVID - 19

Namun kini perekonomian Indonesia mulai menemukan titik terang, terlihat bahwa berdasarkan data yang bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 3,69 persen pada tahun 2021. Ini disebabkan oleh adanya peningkatan kembali konsumsi rumah tangga, investasi serta terjadinya peningkatan ekspor. Diketahui bahwa pertumbuhan konsumsi rumah tangga sebesar 3,55 persen terjadi di kuartal empat pada tahun 2021 menandakan kemungkinan daya beli masyarakat terhadap segala kebutuhan semakin membaik, apabila hal ini terjadi dimana terdapat peningkatan daya beli masyarakat kedepannya maka pertumbuhan ekonomi

akan ikut membaik pula. Tentu dengan kabar baik ini, Indonesia mampu bertahan bahkan pulih setelah mengalami badai pandemic yang cukup menghantam perekonomian negara selama beberapa tahun belakangan ini.

UPAYA PEMERINTAH DALAM MENDORONG TERWUJUDNYA PEMULIHAN EKONOMI PASCA PANDEMI

Dalam rangka pemulihan ekonomi nasional, pemerintah memberikan berbagai macam stimulus, baik fiskal maupun non fiskal dengan mengalokasikan dana sebesar 203,9 triliun rupiah untuk perlindungan sosial dalam program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Hal ini dimaksudkan untuk minimal mempertahankan daya beli masyarakat dengan penghasilan yang rendah sehingga konsumsi masyarakat terjaga. Secara agregat langkah ini akan mempertahankan, dan diharapkan meningkatkan permintaan agregat perekonomian. Stimulus fiskal yang diluncurkan pemerintah meliputi antara lain Bantuan Sosial (Bansos), Bantuan Langsung Tunai (BLT, Dana Desa, subsidi listrik dan Program Keluarga Harapan. Pemerintah juga memberikan BLT BPJS Ketenagakerjaan sebesar Rp 600.000 untuk karyawan swasta yang mempunyai gaji Rp5.000.000 per bulan dan lebih rendah. Bank Indonesia (BI) sebagai *supporting system* juga terlibat dalam mitigasi Covid 19 dengan menerbitkan aturan

kebijakan bebas uang muka kredit atas kendaraan bermotor dan property.

PERAN MASYARAKAT MEWUJUDKAN INDONESIA PULIH

Peran pemerintah sebagai regulator memang penting mengingat tujuan utama saat ini adalah mencapai target Pemulihan Ekonomi Nasional. Namun Masyarakat juga berperan besar dalam mewujudkan pertumbuhan serta pemulihan perekonomian Indonesia masa kini, tentu dalam pemulihan ekonomi ini pemerintah memerlukan berbagai bantuan dari pihak masyarakat yang ikut turut berkontribusi mendorong terjadinya Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Menjadikan masyarakat sebagai elemen utama dalam penentuan pemulihan perekonomian masa kini membuat segala hal yang dilakukan oleh masyarakat menjadi berarti, seperti halnya kerjasama yang baik antara masyarakat dengan pemerintah untuk dapat proaktif serta antusias terhadap setiap kebijakan protokol kesehatan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah melalui standar kesehatan nasional. Tentu kita tahu dengan segala dampak dan akibat yang telah terjadi memaksa kita semua untuk turut serta membantu negara ini agar segera terbebas dari wabah pandemi Covid - 19. Masyarakat juga bisa diharapkan untuk terus menaati dan secara konsisten melakukan penerapan pembatasan sosial selama virus corona - 19

masih berkeliaran di luar sana. Dengan adanya hal ini serta didukung peningkatan yang baik dari sisi daya beli masyarakat niscaya di masa yang akan mendatang akan terwujudnya sinergi bersama membangun pemulihan ekonomi nasional.

BIODATA PENULIS

Jessica Anna Mulia Jaya lahir di kota Semarang dan merupakan mahasiswa aktif angkatan 2020 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang. Jessica selalu antusias dalam mengikuti setiap kegiatan yang berkaitan ilmu ekonomi khususnya bidang manajemen demi meraih gelar mahasiswa berprestasi.

**MENGAJAK LINGKUNGAN SEKITAR
SEBAGAI MEDIA PENDIDIKAN
MENUJU PEMULIHAN EKONOMI
BERKELANJUTAN**

Dr. Monika Palupi Murniati, SE.,MM

palupi@unika.ac.id

Tulisan ini merupakan refleksi dan analisa sederhana Penulis ketika melihat dengan data dan observasi sebuah karya pendidikan di desa Kenalan yang terletak di lereng Menoreh. Data kecamatan dalam angka kecamatan Borobudur pada 2021 mencatat dari 1.118 penduduk tanpa usia sekolah, 369 belum/tidak bekerja/mengurus rumah tangga/pensiunan, 486 memiliki pekerjaan sebagai pekebun/perternak/petani, sedangkan 109 bekerja sebagai karyawan. Kebanyakan mereka adalah pekebun cengkeh yang hanya panen 1 kali dalam setahun. Karyawan swasta dengan gaji UMR 2022 sekitar 1 - 2 juta terserap sebagai biaya transport ke kota dengan jarak antara 15-40 km dan keperluan konsumsi rumah tangga.

Deskripsi ini menjadi argumentasi logis mengenai kemampuan orangtua untuk membiayai pendidikan anak-anaknya dan masih banyak anak usia sekolah yang tidak

menempuh pendidikan dasar. Melihat data yang tersedia untuk desa terdekat karena data desa Kenalan tidak tersedia, terdapat 699 anak usia sekolah dasar, 7-12 tahun. Dari jumlah tersebut hanya 348 anak yang sedang menempuh pendidikan dasar. Satu sekolah dasar negeri tidak cukup menampung pendidikan tanpa bayar dan satu sekolah dasar yang dikelola Kanisius memiliki siswa dengan kemampuan membayar SPP paling tinggi 30% dari nilai SPP.

Dibalik deskripsi yang menggugah keprihatinan kita, SD Kanisius Kenalan memiliki konsep menarik untuk terlibat dalam pemulihan ekonomi berkelanjutan yang dimulai dari pendidikan dasar. Pengetahuan, *attitude* dan *skill* dalam proses pendidikan menjadi fokus dalam karya pelayanan pendidikan mereka. Pertanyaan pentingnya adalah pengetahuan, *attitude* dan *skill* macam apa yang mampu membantu pemulihan ekonomi? Konsep menarik dari SDK Kenalan dalam karya pelayanan pendidikan mereka adalah mengajak anak *bangga dadi cah ndeso*. *Bangga* artinya memiliki rasa punya keunggulan dan kebesaran hati. *Kebesaran hati* untuk menerima keberadaan mereka sebagai *bocah ndeso* dengan segala keterbatasan sekaligus kelimpahan sumber daya yang ada di lingkungannya. *Kebesaran hati* dan merasa memiliki keunggulan itu dibangun dari pembelajaran sederhana yang melibatkan lingkungan sekitar sebagai media pembelajaran. Mereka belajar dari menaman lombok dan

sayuran, memupuk, memanen dan menggunakan hasil kebun tersebut. Mereka belajar memelihara kambing, membuat jadwal untuk mencari rumput dan eksplorasi yang memanfaatkan media lingkungan dengan kearifan lokalnya di bidang sumber daya alam, seni dan budaya. Kita bisa melihat banyak kegiatan mereka dalam Republik Anak Kenalan TV.

Sebagai sebuah kurikulum sekolah dasar, proses belajar dengan media lingkungan menjadi bagian dari mata pelajaran IPA, IPS, Bahasa Indonesia dan mata pelajaran lainnya. Mereka belajar proses tumbuh tanaman, pemupukan, kegunaan ekonomi dan kesehatan dari hasil panen, membuat cerita mengenai proses tumbuh tanaman, kegunaan pupuk, kegunaan dan manfaat penenan dan lain sebagainya. Ada pengetahuan yang diperoleh tidak melulu dari buku, tetapi dari lingkungan sekitarnya. Tidak berhenti di titik pengetahuan, tetapi ada pembelajaran untuk menghargai lingkungan sebagai media belajar yang menumbuhkan kesadaran bahwa lingkungan tempat mereka berada mampu mendukung pengetahuan bahkan kehidupan mereka. Kesadaran akan potensi lingkungan sekitar menjadi tahapan yang dibangun dalam proses pendidikan ini.



Gambar 1. Siswa belajar diluar ruang kelas
Sumber: dokumentasi pribadi

Praktik sederhana dengan membuat jadwal mencari rumput, waktu pemupukan, kegiatan nyampit sampah, menjadi cara belajar mengelola sebuah usaha, ada *leadership* yang dapat dipelajari secara langsung. Mengolah hati dengan melakukan kunjungan ke orang sakit dan manula menjadi bentuk kepedulian pendidikan SDK Kenalan pada kecerdasan memberikan respek terhadap sesamanya. Menarik bukan? Terlebih bagi sekolah yang sangat minim dukungan dana tapi mampu menyajikan kualitas pembelajaran yang hebat. Mereka tidak hanya melihat ataupun mengimajinasikan pengetahuan tetapi menyentuh, memelihara dan menggunakan pengetahuan itu.

Penghargaan terhadap lingkungan adalah *attitude* yang dibangun oleh karya pelayanan pendidikan ini. Anak

tidak lagi melihat desa sebagai sebuah lingkungan yang memprihatinkan karena jauh dari hiruk pikuk kota, keterbatasan akses transportasi dan tentu saja keterbatasan mengakses kemajuan lain yang disajikan secara virtual. Anak dilatih untuk melihat kekayaan lingkungan sekitarnya sebagai peluang untuk mengembangkan diri dan bangga menjadi bocah nggunung untuk menarik orang luar datang karena ada yang menarik dari *bocah ndeso*. Pendidikan yang memposisikan anak sebagai subjek dan aktor perubahan bagi desanya dan menggunakan lingkungan sebagai media belajar membuat mereka mengenal baik desa dengan segala potensinya.



Gambar 2. Kesenian jathilan
Sumber: dokumentasi pribadi

Keterlibatan lingkungan, yaitu orangtua, pekerja seni, peternak, petani, pemerhati, mahasiswa, orangtua asuh dalam proses pendidikan menjadi ciri khas pendidikan di SDK Kenalan. Teori perubahan pendidikan Fullan pada 2001, 2009, maupun 2015 menjadi konsep dapat menjelaskan sisi ilmiah dari praktik pendidikan di SDK Kenalan. Faktor yang menjadi driver terjadinya perubahan pendidikan adalah guru, *principle*, murid, dinas pendidikan, konsultan pendidikan dan orangtua serta komunitas sekolah. Peran orangtua dan komunitas sekolah tampak pada keikutsertaan mereka sebagai bagian dalam proses pembelajaran anak. Komunitas seni jathilan ambil bagian dalam pendidikan seni tari dan gamelan yang memberikan *skill* tari dan menabuh gamelan sekaligus menumbuhkan kesetiaan dan penghargaan mereka pada tradisi lokal. Orangtua dan komunitas diajak oleh sekolah untuk terlibat juga dalam keprihatinan penyelenggaraan pendidikan di SDK Kenalan. Gemati (Gerakan Mengasuh Anak Tani) menjadi salah satu usaha untuk memperbaiki kualitas penyelenggaraan pendidikan. Para relawan mahasiswa dan Gemati bekerja sama untuk menumbuhkan usaha kecil yang saat ini mulai berkembang tetapi belum dikenal.

Keterlibatan komunitas SDK Kenalan terlihat juga pada antusias mereka untuk membentuk Koperasi Simpan Pinjam (KSP) dengan anggaran dasar yang memberikan sebagian SHU kepada sekolah untuk mendukung

kemandirian sekolah. KSP menjadi menjadi bentuk kehadiran komunitas dalam sebuah organisasi yang produktif bagi proses pengembangan sekolah. Anggota KSP terdiri dari orangtua dan warga masyarakat yang berpotensi membangun usaha produktif untuk meningkatkan taraf kesejahteraan masyarakat berdasarkan semangat gotong-royong dan kesetiakawanan. KSP tidak hanya berperan sebagai pendukung penyelenggaraan pendidikan tetapi juga sebagai media pembelajaran bagaimana sebuah usaha produktif dapat didanai, kewajiban dan hak anggota koperasi dan memahami bagaimana orangtua dan komunitas sekitar berperan sebagai sebuah simbose mutualisma bagi tetap berdirinya sekolah.

Gambaran dan analisis sederhana di atas memberikan sebuah refleksi bagaimana kepedulian SDK Kenalan melalui karya pendidikan yang menumbuhkan pengetahuan, *attitude* dan *skill* siswa akan potensi dan rasa hormat terhadap sumber daya yang dimiliki serta terlibat secara aktif dalam pengembangan sumber daya yang mereka miliki berperan dalam pemulihan ekonomi. Sekolah yang menyediakan lingkungan sebagai ruang dan media untuk bereksplorasi, menemukan, belajar, mengetahui, menyadari dan mensyukuri serta mengolah segala apa yang ada di sekitarnya menjadi sebuah sumber kehidupan. Kesadaran akan potensi, pengetahuan akan pengolahan, pemeliharaan, pendanaan serta dukungan

komunitas akan membangun usaha produktif yang memperhatikan kearifan lokal. Rasa bangga sebagai *bocah ndeso*, menumbuhkan semangat membangun desa mereka lebih produktif, menjadi desa yang menarik untuk dikunjungi karena ada nilai yang ditawarkan pada mereka yang datang. *Bocah ndeso* disiapkan oleh lingkungan menjadi aktor perubahan di desa.

Keterlibatan komunitas sekitar dalam KSP akan menggerakkan perekonomian usaha produktif yang ada. Artinya, ada perbaikan pendapatan yang bisa peroleh orangtua dan kemampuan perekonomian yang meningkat akan berdampak pada peningkatan anak yang dapat menempuh pendidikan, peningkatan anak yang bangga sebagai *bocah ndeso* yang mampu mengembangkan potensi sumber daya yang ada disekitarnya. Meminjam konsep yang dikembangkan dengan dana *Christian Children's Fund* di Semarang sekitar tahun 2000, kepedulian pada pendidikan anak dilakukan dengan memperbaiki kemampuan orangtua untuk menghasilkan pendapatan. Dan SDK Kenalan melakukannya melalui beberapa dimensi yang mungkin sebelum tidak terpikirkan.

Pembaca yang Budiman, disana banyak kelapa, pisang, cengkeh, empon-empon, ketela, *landscape* yang indah dan banyak lagi, yang tidak bisa mengubah dirinya menjadi produk atau tempat yang lebih *saleable*. Ada usaha kecil yang butuh mengenalkan produknya, ada siswa yang butuh memahami teknologi yang mendukung mereka

untuk mengembangkan potensi sumber daya dan banyak lagi. Semoga tergelitik memberikan kemampuan yang kita miliki untuk sama dengan mereka, siswa SDK Kenalan, mengenali potensi dan terlibat.

Terima kasih Mas Yosef Onesimus Maryono untuk berbagi dan berdiskusi.

BIODATA PENULIS

Monika Palupi Murniati, lahir menurut akte di Wonogiri, 15 November 1973 (sebenarnya Yogyakarta). Saat ini aktif sebagai tenaga pengajar di Prodi Akuntansi dan Magister Akuntansi FEB Unika Soegijapranata. Ketertarikan karya di bidang akuntansi keperilakuan, sistem pengendalian manajemen yang kemudian berkembang menjadi ketertarikan di bidang pengelolaan pendidikan. Kerjasama penelitian di bidang pendidikan dimulai dengan Yayasan St Maria mengenai internalisasi nilai-nilai Yayasan di seluruh sekolah yang bernaung di YSM. Berlanjut pada kerjasama penelitian dengan Yayasan St Maria Abdi Kristus, Yayasan Penyelenggara Ilahi, dan Yayasan Kanisius cabang Surakarta.

AKUNTAN, MASA DEPAN INDONESIA

H. Sri Sulistyanto

sulis@unika.ac.id

Buku dengan judul “The End of Accounting” memang tampak provokatif. Meski sebenarnya mencoba memberi pesan bagi para akuntan bahwa “*numbers without comprehension are just that numbers*”. Atau supaya tidak lagi hanya berkuat bagaimana menyajikan angka namun juga memberi makna pada angka tersebut. Agar akuntansi tidak tergilas perubahan yang tengah terjadi.

JUDGEMENT

Ya. Selama ini masih banyak pihak yang memahami bahwa belajar akuntansi sekedar proses bagaimana menguasai cara menyusun laporan keuangan. Yang dengan mudah bisa dilakukan oleh teknologi informasi. Bahkan tanpa melibatkan orang yang berlatar belakang akuntansi sama sekali.

Pemahaman seperti itu memang tidak salah meski kurang tepat. Karena teknologi informasi hanya mampu menghasilkan laporan keuangan ketika situasi relatif stabil. Padahal bisnis sangat dinamis, bahkan cenderung *turbulence*, sehingga setiap perubahan harus diantisipasi dengan cepat dan tepat. Demikian pula dengan proses penyusunan laporan keuangan. Tidak lagi bisa hanya

menggunakan sistem yang bersifat *given* tapi seringkali harus disertai *judgment* tertentu.

Bahkan pada kondisi *extraordinary* sampai membutuhkan standar akuntansi baru untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Seperti yang terjadi pada akhir tahun 1990-an ketika negara ini dilanda krisis ekonomi. Dengan terbitnya standar akuntansi untuk mengakui kerugian atas selisih kurs.

Pada saat itu hutang korporasi dalam mata uang asing tiba-tiba nilainya meningkat lebih dari 5-7 kali lipat karena rupiah jatuh terhadap mata uang asing. Akibatnya banyak perusahaan yang mengalami kesulitan keuangan. Karena kewajibannya menjadi jauh lebih besar dibandingkan dengan aset yang dimilikinya. Bahkan, secara konseptual, mestinya sudah dinyatakan bangkrut.

Alasan itulah, untuk menyelamatkan perekonomian nasional, Pemerintah melalui Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) segera mengeluarkan standar akuntansi baru sebagai dasar mengakui kerugian atas selisih kurs. Yang digunakan untuk meminimalisir kewajiban yang menjadi tanggung jawab perusahaan. Meski upaya itu tampak seperti melegalisasi “rekayasa keuangan”.

Judgment, estimasi, pertimbangan, serta prediksi seperti contoh di atas jelas tidak mudah dilakukan oleh teknologi informasi. Sejalan dengan variabilitas kasus yang harus diselesaikan di lapangan. Seperti peristiwa kegagalan

sebuah sistem informasi akuntansi (SIA) berbasis teknologi informasi untuk di-*running*. Bahkan menghasilkan laporan keuangan bersaldo kas negatif.

Hasil penelusuran yang dilakukan memang sangat mengherankan. Betapa tidak, diluar aspek teknis, sistem tersebut ternyata disiapkan oleh orang-orang yang tidak mempunyai latar belakang akuntansi sama sekali. Tapi didesain dan dikembangkan oleh pihak yang kompeten dibidang teknologi informasi.

Karenanya mudah diduga, tanpa bekal filosofi dan konsep akuntansi yang memadai, permasalahan yang sebenarnya “sepele” menjadi tampak seperti benang kusut. Sulit ditemukan ujung dan pangkalnya. Padahal hanya dengan *judgement* akuntansi tertentu, semuanya dengan mudah dapat diselesaikan.

Itu sebabnya mengapa informasi akuntansi tidak bisa disajikan hanya dengan mengandalkan algoritma tertentu. Hal ini sejalan dengan kondisi perekonomian yang cenderung tidak menentu. Apalagi masa depan memang *uncertainty* dan anomalis. Hingga kemampuan untuk membuat *judgment*, estimasi, pertimbangan, serta prediksi akuntansi jauh lebih dibutuhkan.

Terlebih persaingan bisnis juga akan semakin meningkat dimasa depan. Seperti, sebagai contoh, industri perhotelan yang tarifnya bisa mengalami perubahan 5-6 kali per hari karena ketatnya persaingan

pasar. Hingga memerlukan orang-orang yang memahami konsep *costing* dengan baik.

KOMPETENSI

Situasi di atas ternyata tidak hanya dihadapi oleh dunia usaha. Namun juga terjadi di lingkungan pemerintahan. Sejalan dengan meningkatnya tuntutan akuntabilitas, responsibilitas, dan keterbukaan pengelolaan sumberdaya publik di negara ini pasca reformasi.

Pemerintah bahkan tidak hanya diminta untuk menyajikan laporan pertanggungjawaban sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum (*generally accepted accounting principles*). Namun juga mengimplementasikan semua prinsip tersebut dalam setiap aspek pengelolaan keuangan. Karenanya tidak mengherankan jika muncul berbagai konsep baru di lingkungan pemerintah. Mulai dari *costing*, *pricing*, *viability gap fund*, *balance scorecard*, dan sebagainya.

Konsep di atas, meski bukan barang baru di dunia bisnis yang *profit oriented*, namun tidak serta merta bisa diimplementasikan begitu saja di lingkungan instansi pemerintah yang *profitless oriented*. Diperlukan justifikasi-justifikasi akuntansi tertentu agar semua konsep tersebut bisa diterapkan. Apalagi saat digunakan untuk menghitung *unit cost* sebuah layanan publik.

Uniknya lagi, perbedaan karakteristik semacam itu juga terjadi antar lembaga pemerintah. Baik disebabkan oleh perbedaan jenis layanannya, seperti Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat dan Kementerian Perhubungan. Maupun karena faktor kedaerahan, misalnya Dinas Perhubungan Kota Semarang dengan Dinas Perhubungan Kabupaten Klaten.

Berbagai perbedaan karakteristik antar instansi pemerintah tersebut juga memerlukan justifikasi akuntansi. Alasan inilah yang membuat tidak ada metode, prosedur, dan estimasi akuntansi yang bersifat generik di lembaga pemerintahan. Karena akan selalu muncul *gap* antar instansi.

Untuk itulah mengapa diperlukan orang-orang yang kompeten dan *capable* dibidang akuntansi. Agar selalu bisa menyodorkan alternatif solusi terbaik untuk menyelesaikan persoalan-persoalan pengelolaan keuangan negara dan daerah. Apalagi lembaga pemerintah juga cenderung dinamis. Hingga setiap saat membutuhkan berbagai konsep baru yang implementatif.

CATATAN PENUTUP

Kondisi di atas tentu menjadi tantangan bagi dunia pendidikan akuntansi. Yaitu, *pertama*, bagaimana menghasilkan alumni yang cakap dibidang akuntansi. Yang menguasai filosofi teori akuntansi sehingga mampu menawarkan solusi terbaik untuk seluruh permasalahan

keuangan. Baik untuk dunia bisnis, pemerintahan, maupun lembaga *non profit* lainnya.

Kedua, menghapus *image* bahwa kuliah akuntansi sekedar belajar bagaimana menyusun laporan keuangan. Upaya ini sekaligus untuk *re-positioning* teknologi sebagai alat bagi akuntansi. Bukan bagian utama atau setara dengan akuntansi itu sendiri. Semua itu diperlukan agar orang tidak lagi menganggap akuntan sebagai profesi yang akan tergilas di era disrupsi. Setuju?

BIODATA PENULIS

H. Sri Sulistyanto merupakan dosen tetap dengan jabatan akademis Lektor Kepala pada Prodi Akuntansi FEB Unika Soegjapranata. Penulis juga menjadi konsultan dan narasumber di berbagai instansi pemerintah pusat/daerah, lembaga legislatif, BUMD, serta perusahaan swasta.

AUDITOR “NEXT-GENERATION”

B. Linggar Yekti Nugraheni, MCom, PhD., CA

ling@unika.ac.id

AUDIT DI ERA PASCA PANDEMI

Pada era pasca pandemi, banyak perusahaan yang *insolvent* dan mengalami krisis keuangan berusaha bangkit secara cepat agar terhindar dari krisis yang berkepanjangan. Selain itu, banyak terjadi perubahan proses bisnis klien, mulai dari operasi perusahaan sampai pengelolaan sumber daya manusia. Hal ini memberikan tantangan tersendiri bagi auditor, sebagai pihak independen, yang akan memberikan penilaian atas kewajaran laporan keuangan sebuah entitas (klien). Auditor akan dihadapkan pada isu kompetensi dan etika profesional dalam menjalankan penugasan (*engagement*) untuk memberikan jasa audit bagi klien.

Beberapa masalah yang timbul dan dihadapi oleh akuntan dalam era pasca pandemi adalah, (1) perbedaan pemulihan ekonomi yang tidak seimbang pada entitas, (2) kebutuhan klien untuk konsultasi, (3) efisiensi biaya, (4) isu mengenai perkembangan teknologi, (5) Kesehatan mental auditor. Masalah-masalah yang timbul sangat erat berkaitan dengan kemampuan, tantangan dan etika profesional.

Pertama, pada masa pasca pandemi, banyak perusahaan berusaha untuk bangkit dari krisis ekonomi yang mungkin dihadapi pada masa pandemi. Selama masa pandemi, perusahaan banyak mengalami penurunan penjualan dan produksi secara drastis sehingga mengakibatkan perusahaan mengalami kerugian. Pemulihan kondisi ini akan sangat akan sangat berbeda dan tergantung dari sumber daya dan situasi yang dihadapi masing-masing perusahaan. Beberapa perusahaan akan pulih secara cepat sehingga hal ini tidak akan mengganggu kelangsungan hidup perusahaan. Namun demikian, banyak perusahaan yang masih kesulitan untuk pulih normal secara cepat seperti sebelum masa pandemi. Berkaitan dengan hal ini, akuntan akan menghadapi permasalahan etika, karena banyak asumsi-asumsi yang selama ini digunakan dalam kondisi “normal” tidak bisa digunakan dan diaplikasikan lagi. Sebagai contohnya, dalam melakukan analisis mengenai kelangsungan hidup perusahaan, seorang auditor akan menyesuaikan beberapa asumsi untuk bisa memberikan opini mengenai kelangsungan hidup perusahaan tersebut.

Kedua, pada masa pandemi, perusahaan banyak membutuhkan jasa non-audit untuk membantu perusahaan tersebut untuk bertahan dalam menjalankan bisnis mereka dan melaporkannya dalam laporan keuangan. Penugasan non-audit ini menjadi tantangan tersendiri bagi kantor akuntan atau auditor yang selama

ini menjalankan penugasan audit untuk klien. Tantangan tersebut antara lain adalah adanya konflik kepentingan antara pemberian jasa audit dan non-audit. Hal ini menimbulkan beberapa isu etika profesional dan independensi auditor. Auditor memiliki tantangan untuk tetap tunduk pada etika profesional dengan tidak memberikan jasa non-audit kepada klien pada saat mereka melakukan jasa audit. Di satu sisi, perusahaan memerlukan konsultan untuk bisa bertahan dalam situasi krisis.

Ketiga, dalam masa pasca pandemi, perusahaan belum sepenuhnya pulih dari situasi krisis sehingga mengakibatkan biaya audit menjadi ditekan. Sebagai akibatnya, kualitas jasa audit menjadi tidak sesuai dengan standar yang diharapkan. Hal ini terutama terjadi pada perusahaan pada skala kecil dan menengah, yang tidak memiliki cukup sumberdaya untuk memberikan *fee* yang memadai bagi auditor. Beberapa penelitian mengatakan bahwa *fee* audit akan sangat mempengaruhi kualitas audit. Penekanan biaya audit akan mengakibatkan pemangkasan beberapa prosedur dan terjadi penyesuaian pekerjaan lapangan selama penugasan audit.

Keempat, perkembangan teknologi informasi memberi peluang bagi klien untuk menggunakan teknologi dalam membantu proses bisnis mereka. Banyak perusahaan meningkatkan kemampuan teknologi mereka, dengan melakukan *upgrades* pada beberapa software dan

aplikasi. Beberapa perusahaan juga sudah mulai mengadopsi beberapa teknologi yang berbasis *machine learning*, *artificial intelligence* dan *big data*. Sebagai dampaknya, terjadi peningkatan risiko yang cukup eksponensial dalam kegiatan perusahaan. Di beberapa negara maju, seperti Amerika dan Inggris, kejahatan siber (*cybercrime*) naik masing-masing dua kali lipat dan 30% pada masa menjelang akhir pandemi dan setelah pandemi usai. Hal ini juga mengakibatkan peningkatan kebutuhan tenaga ahli khusus untuk memahami atau menangani kejahatan siber. Auditor sebagai profesional dituntut untuk paham mengenai lingkungan bisnis klien dan perkembangan teknologi yang diadopsi klien. Namun demikian, hal ini juga merupakan peluang bagi profesional termasuk auditor untuk meningkatkan kemampuan profesional di bidang teknologi dan sistem informasi, meskipun faktanya, peluang ini sebagian besar dijumpai pada kantor akuntan besar dan berafiliasi internasional.

Kelima, terdapat tantangan psikologis dan mental yang dihadapi auditor dalam melaksanakan penugasan. Selama masa pandemi, auditor mengalami tekanan akibat pelaksanaan penugasan yang dilakukan secara daring serta terbatasnya komunikasi yang dilakukan dengan klien. Lebih jauh, hal ini juga diperburuk dengan perubahan metode perolehan bukti audit yang sebelumnya dilakukan secara langsung (mengunjungi klien) menjadi perolehan

bukti secara jarak jauh. Bagi auditor dengan pengalaman dan kemampuan komunikasi terbatas, hal ini memberi tekanan mental besar. Di sisi lain, terdapat tuntutan agar auditor dapat bekerja secara profesional dan menggunakan segala kemampuannya untuk melaksanakan penugasan. Setelah masa pandemi, situasi tekanan mental tidak bisa begitu saja hilang, karena auditor juga harus senantiasa beradaptasi dengan perubahan yang terjadi. Pola penugasan yang selama ini dilakukan pada masa pandemi bisa saja masih akan tetap berlangsung. Oleh karena itu, dibutuhkan budaya organisasi yang kuat serta pola komunikasi yang terbuka, baik antar anggota tim dalam pelaksanaan audit maupun antara auditor dan klien.

AUDITOR “NEXT - GENERATION”

Beberapa masalah yang dihadapi auditor sangat erat berkaitan dengan kompetensi, kemampuan komunikasi dan etika profesional. Pengalaman di masa pandemi akan menjadi sebuah pijakan baru bagi para pelaku bisnis dan profesional untuk beradaptasi dan mengantisipasi perubahan di masa yang akan datang. Auditor “next-generation” dituntut untuk memiliki kemampuan dan pengetahuan yang selama ini belum dipikirkan dan disadari.

Pertama, auditor memerlukan kemampuan untuk memahami bisnis klien secara komprehensif. Selama masa

dan pasca pandemi, banyak perusahaan mengalami perubahan proses bisnis yang sangat signifikan. Beberapa perusahaan mulai mengimplementasikan “*work from anywhere*”, sehingga perusahaan dijalankan dengan kehadiran staf yang terbatas di kantor yang didukung dengan kemampuan teknologi yang memadai. Perkembangan *cloud computing* dalam operasi bisnis menjadi signifikan, yang dapat memberi tantangan lain seperti meningkatnya kejahatan siber. Hal ini memberi tantangan tersendiri bagi auditor untuk memiliki kemampuan cukup untuk mengantisipasi perubahan tersebut dan menyesuaikan prosedur penugasan audit.

Kedua, melaksanakan penugasan audit dengan pendekatan secara interdisipliner. Selama ini, auditor hanya fokus pada *tracing* dan *vouching* secara konvensional dan tidak melibatkan kecanggihan teknologi tertentu. Penugasan audit di masa yang akan datang akan membutuhkan kemampuan untuk bisa melakukan *data analytics*, menggunakan *audit tools* yang berbasis teknologi, serta pendekatan audit yang berbeda untuk klien yang menggunakan teknologi informasi tingkat tinggi (*high-end technology*). Beberapa kantor akuntan publik yang besar sudah menggunakan bantuan teknologi yang dapat membaca dan mengidentifikasi detail pada dokumen sumber pada saat melakukan *vouching* dan *tracing*. Oleh karena itu, auditor harus senantiasa melakukan pelatihan secara berkelanjutan berkaitan dengan perkembangan

data analytics, kejahatan siber, risiko fundamental teknologi informasi dan lainnya.

Ketiga, auditor di masa mendatang membutuhkan kemampuan komunikasi yang efektif. Selama pandemi, auditor melakukan penugasan secara *remote* karena adanya pembatasan sosial yang ditetapkan pemerintah. Dalam situasi tersebut, auditor dituntut untuk memiliki kemampuan komunikasi yang memadai karena meskipun dilakukan secara jarak jauh, auditor harus mampu menyampaikan hasil penugasan audit kepada klien dengan disertai bukti-bukti yang cukup. Perubahan ini mungkin akan tetap terjadi setelah pandemi berakhir, karena beberapa jenis prosedur dan pola komunikasi tetap bisa dipertahankan secara jarak jauh sebagai tambahan dari pola komunikasi secara langsung. Pertemuan dengan pihak manajemen dan auditor tetap bisa dilakukan secara daring, sedangkan penugasan lapangan tetap dilakukan secara langsung. Auditor dengan pengalaman terbatas harus terus meningkatkan kemampuan komunikasi dengan mengikuti beberapa training dan belajar dari auditor senior yang lebih berpengalaman.

Keempat, auditor dimasa depan dituntut untuk memiliki kemampuan memprediksi tantangan masa depan. Munculnya pandemi Covid-19 telah memberikan gambaran ketidakpastian yang mungkin akan terjadi di masa yang akan datang yang berdampak pada dunia bisnis dan dunia profesional. Perubahan yang mungkin terjadi di

masa yang akan datang harus disikapi secara cepat namun tetap hati-hati dan cermat. Heraclitus, seorang filsuf Yunani mengatakan “change is the only constant in life” .. *so be ready to it.*

BIODATA PENULIS

Penulis merupakan dosen dan peneliti di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata. Penulis fokus pada akuntansi keuangan dan isu kontemporer dengan berbagai pendekatan dalam akuntansi keuangan.

PERAN GENERASI MUDA PULIHKAN EKONOMI NASIONAL

Thea Estelitha Sugianto

20d10059@student.unika.ac.id

Pandemi Covid-19 yang telah ada sejak 1,5 tahun di Indonesia sangat merugikan baik dari pemerintah maupun masyarakat sendiri. Salah satunya dalam aspek ekonomi, banyak orang kehilangan pekerjaan akibat PHK. Masyarakat bingung mencari uang di mana karena ini merupakan saat-saat yang krisis. Apa lagi akhir-akhir ini pemerintah mengambil upaya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) banyak orang tidak bisa berjualan karena sepi dan juga harus melakukan *take away* tidak boleh makan di tempat, ini dikarenakan situasi Covid-19 yang belum juga mereda. Banyak orang meninggal juga karenanya sehingga masyarakat pada takut untuk keluar rumah, keluar rumah pun tetap harus memenuhi protokol dengan menggunakan masker double, menjaga jarak, mencuci tangan, serta membawa hand sanitizer. Pandemi covid 19 sungguh - sungguh membawa perubahan yang luar biasa, pada kebiasaan yang tidak normal, namun menjadi normal baru (*new normal*)

Di saat-saat Indonesia mengalami penurunan ekonomi ini dan juga perekonomian global, bukan berarti

pemerintah serta seluruh rakyat Indonesia tidak dapat mendapatkan pemasukan untuk kehidupan mereka. Tentu masih ada banyak sekali cara untuk memulihkan perekonomian yang ada di negara Indonesia ini. Salah satunya dengan adanya memanfaatkan teknologi informasi, yakni melakukan aktifitas usaha, jual - beli secara *online*. Pasar online (*e-commerce*) terfasilitasi atau membuat masyarakat dengan mudah dapat membeli serta mendapatkan barang - barang yang mereka butuhkan tanpa harus keluar untuk membelinya. Tentu hal ini sangat praktis dan sangat memudahkan masyarakat terutama mereka yang sedang terkena *covid-19* dan masyarakat yang *Work From Home* (WFH). Selain memudahkan masyarakat yang membutuhkan, pasar online (*e-commerce*) ini juga dapat memudahkan penjual dalam memperjualkan dagangannya dengan mudah tanpa harus berjualan di luar ruangan yang bisa terkena terkena sinar matahari serta hujan deras. Pasar *online* adalah salah satu implementasi dari pemasaran digital (*digital marketing*). Pemasaran digital adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan atau yang menggunakan media digital. Kelebihan dari pemasaran digital dibandingkan dengan pemasaran konvensional adalah kemampuannya dalam menjangkau pasar dan fleksibilitasnya. Pemasaran konvensional yang dimaksud adalah pemasaran yang diasanya dilakukan dengan tatap muka, promosi

menggunakan media cetak. Pemasaran digital lebih banyak menggunakan media digital.

Empati sendiri adalah kemampuan untuk memahami apa yang dirasakan oleh orang lain secara emosional yaitu dengan melihat dari sudut pandang orang tersebut dan dilakukan dengan tindakan nyata. Semua orang punya tindakan empati yang berbeda-beda. Ada yang mampu berempati terhadap sesama, ada juga yang tidak punya rasa empati. Jadi untuk mempunyai rasa empati ini kita harus sadar sendiri dari dalam diri kita. Seorang psikopat saja mempunyai empati ketika korbannya disiksa mereka tau perasaan korbannya yang tidak dimiliki mereka hanya simpati. Simpati sendiri adalah seseorang yang menggambarkan perasaan belas kasih dan sayang serta perasaan peduli pada seseorang yang seringkali orang terdekat kita atas kejadian yang menimpa orang tersebut. Kalau perbedaan simpati dan empati yaitu simpati lebih menggambarkan rasa sakit emosional seseorang dengan rasa kasihan tetapi kalau empati lebih mendalam jadi kita seperti tau apa rasanya jika jadi orang tersebut. Kita sebagai manusia haruslah mempunyai rasa empati dan simpati yang tinggi karena di negara kita sendiri yaitu Indonesia mempunyai ideologi yaitu Pancasila. Tindakan empati dan simpati ini memang harus dilatih sejak kita masih dini agar menjadi kebiasaan sampai besar.

Sebagai seorang manusia memang sudah seharusnya kita mempunyai rasa empati dan juga simpati yang tinggi karena kita merupakan makhluk sosial yang pastinya membutuhkan satu sama lain dan tidak dapat hidup sendiri. Kita harus mempunyai rasa peduli satu sama lain, harus mengetahui kondisi orang tersebut gimana baik secara mental maupun fisik jangan malahan kita egois mementingkan diri kita sendiri. Banyak orang masih belum mempunyai rasa empati dan juga simpati pada orang lain. Mereka lebih mementingkan kesusahan diri mereka sendiri sehingga kurang memperhatikan orang-orang sekitar. Sebagai contoh yaitu mereka ada masalah hidup bersama keluarganya tapi dia merupakan orang berkecukupan, ketika dia melihat pengemis yang lebih membutuhkan daripada dia malah dia tidak membantu si pengemis. Itu merupakan tindakan yang tidak patut untuk dicontoh.

Sebagai cara untuk mengatasi pemulihan ekonomi nasional, kita generasi milenial harus berlatih untuk mengembangkan usaha sendiri. Kita dapat membangun usaha secara kecil-kecilan terlebih dahulu seperti berjualan makanan dan minuman yang saat ini sedang populer. Masyarakat Indonesia ini mayoritasnya menyukai hal yang berbau kuliner, maka dari itu hal ini dapat dimanfaatkan sebaik mungkin. Generasi muda seperti kita tentu dapat menguasai teknologi yang ada saat ini maka dari itu dapat dimanfaatkan sebaik mungkin. Misalnya, dapat juga

berjualan di *e-commerce* seperti berjualan make-up ataupun barang-barang seperti baju, celana, tas, pernak-pernik, meja, kursi, dan masih banyak lainnya. Kita pun sebagai penjual tidak akan kesusahan dalam melayani pelanggan karena dipermudah dengan adanya *m-banking*. Dengan generasi muda ikut dalam program memulihkan ekonomi nasional maka diharapkan dapat membuka lebih banyak lapangan pekerjaan yang ada, terutama untuk masyarakat di Indonesia bagian timur.

Sebagai generasi muda juga dapat membantu orang-orang di sekitar kita. Seperti menggunakan aplikasi Grab/Gojek/Taxi untuk membantu orang-orang yang bekerja di bidang transportasi tersebut. Ada juga generasi muda sekarang yang membantu para petani dalam memasarkan hasil panen petani yang ada ke dalam *e-commerce* maupun melalui *live broadcast* yang generasi muda lakukan. Sehingga dengan ikut andil dalam hal ini diharapkan generasi muda dapat memulihkan ekonomi nasional. Selain itu, generasi muda juga akan mendapat manfaat dengan adanya aksi yang dapat disebut dengan gotong royong ini. Generasi muda dapat dilatih untuk bersikap lebih dewasa dan berpikiran ke depan.

Generasi muda diharapkan mampu membantu melakukan pemulihan ekonomi nasional pasca *covid-19* ini. Karena peran generasi muda ini sangatlah penting demi kelangsungan hidup perekonomian Indonesia. Seperti yang kita sudah pelajari dari agama kita, Tuhan

mengajarkan kita untuk peduli dan juga mengasihi sesama kita seperti diri kita sendiri. Ketika ada umat-Nya yang butuh bantuan Dia akan selalu siap menolong kita dalam hal apa pun. Kita harus mencontoh dari teladan yang baik seperti Tuhan Yesus. Jadi mulai sekarang kita sebagai manusia harus belajar empati dan juga punya simpati terhadap sesama kita. Karena kita juga tidak akan bisa hidup sendiri. Sebagai manusia kita juga pasti banyak kekurangan tidak mungkin kalau tidak mempunyai kekurangan. Jadi harus mengandalkan orang lain, jangan hanya terhadap diri sendiri saja

Moga-moga saja setelah pasca pandemi ini pekerja-pekerja tidak kehilangan pekerjaan karena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) dan juga ekonomi Indonesia segera membaik. Kita dapat membantu pemerintah dengan cara memberi bantuan yang tadi telah saya beritahu. Jangan lupa mendekatkan diri pada Tuhan karena ini sudah memasuki akhir zaman. Banyak orang berdosa belum bertobat maka bertobatlah sadar dengan kesalahannya jangan juga egois dengan cara menyalahkan orang lain, lihat dulu diri sendiri apakah sudah benar atau belum.

BIODATA PENULIS

Thea Estelitha Sugianto lahir di Semarang pada tanggal 27 Februari 2002 dan merupakan mahasiswa semester empat di Universitas Katolik Soegijapranata - Semarang.

PERANANAN GEN Z MENINGKATKAN EKONOMI PASCA *COVID-19*

Jose Rizal Luciano

20d10009@student.unika.ac.id

Perekonomian dunia telah terguncang karena adanya Pandemi *Covid-19*, tak terkecuali Indonesia. Gen Z atau generasi millennial memiliki peran yang sangat signifikan dalam proses pemulihan perekonomian Indonesia. Gen Z yang sangat kreatif dan pemberani mempengaruhi ragam bisnis yang dilakukan generasi ini. Perkembangan usaha yang dipilih Gen Z selama masa pandemi juga dipengaruhi oleh perkembangan teknologi.

PENDAHULUAN

Semenjak adanya pandemi *Covid-19* diseluruh dunia banyak mengakibatkan perubahan yang sangat besar. Pandemi telah banyak memberi dampak pada kesehatan maupun aktivitas masyarakat, seperti aktivitas bisnis. Aktivitas bisnis kebanyakan diharuskan untuk dikerjakan dari rumah atau *work from home*, upaya ini dilakukan dengan tujuan untuk meminimalisir adanya penularan saat dilakukan tatap muka langsung. Pandemi yang terjadi sangat mengganggu masyarakat didalam aktivitasnya untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka, masyarakat perlu

beradaptasi untuk bekerja dari rumah, dan yang terburuknya adalah banyak UMKM dan perusahaan yang mengalami kebangkrutan, akibatnya banyak masyarakat yang kehilangan pekerjaannya, karena perusahaan tempat mereka mencari nafkah mengalami kebangkrutan atau perusahaan tempat mereka bekerja terpaksa melakukan pengurangan karyawan, oleh sebab itu banyak perusahaan melakukan PHK terhadap karyawannya. Maka dari itu sebagai solusi untuk meningkatkan perekonomian pasca pandemi Covid-19, sebagai generasi millennial diharapkan dapat untuk membuka mata untuk membaca peluang usaha baru dengan memanfaatkan pengetahuan, teknologi, dan informasi yang kita dapatkan dari banyak sumber-sumber seperti seminar kewirausahaan, hingga menjadikan influencer muda yang sukses didalam bisnis sebagai role model dalam dunia bisnis yang akan dijalani atau di tekuni. Gen Z atau millennial merupakan sumber daya manusia yang berpotensi, dan akan sangat diperlukan pada masa ini, yaitu pada masa atau era globalisasi dimana teknologi sedang berkembang pesat dan selalu terbarukan.

Nolan, L. S. (2015) berpendapat bahwa gen z atau millennial memiliki peranan penting didalam bidang wirausaha karena millennial dipandang memiliki keterampilan yang jauh lebih maju didalam teknologi dan gen z memiliki keinginan untuk maju dan terus berkembang. Gen z juga dianggap sebagai sumber daya manusia yang inovatif memiliki *impact* yang tinggi didalam

dunia kerja maupun bisnis karena generasi millennial juga dinilai lebih memiliki usaha untuk membangun strategi yang unggul di dalam bisnis.

DISKUSI

Pada saat ini yaitu saat dimana Indonesia sedang berusaha untuk memacu perekonomian pasca pandemi, banyak wirausahawan millennial yang bermunculan didalam dunia bisnis, untuk menjadi seorang wirausahawan muda tentunya bukan jalan yang mudah, untuk menjadi wirausahawan tentunya seseorang perlu untuk memiliki karakter, strategi dan ketekunan. Gen z sebagai generasi yang inovatif melihat kesempatan menjadi sebuah ide bisnis yang memiliki nilai tambah, gen z juga berperan penting didalam membantu meningkatkan pertumbuhan dan pemulihan perekonomian dan menciptakan lapangan kerja baru yang memberikan dampak pertumbuhan ekonomi, dan juga membantu didalam membuka lapangan kerja baru yang akan berdampak dalam memacu perekonomian Indonesia pasca pandemi. Kemampuan beradaptasi millennial dalam situasi saat ini sangat memungkinkan untuk bisnis dapat berjalan kembali dengan baik, atau bahkan dapat lebih berkembang dari sebelum-sebelumnya (sebelum pandemic) tentunya perlu dilakukan evaluasi dan perbaikan siklus bisnis karena mengingat kondisi lingkungan bisnis yang dinamis (cepat berubah). Pada era ini sangat

memungkinkan untuk generasi muda memperoleh informasi dan menjalankan usahanya melalui teknologi, khususnya pada segmen ekonomi yang dibahas. Dengan adaptasi kebiasaan baru yaitu kebiasaan yang serba-serbi online menjadi salah satu kesempatan atau peluang bagi kaum muda untuk membentuk ekosistem bisnis dengan pemasaran yang menggunakan media online atau *digital marketing*. Bisa dilihat sekarang tidak sedikit perusahaan yang dapat terus tumbuh dan semakin berkembang dengan memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan bisnisnya.

Ada banyak peluang untuk generasi millennial untuk memulai berwirausaha, tetapi semua juga bergantung pada pola pikir setiap individu. Pola pikir seorang wirausahawan haruslah terbuka lebar untuk melihat setiap kesempatan. Mengenai kesempatan, kita bisa melihatnya dari sekitar kita misalnya melihat sesuatu yang sedang tren di kalangan sekitar, menemukan sesuatu dan menghadirkan solusi untuk kebutuhan masyarakat, memanfaatkan teknologi informasi semaksimal mungkin untuk menggalih pengetahuan mengenai bisnis yang akan dimulainya, dan yang tidak kalah penting adalah membangun relasi dengan masyarakat luas untuk mencari informasi terbaru yang terjadi di kalangan masyarakat. Jika ditekuni dengan lebih dalam, kita sangat mungkin untuk menemukan potensi dan ide bisnis yang sebelumnya tidak pernah terduga dan terpikirkan.

Banyak millennial yang telah melihat lebih dalam setiap peluang, dengan memanfaatkan peluang yang ada di pasar untuk memulai bisnis selama pandemic, bisnis yang dirangkai juga mampu menciptakan lapangan pekerjaan untuk banyak orang. Bisa kita lihat pada saat pandemic banyak juga bisnis baru yang berkembang, contohnya pada saat awal pandemic banyak bisnis di bidang kesehatan yang bermunculan seperti bisnis penjualan masker, sanitizer dan berbagai alat kesehatan lainnya. Banyak juga bisnis di bidang *Food and Beverage* atau FnB yang banyak bermunculan, bisnis kuliner masakan rumahan juga bermunculan. Banyak bisnis yang bermunculan seiring dengan peluang yang tersedia, jika salah satu waralaba dapat berkembang maka akan berdampak juga kepada usaha lainnya membentuk rantai pasokan contoh mudahnya adalah bilamana usaha kuliner melonjak naik pasti akan berdampak juga kepada bisnis peralatan masak, supplier bumbu masakan dan juga bisa berdampak pada penyedia jasa pesan antar. Secara tidak langsung nantinya satu sama lain dapat saling mengangkat karena pada akhirnya saling berhubungan antara bisnis yang satu dengan yang lainnya. Salah bisnis yang paling digemari oleh millennial adalah bisnis *coffee shop*, tidak heran kopi menjadi salah satu idaman para generasi z karena hampir semua kalangan usia adalah penikmat atau penggemar kopi, maka dari itu bisnis kopi menjadi salah satu peluang bisnis yang berpotensi, lalu dari mana mereka bersaing ditengah derasny arus

persaingan? Yaitu tentunya kembali lagi dengan memanfaatkan media sosial untuk melakukan proses pemasaran dan promosi, dari media sosial tersebut mereka dapat mendeskripsikan konsep dan menonjolkan keunggulan atau perbedaan apa yang mereka jual dengan *coffee shop* yang lainnya. Namun hal tadi hanya sebagai salah satu contoh bentuk bisnis yang dijalankan millennial untuk berpartisipasi dalam meningkatkan perekonomian negara dan membuka lapangan pekerjaan untuk orang lain.

Pada intinya saat ini segala urusan bisnis pastinya harus memanfaatkan teknologi agar dapat bersaing dan tetap berdiri dikala persaingan dan di saat perekonomian negara sedang tumbuh kembali.

BIODATA PENULIS

Jose Rizal Luciano merupakan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang. Penulis menyukai hal-hal baru yang dapat bermanfaat untuknya dan orang disekitarnya saat ini dan esok nanti.

REFERENSI

Nolan, L. S. (2015). *The Roar of Millennials: Retaining Top Talent in the Workplace*. *Journal of Leadership, Accountability & Ethic*, 12(5)

http://na-businesspress.homestead.com/JLAE/NolanLS_Web_12_5_.pdf

Sulistiyawan, B. (2020). *Generasi Millennial Sumber Ide*.
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13270/Generasi-Millennial-Sumber-Ide.html>

PERAN STRATEGIS GENERASI Z DALAM MENDUKUNG KEBANGKITAN DESA WISATA DITENGAH PEMULIHAN EKONOMI PASCA COVID-19

Ikhya Ulumuddin, SE.

21g30001@student.unika.ac.id

DAMPAK COVID 19 TERHADAP PENURUNAN INDUSTRI PARIWISATA

Tak terasa sudah dua tahun berlalu sejak pertama kali virus Covid-19 menular ke Indonesia. Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah sebagai wujud menekan penularan virus covid-19. Namun masifnya dampak yang ditimbulkan akibat virus ini menyebabkan pemulihan pasca pandemi memakan waktu cukup lama. Hingga saat ini dampaknya masih dapat dirasakan.

Seperti yang kita ingat, awal maret tahun 2020 pertama kalinya Covid-19 terdeteksi masuk ke Indonesia. Penyebaran virus ini terkonfirmasi berasal dari kota wuhan, China. Ganasnya virus covid-19 menyebabkan dengan cepat menyebar ke berbagai negara tak terkecuali wilayah Indonesia. Dampak serangan virus ini menyebabkan kepanikan warga dan menyebabkan kelumpuhan sektor ekonomi Indonesia.

Salah satu dampak covid-19 yang masih dirasakan hingga saat ini adalah melemahnya sektor industri

pariwisata Indonesia. Sejak awal tahun 2020, jumlah wisatawan asing yang masuk ke Indonesia menurun tajam. Pemerintah mencatat hanya sekitar 4,052 juta wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia selama tahun 2020. Penurunan jumlah wisatawan ini menyebabkan penurunan pendapatan negara pada sektor wisata.

Turunnya sektor wisata berimbas pada sektor-sektor lain yang menunjang sektor wisata. Sektor perhotelan selama pandemi Covid-19 mengalami penurunan okupansi hotel. Selama tahun 2020, okupansi hotel-hotel di Indonesia terus mengalami penurunan hingga puncaknya terjadi pada bulan April hanya sebesar 12,67%. Sektor transportasi dan biro perjalanan wisata, serta sektor UMKM penunjang wisata juga mengalami hal yang sama yaitu mengalami krisis akibat Covid-19.

Melalui paket stimulus nasional, pemerintah berupaya menggenjot kembali perekonomian Indonesia. Program tersebut merupakan rangkaian kegiatan mitigasi dampak Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia. Salah satu cara dalam mendukung program pemulihan ekonomi nasional adalah dengan membangkitkan kembali potensi wisata Indonesia melalui optimalisasi desa wisata dengan keikutsertaan Generasi Z dalam rangka mempromosikan kembali obyek desa wisata yang berdaya saing tinggi.

DESA WISATA DAN PEMULIHAN EKONOMI NASIONAL

Pemerintah saat ini gencar mempromosikan desa wisata sebagai salah satu destinasi unggulan. Desa wisata diyakini mampu menawarkan keunggulan destinasi yang bervariasi pada setiap lokasinya. Melalui program anugerah desa wisata pemerintah mendorong adanya inovasi pariwisata pada tingkat desa. Dengan adanya desa wisata juga diharapkan mampu mendorong kemajuan perekonomian pada tingkat desa.

Seperti yang kita tahu bersama bahwa Indonesia adalah negara yang terdiri dari kepulauan. Setiap pulau menyimpan potensi keindahan alam yang berbeda-beda. Potensi keindahan alam ini tersebar diberbagai desa-desa yang ada dipelosok Indonesia. Apabila potensi alam dimanfaatkan dengan baik, akan menjadi daya tawar wisata alam mampu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.

Total desa wisata yang tercatat sampai sejauh ini adalah 1.831 desa wisata. Data ini merujuk pada keikutsertaan desa wisata dalam program Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) pada tahun 2021. Tentu saja data tersebut sangat kecil jika dibandingkan dengan jumlah desa yang dimiliki oleh Indonesia. Tercatat Indonesia memiliki 83.843 desa yang tersebar dalam 35 provinsi. Sehingga Indonesia masih menyimpan potensi desa wisata yang belum terekspos.

Sebagai upaya dalam memulihkan ekonomi pasca pandemi covid-19, pembangunan sektor wisata pedesaan menjadi alternatif dalam meningkatkan perekonomian pada level paling rendah. Kita ketahui bersama bahwa desa merupakan elemen pemerintahan negara yang paling kecil. Dimana desa mempunyai peran penting dalam merevitalisasi perekonomian masyarakat desa serta menjembatani kesenjangan pembangunan nasional sesuai dengan amanat UU No. 6 Tahun 2014 tentang Desa. Dengan adanya pengelolaan yang baik pada potensi desa yang dimiliki akan mampu mendatangkan wisatawan yang akan berdampak pada meningkatkan kemandirian ekonomi ditingkat desa.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa keberadaan desa wisata dapat meningkatkan perekonomian daerah sekitar. Penelitian yang dilakukan Budiyah (2020) menjelaskan dengan adanya desa wisata yang ada di Desa Ketenger Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas Propinsi Jawa Tengah berimplikasi terhadap perekonomian masyarakat sekitar. Pengembangan desa wisata dengan peningkatan potensi desa yang dimiliki oleh Desa Ketenger telah memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, dkk. (2016) bahwa hasil wawancara dengan masyarakat sekitar menjelaskan keberadaan desa wisata Umbulrejo, ponjong, Gunungkidul mampu meningkatkan perekonomian

masyarakat sekitar. Dari hasil beberapa penelitian tersebut menandakan bahwa dengan adanya desa wisata akan mampu meningkatkan perekonomian masyarakat disekitarnya.

PERAN STRATEGIS GENERASI Z DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA

Generasi Z mempunyai peran penting dalam mendukung pengembangan wisata yang ada di tingkat desa. Negara Indonesia saat ini diuntungkan dengan tingginya populasi kaum millennial dan Generasi Z. Kategori generasi Z adalah kelompok yang lahir antara tahun 1995 sampai dengan 2010. Generasi Z memiliki kemahiran dalam teknologi dan suka berkomunikasi (www.merdeka.com). Berdasarkan hasil Sensus Penduduk 2020, diperoleh data 53% atau sekitar 90 juta penduduk Indonesia, dengan mayoritas Milenial dan Generasi Z. (www.travel.okezone.com).

Sebagai upaya mengembangkan desa wisata, kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif republik Indonesia sedang giatnya mengajak generasi Z dalam ikut serta membangun desa wisata. Generasi Z digadang-gadang sebagai generasi yang penuh dengan kreatifitas menjadi modal penting untuk ikut serta. Selain itu, penguasaan yang baik dalam teknologi menjadi kunci dalam menyongsong industri pariwisata berbasis teknologi.

Dengan menganalisis kebutuhan pada sektor pariwisata dan kemampuan yang dimiliki generasi Z dalam bidang kreatifitas, teknologi dan sosial media, penulis memaparkan beberapa peran yang bisa dikolaborasikan sehingga mampu menciptakan industri pariwisata yang berdaya tarik tinggi serta mampu meningkatkan perekonomian desa diantaranya adalah:

a. Terlibat Aktif dalam Kepengurusan Desa Wisata

Penting sekali keterlibatan berbagai pihak dalam mendukung kemajuan desa wisata. Salah satunya generasi Z. Generasi Z adalah mereka yang memiliki semangat tinggi serta ide-ide yang segar menjadi garda terdepan dalam menggerakkan kelompok desa wisata. Kehadiran Generasi Z akan menjadi angin segar dalam menggerakkan masyarakat yang sadar wisata.

b. Berperan Penting dalam Menggali Potensi Desa Wisata

Potensi desa menjadi hal penting dalam menciptakan desa wisata yang menarik dan berdaya saing tinggi. Potensi ini akan menjadi nilai tambah yang tidak ditemukan di wisata lainnya. Generasi Z berperan penting dalam melakukan riset potensi desa yang dimiliki. Potensi desa bisa berupa buya, kuliner, kerajinan, keindahan alam, dan lain sebagainya.

c. Menjadi Even Organizer

Generasi Z adalah mereka yang memiliki banyak gagasan. Gagasan ini harus mampu direalisasikan menjadi program-program yang menarik dalam rangka kegiatan promosi dan pengembangan desa wisata. Pentingnya pembuatan program dan even sebagai upaya memberikan pengalaman wisata yang tidak membosankan kepada pengunjung.

d. Aktif dalam *Social Branding*

Kemajuan teknologi yang sangat masif di era saat ini tidak bisa dihindari. Kehadiran teknologi berperan penting dalam memudahkan kehidupan masyarakat Indonesia dalam banyak hal. Salah satunya adalah sektor pariwisata. Munculnya berbagai jejaring media sosial semakin memudahkan dalam menemukan dan berbagi suatu hal. Peran penting generasi Z dalam memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi adalah aktif dalam promosi melalui media sosial. Dengan viralnya desa wisata di media sosial akan menjadi kekuatan *branding* yang mampu menarik wisatawan untuk hadir dan berkunjung.

BIODATA PENULIS

Ikhya Ulumuddin, lahir di Kudus 06 September 1994. Merupakan mahasiswa Magister Akuntansi FEB Unika Soegijapranata angkatan 2021. Selain menjadi mahasiswa, penulis saat ini bekerja di sebuah perusahaan swasta dengan posisi *tax and accounting*.

REFERENSI

- Andayani, A. A. I., Martono, E., & Muhamad, M. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi Di Desa Wisata Penglipuran Bali). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 23(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jkn.18006>
- Anggarini, D. T. (2021). Upaya Pemulihan Industri Pariwisata Dalam Situasi Pandemi Covid -19. *Jurnal Pariwisata*, 8(1), 22–31. <https://doi.org/10.31294/par.v8i1.9809>
- Atma, N. (2019). Dampak Keberadaan Desa Wisata Terhadap Peningkatan Perekonomian dan Kehidupan Sosial Masyarakat (Studi Kasus di Desa Wisata Umbulrejo , Ponjong , Gunungkidul). *Jurnal Sosial Ekonomi*, 1(1), 1–18. http://eprints.uad.ac.id/14790/7/T1_1500012291_NASKAH_PUBLIKASI.pdf
- Budiyah, F. (2020). Implikasi Pengembangan Desa Wisata Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Lokal Studi Kasus Di Desa Ketenger. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 22(2), 182–190. <https://doi.org/10.32424/jeba.v22i2.1594>
- Fauziah, N. R., & Nasdian, F. T. (2021). Hubungan Antara Partisipasi Masyarakat Dengan Pemanfaatan Digital Pada Desa Wisata (Kasus : Desa Wisata Jelok , Desa

- Beji , Kecamatan Patuk , Kabupaten Gunung Kidul , Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 05(01), 189–201.
- Herningtyas, R., & Wirasenjaya, A. M. (2019). Pengembangan Digital Marketing Desa Wisata di Dusun Lopati Kelurahan Trimurti Kabupaten Bantul Yogyakarta. *Seminar Nasional Abdimas*, 926–933.
- Junaedi, D., & Salistia, F. (2020). Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Negara-Negara Terdampak. In *Simposium Nasional Keuangan Negara* (pp. 995–1115).
- Maryani, P. D. (2021). Dampak Pengembangan Desa Wisata Wukirsari Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Lokal Tahun 2017-2018. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 5(2), 115.
<https://doi.org/10.22146/jpt.58376>
- Osin, R. F., & Purwaningsih, N. K. (2020). Peran Generasi Milenial dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 63–74.
<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2690>
<https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2690>
- Paludi, S. (2022). Setahun Pandemi Covid-19 Dan Dampaknya Terhadap Industri Pariwisata Indonesia. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*,

- 19(01), 49–60.
<https://doi.org/10.25134/equi.v19i01.4337>
- Rajagukguk, T. P., & Sofianto, K. (2020). Peran Generasi Milenial Dalam Pengembangan. *Ilmu Budaya Jurnal Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya*, 4(3), 529–552.
- Reksiana, E., Zain, M. Z., Ferdiansyah, M. R., & Dwi, L. F. (2022). OPTIMALISASI DESA WISATA BERBASIS UMKM MELALUI LOKAL BRANDING DESA SUMBERMUJUR KAB . LUMAJANG. 3(2), 1084–1090.
- Setyowardhani, H., Susanti, H., & Riyanto. (2019). Optimalisasi Media Sosial sebagai Alat Promosi untuk Desa Wisata Lebakmuncang. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 19–26.
<https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i2.2848>
- Suranny, L. E. (2020). Pengembangan Potensi Desa Wisata Dalam Rangka Peningkatan Ekonomi Perdesaan Di Kabupaten Wonogiri. *Jurnal Litbang Sukowati : Media Penelitian Dan Pengembangan*, 5(1), 49–62.
<https://doi.org/10.32630/sukowati.v5i1.212>
- Syukur, M., Salam, M. N., & Junaidi, M. I. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Perekonomian Indonesia: Analisis terhadap Sektor Domestik dan Stabilitas Inflasi. *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, Dan Humaniora*, 2(3), 382–388.
<https://doi.org/10.33650/trilogi.v2i3.3082>
- Tutik, T., Krisnatalia, H., Satato, Y. R., Solichoel, S., &

- Hadi, S. (2021). Promosi Event Budaya Lokal Berbasis Pemasaran Digital Rintisan Desa Wisata Branjang. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 973. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.4900>
- Undang-undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa
- Alam, S. O. (2021). Kapan COVID-19 Masuk ke Indonesia? Begini Kronologinya. <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5781536/kapan-covid-19-masuk-ke-indonesia-begini-kronologinya> (diakses 19 juli 2022)
- Alatas, M. B. I. (2021). Desa wisata jadi alternatif ketahanan perekonomian Indonesia. <https://www.antaraneews.com/berita/2612285/desa-wisata-jadi-alternatif-ketahanan-perekonomian-indonesia> (diakses 19 juli 2022)
- Fikri, D. A. (2021). 90 Juta Penduduk Indonesia Kaum Milenial dan Gen Z, Sandiaga: Bisa Bangkitkan Pariwisata. <https://travel.okezone.com/read/2021/01/27/406/2351961/90-juta-penduduk-indonesia-kaum-milenial-dan-gen-z-sandiaga-bisa-bangkitkan-pariwisata> (diakses 19 juli 2022)
- Kemenparekraf. (2021). Anugerah Desa Wisata Indonesia 2021 Telah Memasuki Babak Baru. <https://kemenparekraf.go.id/ragam->

pariwisata/Anugerah-Desa-Wisata-Indonesia-2021-Telah-Memasuki-Babak-Baru (diakses 19 juli 2022)

Kemendparekraf. (2021). Peran Milenial Membangkitkan Desa Unggul Berdaya Saing.

<https://kemendparekraf.go.id/ragam->

pariwisata/Peran-Milenial-Membangkitkan-Desa-Unggul-Berdaya-Saing (diakses 19 juli 2022)

Rizkinaswara, L. (2019). Pentingnya Teknologi dalam Sektor Pariwisata.

<https://aptika.kominfo.go.id/2019/04/pentingnya-teknologi-dalam-sektor-pariwisata/> (diakses 19 juli 2022)

Widyananda, R. F. (2020). Pengertian Gen Z serta Karakteristiknya, Ketahui agar Tak Keliru.

<https://www.merdeka.com/jatim/pengertian-gen-z-serta-karakteristiknya-ketahui-agar-tak-keliru-kln.html> (diakses 19 juli 2022)

BAGIAN 3:

DIGITALISASI EKONOMI

TRANSFORMASI DIGITAL SEBAGAI TONGGAK PEMULIHAN EKONOMI NASIONAL PASCA PANDEMI COVID-19

Jenifer Chechilia Minondang Sitorus

20d10177@student.unika.ac.id

PANDEMI MEMPORAKPORANDAKAN EKONOMI DUNIA

Pandemi Covid-19 merupakan suatu uji ketahanan ekonomi bagi seluruh negara di dunia. Pandemi juga memiliki dampak yang luas terhadap krisis kesehatan ekonomi nasional khususnya di Indonesia. Secara global telah terbukti pada Laporan dari World Health Organization (WHO) pada tahun 2022, bahwa ada lebih dari 446 juta kasus dan 6 juta kematian yang telah dikonfirmasi per tanggal 10 Maret 2022. Adanya pandemi yang menimpa ini telah menghentikan kesempatan besar untuk berkembangnya bisnis lokal dan juga telah mempengaruhi kesehatan masyarakat dengan banyak yang mengalami stres, kecemasan, dan juga depresi berat yang dialami oleh sejumlah masyarakat yang merasakan dampak pada saat pandemi. Bahkan mereka yang tidak terinfeksi juga ikut merasakan dan harus menghadapi tantangan tersebut, seperti misalnya kehilangan pekerjaan, perubahan sistem kehidupan sosial, dan muncul konflik

sosial yang harus mereka alami (Venkatesh, 2019). Negara di dunia sebagian besar memasuki fase resesi ekonomi atau yang biasa dibilang keadaan dimana terjadinya penurunan keadaan ekonomi di suatu negara akibat pandemi Covid-19 ini (Yulianto H, 2020). Resesi tersebut ialah sebuah penurunan *Product Domestic Bruto* (PDB) yang akhirnya dapat mengakibatkan pertumbuhan ekonomi ke arah negatif secara berturut-turut selama dua kuartal.

Pemulihan ekonomi pasca pandemi

Pandemi Covid-19 menjadikan kondisi yang serba tidak dapat diprediksi, hal ini cenderung mengintensifkan konflik sosial dan politik dengan memperburuk krisis ekonomi pada suatu negara, meskipun seluruh pemerintahan telah bekerja tanpa lelah untuk menahan penyebaran COVID-19 serta berbagai variannya seperti Delta dan Omicron. Kasus terinfeksi Covid-19 di Indonesia sendiri mencapai 6 juta dan merenggut nyawa 157 ribu jiwa per Juli 2022. Pandemi juga ikut melemahkan seluruh sektor perekonomian yang ada di Indonesia sendiri. Tidak hanya sektor kesehatan saja namun juga sektor pariwisata, transportasi hingga industri juga ikut mengalami dampak yang disebabkan oleh karena pandemi covid-19 ini. Dengan demikian, pemerintah dengan cepat meluncurkan beragam kebijakan untuk terus mengontrol pertumbuhan penyebaran Covid-19 ini, kebijakan tersebut telah direalisasikan dari mulai Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) tingkat 1 sampai

dengan tingkat 4. Lemahnya perekonomian yang diakibatkan karena adanya perubahan sistem tatanan yang ada. Oleh karena itu, dengan adanya kebijakan yang berlaku membuat semua kegiatan bertemu langsung seperti kegiatan perkantoran atau bekerja maupun sekolah ditiadakan atau diliburkan terlebih dahulu dan sebagai gantinya dilakukan di dalam rumah masing-masing untuk menghindari kontak langsung satu dengan yang lainnya dan juga menghindari keramaian agar dapat meminimalisir penyebaran virus covid-19 ini. Indonesia sendiri telah tercatat mengalami pertumbuhan ekonomi kearah negatif sebesar 5,3% di kuartal kedua yang bisa kita lihat pada tahun 2020. Hal tersebut bisa kita lihat dengan jelas dampak yang terjadi yaitu dengan maraknya kasus Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) di sejumlah sektor atau wilayah yang ada.

Pada tahun 2022 ini telah ada angin segar bagi Indonesia, dimana tingkat infeksi Covid-19 telah mengalami penurunan dan sekarang sedang berjalan di situasi normal. Tentunya keadaan ini harus dimanfaatkan dengan baik oleh pemerintah guna memulihkan perekonomian negara. Oleh karena itu dengan adanya transformasi digital dapat menjadi salah satu solusi yang tepat untuk menangani krisis yang ada, terutama pada saat pandemi covid-19. Dengan melalui transformasi digital pemerintah dapat menyelamatkan perekonomian Negara dengan adanya lonjakan penggunaan internet. Hal tersebut

terbukti benar adanya, sejak diterapkannya PSBB penggunaan aplikasi online seperti aplikasi yang dapat digunakan untuk mengakses berbagai kegunaan yang berkaitan dengan kegiatan penting yang tentunya memiliki manfaat di setiap harinya seperti belajar, bekerja, konsultasi kesehatan, pemesanan transportasi, dan lain sebagainya sekarang meningkat hingga 443%, ritel daring meningkat 400%, dan penggunaan televisi meningkat jadi 80%.

Pada situasi ini, transformasi digital bukanlah suatu pilihan lagi tetapi sudah suatu keharusan bagi pemerintah untuk menangani krisis yang dikarenakan pada saat pandemi. Selama beberapa tahun terakhir, adanya transformasi digital telah secara luas dapat melewati pandemi. Dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, transformasi digital telah disahkan dalam menanggapi pandemi dan juga berkontribusi pada kemajuan pemerintah yang edukatif dan inovatif tentunya. Oleh karena itu, sudah menjadi keharusan bagi pemerintah di seluruh dunia untuk meningkatkan kapasitas mereka untuk menggunakan secara strategis teknologi digital baru dan mengembangkan layanan publik digital yang inovatif dalam menghadapi dan mengatasi situasi pandemi. Transformasi digital mengarah pada perubahan yang lebih luas dan mendalam yang dimungkinkan oleh Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam berbagai bidang seperti bidang industri,

struktur tata kelola, sumber daya, dan ekosistem. Dengan mengangkat teknologi digital, pemerintah dapat mengatasi birokrasi dan memperkuat kapabilitas publik organisasi dan perseorangan dengan mengurangi biaya administrasi. Berkembangnya teknologi digital juga mempengaruhi jumlah tingginya penggunaan media sosial di masyarakat. Dengan adanya media ini penyebaran informasi mengenai Covid-19 bisa didistribusikan dan tersebar dengan cepat. Adanya penggunaan kecerdasan buatan juga mempunyai dampak yang besar di masa pandemi ini. Lebih khusus lagi, pengaplikasian ini telah membantu dokter dengan mengotomatiskan berbagai diagnosis, memprioritaskan sumber daya medis seperti perawatan kesehatan dan meningkatkan pengembangan vaksin dan obat.

Namun transformasi digital ini juga akan memunculkan beberapa permasalahan, tantangan, dan pertanyaan lain yang akan dihadapi oleh pemerintah. Pengertian konsep Transformasi Digital oleh pemerintah juga dapat menimbulkan permasalahan baru yakni serangan siber dengan cara hacker akses data tertentu. Data Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) menyatakan bahwa sebanyak 88,4 juta kejahatan siber pada bulan Januari hingga bulan April 2020 meningkat. Penanganan permasalahan mengenai siber ini harus disikapi dengan adanya hukum yang tegas dan kuat. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara menjalin Kerjasama yang baik antar sejumlah lembaga negara, memastikan infrastruktur digital

Indonesia telah aman, dan perlu adanya pengembangan industri siber yang ada di Indonesia.

Persiapan yang matang juga kiranya sangat diperlukan untuk diadakannya transformasi digital. Transformasi digital merupakan proses yang sangat rumit untuk dilakukan dimana hal tersebut menyangkut proses budaya dan juga bisnis yang ada. Kegagalan tidak boleh terjadi dalam penyusunan strategi karena hal ini bisa berakibat fatal dan tentunya dapat berdampak secara luas efeknya. Diperlukan roadmap atau panduan yang jelas dan terarah dengan memperhatikan analisis big data yang dapat membantu kelancaran dan suksesnya transformasi digital.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa transformasi digital di Indonesia perlu dipercepat untuk mendukung pertumbuhan ekonomi di semua sektor yang ada, baik kesehatan, pariwisata, transportasi, hiburan, dan pelayanan lainnya demi menunjang dampak Pandemi Covid-19. Dengan demikian akan terjadi pemulihan ekonomi nasional setelah pandemi covid-19 yang membuat perekonomian pada saat drastis menurun drastis dan dengan adanya transformasi digital akan membuat perekonomian menjadi lebih meningkat.

BIODATA PENULIS

Jenifer Chechilia Minondang Sitorus sedang menempuh pendidikan sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas katolik Soegijapranata, Semarang.

REFERENSI

- Fletcher, G., & Griffiths, M. (2020). *Digital transformation during a lockdown. International Journal of Information Management. Article 102185, 55.*
- Fountain, J. E. (2004). *Building the virtual state: Information technology and institutional change. Brookings Institution Press.*
- Venkatesh, V. (2020). *Impacts of COVID-19: A research agenda to support people in their fight. International Journal of Information Management, 55.*

DIGITALISASI PARIWISATA: PENYELAMAT EKONOMI

Cindy Calista Putri

20d10116@student.unika.ac.id

PARIWISATA DI PANDEMI COVID-19

Pandemi Covid-19 melanda seluruh negara di belahan dunia termasuk di Indonesia sendiri. Adanya pandemi membuat banyak perubahan bagi kehidupan terkhususnya dalam dunia perekonomian negara sendiri. Pandemi ini membuat seluruh masyarakat lebih waspada di lingkungan sekitar menjaga kebersihan lingkungan, bahkan pandemi ini membuat banyak orang di dunia untuk menghindari adanya kegiatan diluar rumah dan kegiatan yang membuat kerumunan yang ada. Dengan begitu banyak sekali akses bepergian ke luar negeri yang ditutup sementara selama adanya pandemi Covid-19 ini untuk menjaga lingkungan agar penyebaran Covid-19 ini tidak meningkat. Dengan adanya penutupan akses yang dilakukan sebagai salah satu cara untuk mengurangi penyebaran virus Covid-19 ini mempengaruhi banyak sekali kegiatan perekonomian seperti kegiatan ekspor impor yang biasanya dapat dilakukan dengan leluasa di seluruh belahan dunia, kini adanya pandemi ini kegiatan harus berhenti sejenak. Hal ini sangat mempengaruhi pendapatan negara dimana kegiatan ekspor maupun

impor ini berpengaruh kepada perekonomian dan kesejahteraan masyarakat negara tersebut khususnya Indonesia. Tidak hanya dalam kegiatan ekspor atau impor yang ada di dalam kegiatan perekonomian, pariwisata pun ikut berpengaruh dengan adanya pandemi Covid-19 ini. Tempat wisata yang biasanya sering dikunjungi oleh masyarakat dalam negeri maupun luar negeri mulai mengalami penurunan pengunjung. Dengan adanya penutupan akses dari satu negara ke negara lainnya dan dari satu kota ke kota lainnya sangat mempengaruhi pendapatan di tempat wisata yang ada di seluruh Indonesia terkhususnya bagi lingkungan di sekitar tempat wisata. Dimana biasanya jika terdapat tempat wisata di suatu daerah maka lingkungan di sekitar daerah tersebut akan ikut ramai dan disana akan banyak warga di sekitar lingkungan wisata yang memiliki pekerjaan atau jualan di sekitar tempat wisata. Dengan adanya pandemi Covid-19 mempengaruhi warga di sekitar tempat wisata dalam hal pemasukan mereka sehari-hari. Tidak hanya pemasukan bagi warga di sekitar tempat wisata maupun tempat wisata yang sepi adanya pandemi Covid-19 ini juga mempengaruhi kelayakan tempat wisata tersebut. Hal ini dikarenakan penurunan kunjungan dari masyarakat ke tempat wisata membuat pendapatan tempat wisata yang berkurang juga dan hal tersebut mempengaruhi kelayakan tempat wisata itu. Dengan pendapatan yang berkurang

maka kemungkinan besar akan terjadi penurunan juga terhadap perawatan tempat wisata tersebut.

Banyak sekali tempat wisata yang mencoba bertahan di masa pandemi Covid-19 ini, dengan pendapatan yang berkurang dan mempengaruhi kelayakan tempat wisata dikarenakan perawatan tempat wisata yang berkurang juga. Terdapat juga hal yang lain dimana tempat wisata mengalami perubahan dalam kuota kunjungan dikarenakan penyebaran Covid-19 yang sangat mudah hal ini menjadi perhatian pemerintah untuk menjaga negaranya agar tidak banyak masyarakat yang terpapar pandemi Covid-19 salah satunya di tempat wisata dimana di setiap tempat wisata memiliki batas jumlah kunjungan di setiap harinya bagi masyarakat yang datang ke tempat wisata. Batas jumlah kunjungan ini biasanya memiliki jumlah setengah dari kuota kunjungan biasanya di setiap hari. Agar di tempat wisata tidak menimbulkan kerawanan yang akan menjadi peningkatan virus Covid-19. Pembatasan kuota kunjungan ini juga dikarenakan agar masyarakat tetap bisa mengunjungi wisata dengan berjaga jarak. Bahkan terdapat juga tempat wisata yang tutup akibat adanya pandemi Covid-19 ini. Dikarenakan adanya penurunan dari kunjungan dan juga pendapatan dari tempat wisata ini. Namun dengan berjalannya waktu selama dua tahun lebih ini, pariwisata yang ada di Indonesia sudah mengalami perkembangan yang pesat dimana tetap dengan mematuhi peraturan pemerintah

untuk tetap menjaga kebersihan lingkungan di sekitar dan menjaga proses untuk mengurangi adanya penularan virus Covid-19. Pandemi Covid-19 ini juga mempengaruhi turis atau masyarakat dari negara di luar Indonesia yang biasanya berkunjung ke Indonesia untuk berlibur mengalami penurunan. Seluruh masyarakat di belahan dunia diwajibkan dan juga disarankan untuk tetap dirumah saja tidak keluar untuk menjaga lingkungan yang tetap aman. Dan ini mempengaruhi pendapatan negara dimana biasanya terdapat banyak masyarakat luar negeri yang berkunjung namun mengalami penurunan.

PENGGUNAAN MEDIA DIGITAL DI PARIWISATA PENOLONG PEMULIHAN EKONOMI

Setelah mengalami perjalanan panjang dengan adanya pandemi Covid-19 ini sudah banyak masyarakat yang dapat menyeimbangi adanya banyak perubahan yang terjadi setelah pandemi Covid-19 ini seperti tingkat protocol kesehatan yang lebih ketat dan penggunaan masker serta adanya kuota dalam kunjungan untuk menghindari kerumunan di suatu tempat. Hal ini menjadi satu titik terang bagi seluruh masyarakat yang ada di seluruh belahan dunia dalam segala hal dan aspek mulai Pendidikan yang mulai pulih dari sebelumnya terdapat sekolah online atau melalui media online kini pelan-pelan sudah kembali seperti dulu yaitu adanya tatap muka yang dimana tetap harus taat terhadap peraturan pemerintah

protocol kesehatan dan jaga jarak. Tidak hanya dari bidang Pendidikan banyak sekali perubahan yang terjadi di dalam kehidupan setelah adanya pandemi Covid-19 yang dimana sudah mulai berkurang sekarang ini.

Salah satu lainnya pemulihan perekonomian dalam bidang pariwisata, dimana 2 tahun lebih berlalu dan masyarakat sudah mulai beradaptasi dan mengerti dengan lingkungan dengan adanya pandemi Covid-19 ini kegiatan secara perlahan kembali seperti dahulu kala sebelum adanya pandemi Covid-19. Sudah banyak sekali kegiatan yang dilaksanakan dengan mengumpulkan orang banyak yang dimana pasti akan membuat kerumunan. Dengan adanya vaksin yang diberikan oleh pemerintah juga menjadi salah satu pemulihan untuk mengembalikan kembali kegiatan di luar ruangan atau kegiatan yang membutuhkan orang yang banyak di suatu tempat. Hal ini juga berdampak bagi kegiatan pariwisata yang mulai beroperasi kembali setelah sekian lama mengalami penurunan pengunjung. Banyak masyarakat yang sudah mulai atau mencoba untuk bepergian kembali setelah sekian lama hanya beraktivitas di rumah saja dan menghindari kerumunan. Namun dengan kembali dibukanya tempat wisata ini tetap dengan memenuhi persyaratan yang diberitahukan oleh pemerintah dan melaksanakannya. Banyak negara yang sudah mulai membuka aksesnya bagi negara lain berkunjung ataupun sebaliknya hal ini juga membuat banyak orang dari

berbagai negara di luar Indonesia yang mulai berdatangan atau berkunjung ke Indonesia untuk berlibur. Walaupun dengan jumlah yang mungkin tidak sebanyak biasanya sebelum adanya pandemi Covid-19 ini.

Kembalinya masyarakat yang berkunjung ke tempat wisata dan juga turis yang mulai mengunjungi berbagai tempat wisata yang ada dan sudah dibuka menjadi salah satu cara pemulihan ekonomi dengan cepat. Dimana jika banyak turis atau warga negara luar negeri yang berkunjung ke Indonesia akan meningkatkan devisa negara dan hal ini membantu dalam pemulihan perekonomian negara. Oleh karena itu seharusnya banyak dari pemilik tempat wisata atau pengurus tempat wisata untuk mengelola tempat wisatanya dalam hal pemasaran untuk menarik pengunjung yang berwisata semakin banyak. Dengan berkembangnya media digital ini dapat menjadi salah satu cara dalam memasarkan atau mempromosikan tempat wisata tersebut. Dapat dengan membuat akun sosial media tempat wisata dan memposting bagaimana tempat dan suasana tempat wisata tersebut dengan sangat menarik dan dapat menarik perhatian banyak pengunjung nantinya. Jika tempat usaha tersebut dapat mengelola media digital mereka akan dipastikan dengan yakin bahwa tempat wisata tersebut akan ramai dan banyak diketahui oleh masyarakat. Salah satu contohnya dengan membuat media sosial Instagram ataupun akun media sosial yang sedang ramai dibicarakan seperti aplikasi TikTok di situlah kekreatifan

pengurus tempat wisata diuji bagaimana caranya membuat konten yang menarik perhatian *netizen* atau masyarakat untuk mengunjungi tempat wisata tersebut. Dapat juga bekerjasama dengan para *contentcreator* atau produser dalam mengelola pemasaran seperti video atau foto tempat wisata tersebut, sehingga nantinya tidak hanya dikenal di dalam negeri saja namun tempat wisata tersebut dapat dikenal hingga di luar negeri dikarenakan jangkauan sosial media yang sangat luas dan kita dapat mengetahui seluruh isi atau kegiatan orang lain walaupun berbeda negara dengan kita hanya dengan melihat status atau media sosial yang mereka miliki dan mereka unggah. Hal ini dapat menjadi salah satu cara untuk membantu pemulihan ekonomi negara dimana jika banyak pariwisata di Indonesia yang menggunakan media digital dan mempromosikannya melalui media sosial akan membuat banyak pengunjung dari luar negeri yang akan datang ke Indonesia untuk berlibur.

BIODATA PENULIS

Cindy Calista Putri merupakan mahasiswa semester 4 Program Studi Manajemen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata.

PEMULIHAN EKONOMI INDONESIA DI ERA DIGITAL

Chrysostoma Dyah Sekar Perwitasari

20d10206@student.unika.ac.id

Pandemi Covid-19 yang kurang lebih dua tahun lalu meluas telah memberikan dampak besar bagi seluruh lapisan kehidupan, saat ini perlahan mulai kembali pulih dari krisis. Adanya pandemi Covid-19 ini membuat banyak negara, termasuk negara Indonesia mengalami penurunan tingkat perekonomian secara drastis. Kondisi sosial masyarakat Indonesia pun berdampak dengan bertambahnya angka kemiskinan hingga pengangguran. Maka dari itu pemerintah beserta jajarannya perlu bertindak dalam rangka pemulihan berkelanjutan agar perekonomian Indonesia dapat kembali bangkit. Pemerintah memberikan anggaran untuk pemulihan serta penanganan perekonomian, kondisi sosial dan sistem keuangan negara Indonesia hingga ratusan triliun. Demi mewujudkan agenda tujuan pembangunan berkelanjutan maka dilakukannya langkah pertama oleh pemerintah dengan menentukan sektor serta proyek prioritas yang menjadi fokus pemerintah pasca pandemi Covid-19. Hal tersebut dilakukan untuk dapat mengetahui seberapa besar

dampak yang nantinya akan ditimbulkan, naik dalam jangka pendek maupun panjang.

Pemerintah berfokus pada stimulus fiskal terus diarahkan dengan menggali sumber-sumber pendapatan dan pendanaan baru yang sesuai dengan prinsip pembangunan berkelanjutan terhadap sektor-sektor yang nantinya akan memberikan dampak berkelanjutan serta mengurangi ketimpangan. Pertama, memberikan dukungan kepada pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) agar dapat kembali meningkatkan kinerjanya dalam rangka kembali membangkitkan perekonomian Indonesia. Usaha Mikro Kecil Menengah dapat mengurangi ketimpangan yang ada, bertahan lama dan tentunya terus berkembang mengikuti perkembangan teknologi digital yang dapat menjadi peluang bisnis kedepan. Kedua, memperketat syarat-syarat kredit yang digunakan untuk sektor berisiko bagi lingkungan. Ketiga, dengan adanya program hijau serta berkelanjutan maka akan menyerap pekerja-pekerja dan sedikit risiko lingkungan. Keempat, mengalokasikan anggaran belanja pemerintah ke sektor prioritas.

UMKM merupakan pilar utama bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia selama pandemi Covid-19 ini. Disatu sisi UMKM pun juga mengalami tantangan-tantangan di perkembangan zaman ini seperti perlu peningkatan inovasi serta teknologi yang baru, pembiayaan Sumber Daya Manusia, branding, pemasaran hingga legalitas usaha.

Maka, diperlukannya adaptasi terhadap perkembangan teknologi yang ada. Oleh karena itu, para pelaku UMKM perlu melakukan transformasi penerapan teknologi digital untuk dapat menjangkau layanan ke jaringan yang lebih luas dan efektif. Para pelaku UMKM pun mulai beradaptasi dengan menggunakan *e-commerce* untuk menjual produknya. Disamping itu pemerintah juga turut mendukung UMKM sebagai ekosistem perekonomian digital yang krusial, dengan mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang diharapkan dapat memberikan manfaat optimal bagi UMKM.

Pemulihan ekonomi Indonesia dapat dilakukan juga dengan meningkatkan konsumsi dalam negeri (bangga akan produk lokal) yang dimana jika konsumsi semakin banyak maka ekonomi Indonesia pun akan terus bergerak. Pemerintah pun telah mengalokasikan dana sebesar 172,1 triliun untuk mendorong tingkat kemampuan daya beli masyarakat. Dana bantuan tersebut disalurkan melalui bantuan tunai langsung, kartu pra kerja, pembebasan listrik dan lainnya. Pemerintah juga mendorong percepatan realisasi APBN/APBD yang diarahkan untuk produk dalam negeri dan diharapkan akan memberikan multiplier effects yang berpengaruh besar. Selain itu perlu adanya peningkatan aktivitas dunia usaha dan menjaga stabilitas ekonomi maupun ekspansi moneter.

Bank Indonesia (BI) juga turut mendukung pemulihan ekonomi Indonesia dengan menjaga stabilitas

nilai tukar Rupiah (Rp), membeli Surat Berharga Negara, menurunkan suku bunga serta menjaga stabilitas makro ekonomi dan sistem keuangannya. Disamping itu, penurunan suku bunga dilakukan untuk meningkatkan likuiditas keuangan dalam mendorong aktivitas usaha-usaha yang ada.

AJAKAN BAGI KAUM MILENIAL UNTUK BERKONTRIBUSI PADA PEMULIHAN EKONOMI INDONESIA DI ERA DIGITAL

Pemerintah saat ini sedang menyiapkan dan melakukan pengembangan Sumber Daya Manusia yang berdasarkan talenta digital. Selain itu pemerintah akan menguatkan ekosistem startup untuk mendukung perkembangan era bisnis digital saat ini. Juga tak lupa meningkatkan konektivitas perekonomian digital yang mendukung pengembangan, kebijakan serta regulasi.

Populasi kaum milenial sangat luas dan tentunya memiliki peran penting dalam pemulihan ekonomi Indonesia. Para kaum milenial menjadi kunci masa depan bagi negara Indonesia, terutama dalam menghadapi pasar global yang nantinya akan mendorong pertumbuhan produktivitas perekonomian Indonesia yang semakin kuat. Saat ini era digital terus mengalami perkembangan dan semakin banyak pihak-pihak yang memanfaatkannya terutama dalam kegiatan perekonomian. Adanya pandemi saat ini membuat berbagai aktivitas terbatas atau tanpa

kontak secara langsung yang biasanya dikenal dengan istilah *less contact* seperti belanja online, melakukan kegiatan pertemuan secara virtual hingga melakukan berbagai transaksi *Cashless*. Oleh karena itu keberadaan para kaum milenial ini diharapkan dapat berkontribusi membangun kegiatan ekonomi digital yang maju dan mampu menyesuaikan perubahan-perubahan yang terjadi.

Para kaum millennial saat ini dapat mengisi ruang digital dengan konten-konten positif seperti selektif dalam bertindak ketika ada berita-berita terkini dan tidak menyebarkan hoax. Selain itu juga dapat mengisi pesan-pesan yang mengandung optimisme di platform digital yang mendukung. Dengan melakukan hal tersebut terlebih dahulu, para kaum milenial telah membantu pemerintah dan negara Indonesia menjadi lebih baik di masa yang akan datang.

Kaum milenial pun dapat membantu dan memberikan pengaruh besar dalam percepatan pemulihan Ekonomi Indonesia dengan menjaga protokol kesehatan yang berlaku seperti memakai masker, menjaga jarak, mencuci tangan dan aktif mengikuti kegiatan vaksinasi dari pemerintah. Selain itu, diharapkan mampu merintis peluang usaha atau Usaha Ekonomi Kreatif seperti UMKM untuk mendorong perekonomian pasca pandemi ini. Hal tersebut dapat didukung jika adanya kesadaran para kaum milenial untuk mau meningkatkan kemampuan dengan tidak berhenti mencari dan belajar ilmu-ilmu baru.

BIODATA PENULIS

Chrysostoma Dyah Sekar Perwitasari, mahasiswa Program Studi Manajemen FEB Unika Soegijapranata Semarang angkatan 2020.

**PENGEMBANGAN UMKM DI ERA
DIGITALISASI**
Dr. Theresia Dwi Hastuti, S.E., M.Si., CA, CPA.
theresia@unika.ac.id

Saat ini kita telah memasuki Revolusi Industri 4.0 yang ditandai dengan kemunculan berbagai hasil perkembangan teknologi informasi baik dalam bidang sarana dan prasarana informasi, otomotif, system pengelolaan data, perkembangan ilmu kedokteran dalam hal rekayasa genetika dan yang memungkinkan manusia untuk lebih mengoptimalkan fungsi otak. Revolusi industry 4.0 memiliki berbagai karakteristik: 1. Perubahan teknologi sangat cepat dan pesat yang banyak mengeser pekerjaan manusia dan ancaman bagi industri-industri yang padat karya, 2. Perubahan pandangan tentang ukuran perusahaan. Di era 4.0, ukuran perusahaan tidak perlu besar, besar kecilnya perusahaan lebih ditentukan kepada kemampuan didalam memanfaatkan teknologi dan informasi.

Fokus utama revolusi industry 4.0 ada tiga hal yaitu: 1. Kecepatan jalur waktu produk sampai ke pasar konsumen. Siklus Inovasi mempersingkat waktu untuk barang sampai kepasar, meski produk yang lebih kompleks dan volume data yang lebih besar, 2. Fleksibilitas meningkat, hal ini dapat dilihat pada produk pasar yang bisa lebih kustomisasi, kebutuhan pasar yang selalu

berubah dengan cepat tetapi mampu diikuti oleh produksi, 3. Efisiensi energi dan sumber daya menjadi faktor kompetisi yang kritikal. Kondisi yang disebutkan diatas, sudah kita rasakan. Banyak hal berubah dalam berbagai kegiatan, sarana prasarana maupun bentuknya. Aktivitas manusia telah dimudahkan dan dipercepat dengan penggunaan internet dan dunia digital sebagai sarana interaksi dan transaksi.

Percepatan produk sampai kepasar ditandai dengan adanya *marketplace* yang secara umum diterima dan dimanfaatkan oleh konsumen terutama kaum muda. *Marketplace* ini ramai dikunjungi karena dianggap lebih fleksible, lebih terindividualisasi, lebih menjawab kebutuhan, lebih mudah, lebih singkat waktu dan banyak banyak kemudahan lainnya, 2. *Sharing economy* . merupakan penggunaan teknologi untuk memfasilitasi pertukaran akses barang atau jasa antara dua pihak atau lebih dan bisa meningkatkan pendapatan, 3. *Smart Appliances* merupakan program berbasis android, yang mendukung pengelolaan dan administrasi keuangan, akuntansi, pemasaran. Program ini sangat inovatif pengembangannya, dapat diakses secara mudah dan murah oleh produsen maupun konsumen, 4. *e-Education*. Perkembangan ilmu pengetahuan semakin pesat karena banyak informasi tentang perkembangan ilmu pengetahuan dalam beragam bidang dan tidak ada batasan wilayah/negara untuk dapat mengaksesnya.

Attila Marton, seorang profesor dari Copenhagen Business School menyatakan ada tiga bentuk *sharing economy*, yaitu 1. *Real sharing* bisa dicontohkan dengan wikipedia yang muncul sebagai *platform* yang memungkinkan pengguna untuk berkontribusi dan membagikan pengetahuan secara sukarela, 2. *Gift giving* merupakan konsep yang bertujuan untuk berbagi produk atau layanan diberikan kemana masyarakat umum dengan harapan mereka akan membalasnya dan menanggapi dengan menggunakan produk tersebut di masa mendatang. Konsep ini berkembang saat internet pertama kali muncul sehingga banyak website open source yang memudahkan programmer untuk melakukan *coding* secara gratis, 3. *Pseudo sharing* adalah *sharing economy* yang menjadi simbiosis mutualisasi antar para pengguna teknologi informasi seperti yang terjadi saat ini.

Model bisnis dan pekerjaan di Indonesia tidak luput juga dari dampak digitalisasi. Toko konvensional tergantikan oleh *marketplace online*, taksi dan ojek tradisional tergantikan dengan transportasi online. Perlu disadari bahwa peluang dan ancaman kedepan dalam era baru industrialisasi digital ini, ada dua aspek yang saling bertentangan, satu sisi dipandang sebagai kesempatan dan sisi lain juga ada ancaman jika tidak siap. Berkaitan dengan proses industrialisasi digital peluang yang dapat ditangkap adalah peningkatan pendapatan bagi masyarakat yang sudah bisa mengikuti perkembangan teknologi informasi.

Muncul pekerjaan baru yang sangat berbeda dengan sebelumnya. Sedangkan ancaman yang perlu diwaspadai adalah hilangnya pekerjaan-pekerjaan klerikal yang tergerus oleh perkembangan teknologi informasi. Menurut *world economic forum* ada ancaman lain terkait dengan digitalisasi ini. Ada kemungkinan berkurangnya emisi karbon sampai 26 milyar metrik ton dari industri. Posisi manusia akan diganti dengan mesin dalam periode 2015 - 2025. Disisi lain, perkembangan industry 4.0, membutuhkan biaya investasi yang mahal dan risiko yang cukup tinggi (Mc Kinsey Global Institute). Terkait dengan peluang dan ancaman tersebut diatas, bagaimana peran manusia agar bisa efektif berperan dalam perkembangan revolusi industry. Terlebih perkembangan sudah mencapai pada era *society 5.0*? Peran manusia harus mampu menjadi *super smart society*, diharapkan terjadi sebuah masyarakat yang berpusat pada manusia yang menyeimbangkan kemajuan ekonomi dan teknologi dengan menyelesaikan masalah melalui sistem yang mengintegrasikan dunia maya dan ruang fisik.

UMKM DI ERA DIGITAL

Undang-undang UMKM No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki ciri-ciri manajemen berdiri sendiri, model disediakan sendiri, daerah pemasarannya masih lokal, asset perusahaan kecil dan jumlah karyawan yang dipekerjakan terbatas. Dalam

proses bisnisnya memiliki asas kebersamaan, ekonomi yang demokratis, kemandirian, keseimbangan kemajuan, berkelanjutan, efisiensi keadilan, serta kesatuan ekonomi nasional. UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07%. Kontribusi terhadap PDB tersebut antara lain melalui sector penyerapan tenaga kerja dan peningkatan investasi. Penyerapan tenaga kerja mencapai 97% dari total tenaga kerja yang ada, penghimpunan dana investasi 60,4% dari total investasi. Aspek lain UMKM juga menjadi penyangga perekonomian, mendorong peningkatan produk domestik bruto, penyumbang devisa, mendorong peningkatan penerimaan pajak. Namun, tingginya jumlah UMKM di Indonesia juga tidak terlepas dari tantangan yang ada. Dalam proses produksi UMKM menjadi suplier bagi konsumen / perusahaan besar, sebaliknya juga pelanggan bagi perusahaan besar, ini merupakan bagian dalam rantai distribusi.

Perkembangan UMKM yang pesat tidak terjadi pada semua UMKM, dari berbagai analisis tentang UMKM ada beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM, meliputi: 1. Modal usaha, 2. Kurangnya pengetahuan mengenai cara membesarkan bisnis, 3. Kurangnya inovasi produk, 4. mengalami kesulitan dalam distribusi dan pemasaran, 5. Belum memanfaatkan pemasaran online, 6. Tidak adanya

branding / produk merek, 7. Tidak memberikan perhatian pada pelanggan dengan program loyalitas, 8. Pembukuan masih secara manual, 9. Tidak memiliki konsultan dalam hal pengembangan usaha, 10. Tidak memiliki izin usaha resmi.

KONDISI UMKM JAWA TENGAH DI MASA PANDEMI

Berdasarkan data statistic, terdapat 4,1 juta UMKM yang ada di Jateng, 52,98% di antaranya mengalami kendala dalam pemasaran. Selain itu, sekitar 30,24% terkendala dalam bidang permodalan. Data Dinas Koperasi dan UKM Jateng menyebut ada 44.338 pelaku UMKM terdampak wabah Covid19. Dari jumlah tersebut, dianalisis perbidang diketahui UKM yang paling banyak terdampak covid 19 adalah UKM yang bergerak di sektor makanan dan minuman, yakni 65,33%. sedangkan UKM bidang perdagangan yang terdampak mencapai 16,40% dan sisanya, 6,93% bidang jasa. Pada masa pemulihan pasca covid, uluran tangan pemerintan dalam bentuk UKM Virtual Expo sanggup meraup omzet hingga Rp4,8 miliar. Bantuan lainnya adalah melakukan kerja sama dengan Gojek melalui *platform* Go-Shop dan *marketplace* Shopee, mengadakan pelatihan *marketing online*, pemberian pemahaman tentang produk hukum kepada pelaku UMKM. Pada bulan Agustus 2021, sudah ada 291 UMKM

yang berbadan hukum dan 331 UMKM non-badan hukum.

KESIMPULAN

UMKM di era digitalisasi menjadi tantangan baru untuk meraih peluang bisnis dalam periode industry 4.0 antara lain fintech, cloud hosting, bisnis online dan on demand service. Diperlukan pembenahan dalam berbagai hal di UMKMnya. Pembenahan itu meliputi: 1. *leadership entrepreneur*, 2. Kemampuan manajerial, 3. Kemampuan dalam penggunaan teknologi, 4. perbaikan produk dan inovasi, 5. Perbaikan aspek pemasaran, 6. Pengembangan modal dan 7. Pembenahan pembukuan. Dibutuhkan keterlibatan dari berbagai pihak untuk dapat membantu pengembangan UMKM. Pemerintah memberikan berbagai fasilitas dalam berbagai hal, kerjasama dengan gojek, shopee, pelatihan marketing online, dukungan perguruan tinggi, LSM, perusahaan-perusahaan besar juga menjadi hal yang akan dapat meningkatkan keberlanjutan UMKM.

BIODATA PENULIS

Penulis merupakan dosen dan peneliti di Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.

TINGKATKAN *CYBERSECURITY* DUKUNG PEMULIHAN EKONOMI NASIONAL

Geraldo Austin Joewono
20d10024@student.unika.ac.id

Pada masa pandemi Covid-19, Indonesia mengalami kontraksi pertumbuhan ekonomi. Perhitungan *year on year* menunjukkan pelemahan, pada triwulan pertama 2020 pertumbuhan mencapai 2,97%, namun pada triwulan kedua terjadi kemunduran sebesar -5,32%, dan merupakan yang terburuk sejak tahun 1999, data pada triwulan ketiga dan keempat juga menunjukkan kontraksi pertumbuhan pada ekonomi Indonesia sebesar 3,49% dan 2,19%.

Pemerintah menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sejak April 2020 untuk mencegah penyebaran Covid-19 di Indonesia. Pembatasan sosial membuat mobilitas masyarakat menjadi terbatas. Hampir semua sektor di Indonesia melemah karena pandemi Covid-19 ini, terutama di sektor pariwisata, hiburan, transportasi, MICE, tekstil, dan otomotif. Staf Ahli Bidang Hukum Kemenkominfo, Henri Subiakto mengungkapkan “Hanya dengan transformasi digital kita bisa keluar dari krisis ini.”. Kebergantungan masyarakat terhadap digitalisasi meningkat selama masa pandemi ini,

baik dengan pemberlakuan sekolah dari rumah, bekerja dari rumah, ataupun aktivitas hiburan atau pemenuhan kebutuhan dasar melalui penggunaan teknologi komunikasi. Masyarakat dipaksa beradaptasi dengan cepat dalam hal pemanfaatan teknologi, masyarakat dipaksa untuk segera “melek” internet, melek teknologi informasi demi untuk melindungi kepentingan ekonomi dan kesehatan sekaligus.

Penggunaan aplikasi online untuk belajar, bekerja, atau konsultasi kesehatan meningkat 443%, ritel daring meningkat 400% dan penggunaan televisi meningkat 80% sejak pemberlakuan PSBB. Hal ini seiring dengan peningkatan proyeksi nilai transaksi ekonomi digital yang mencapai Rp1.700 triliun pada tahun 2025 (<https://m.kominfo.go.id>). Staf Ahli Bidang Hukum Kemenkominfo, Henri Subiakto mengatakan “Tanpa disadari pandemi Covid-19 telah memunculkan pola hidup baru. Masyarakat kita jadi terbiasa menggunakan teknologi digital, ini merupakan suatu hal yang positif” (<https://m.kominfo.go.id>). Bahkan saat ini mulai terjadi pergeseran pekerjaan akibat digitalisasi atau automasi yang bertambah cepat akibat pandemi Covid-19.

Dapat dilihat terjadi peningkatan dari penggunaan teknologi atau digitalisasi dalam ekonomi Indonesia karena pandemi Covid-19. Walau terjadi kenaikan dalam penggunaan teknologi pada aktivitas perekonomian, justru PDB per kapita mengalami penurunan. Bahkan

Bank Dunia menurunkan status Indonesia dari *upper-middle income* ke *lower middle-income* pada 1 juli 2021. Hendri Saparini, founder dan direktur eksekutif Center of Reform on Economics (CORE) menyatakan bahwa digitalisasi ekonomi di Indonesia terlihat dari tingginya *e-commerce* namun hanya di bidang jasa. Hendri juga menyampaikan bahwa produk yang dijual di dalam *e-commerce* sebagian besar merupakan produk impor sehingga seharusnya menjadi bahan refleksi untuk memperbaiki sisi suplai dengan memperbaiki struktur ekonomi dan industry (<https://ekonomi.bisnis.com>). Proses digitalisasi ini juga diharapkan tidak menghilangkan lapangan kerja yang sudah ada karena lapangan kerja yang sudah ada tidak bisa bertanding dengan pendatang-pendatang baru. Contohnya seperti Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang tidak bisa bertanding dengan *peer-to-peer lending* yang merupakan layanan pinjaman dana juga.

Untuk mendukung pencapaian visi Indonesia Emas 2045, yaitu Indonesia sebagai Negara berdaulat, maju, adil dan Makmur, dan dalam rangka mengakselerasi Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), pemerintah telah menyusun Peta Jalan Indonesia Digital 2021-2024. Peta jalan ini sekaligus untuk meningkatkan daya saing digital Indonesia yang dirasakan masih tertinggal dibandingkan dengan negara-negara lain. Ketertinggalan tersebut tercermin pada indeks daya saing digital yang berdasarkan

IMD *World Digital Competitiveness Ranking*, Indonesia berada di posisi 56 dari 63 negara (<https://dataindonesia.id>). Terdapat 4 pilar untuk utama mencapai visi Indonesia Emas 2045, yaitu pembangunan manusia serta penguasaan iptek, pembangunan ekonomi berkelanjutan, pemerataan pembangunan, serta pemantapan ketahanan nasional dan tata kelola pemerintahan (<https://old.bappenas.go.id>). Pada tahun 2024 diharapkan akan terdapat penambahan pertumbuhan PDB sebesar 1% dengan 50 persen UMKM yang ada telah terdigitalisasi, tercipta 2,5 juta lapangan kerja baru, dan sebanyak 600 ribu talenta digital terlatih setiap tahun.

Menurut berbagai studi, peluang ekonomi digital Indonesia masih cukup tinggi. Ini didukung dengan beberapa factor, seperti Indonesia memiliki jumlah penduduk terbesar ke-4 di dunia, terdapat lebih dari 191 juta penduduk usia produktif, 75,49 juta generasi Z, dan 69,90 juta generasi Y. Jika dilihat dari sisi digital user, terdapat 345,3 juta pengguna ponsel di Indonesia dengan pengguna internet sebanyak 73,7% dengan peningkatan 15-20% sepanjang tahun 2020. Kini muncul pendatang baru yaitu sektor Edutech dan Healthtech yang menjanjikan dalam digitalisasi ekonomi Indonesia. Dilihat pada tahun 2020 sektor Edutech mengalami pertumbuhan sebesar 200%, dan sektor Healthtech

diprediksikan akan meningkat sebesar 109% dalam 5 tahun kedepan.

Terdapat dua sisi ekstrim dalam setiap keputusan. Digitalisasi pada satu sisi memberikan peluang untuk perbaikan, namun pada sisi yang lain berbahaya. Saat ini Indonesia berada di peringkat ke 24 dari 160 negara menurut *Global Cybersecurity Index (GCI)*. GCI adalah indeks yang mengukur keamanan siber atau *cybersecurity* tingkat global negara-negara anggota (*International Telecommunication Union (ITU)*). Peringkat ini sudah naik dibandingkan di tahun 2019 yaitu peringkat 40. Tetapi kenaikan ini tidak seimbang dengan keamanan siber di Indonesia yang sebenarnya. Sebagai contoh, pada bulan Mei tahun 2021, Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) mengalami serangan siber, yakni data dari 279 juta penduduk berhasil dicuri dan dijual ke forum *online* bernama Raid Forums. Serangan siber juga terjadi pada situs sekretariat kabinet RI pada Juli tahun 2021, dalam kasus tersebut peretas berhasil mengubah tampilan dari situs web seperti jenis huruf, bahkan dapat mengubah tampilan keseluruhan dari situs web.

Pada masa pandemi Covid-19 ini Indonesia mengalami pertumbuhan negatif pada semua sektor terutama sektor perekonomian. Indonesia mengalami penurunan yang paling parah sejak tahun 1999. Ini disebabkan keputusan pemerintah untuk menjalankan gerakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang

menyebabkan penurunan pada permintaan masyarakat. Meski begitu, penggunaan teknologi dan internet di Indonesia melihat peningkatan yang tajam di berbagai bidang seperti, ekonomi seperti pembayaran, pendidikan, kesehatan untuk memudahkan masyarakat beraktivitas meski ada gerakan PSBB oleh pemerintah. Di sinilah pemerintah melihat potensi dan menyusun peta jalan untuk Indonesia menjalankan transformasi digitalisasi untuk memulihkan perekonomian Indonesia.

Tapi tidak semuanya tentang digitalisasi ekonomi Indonesia bersifat aman. Pada tahun 2021 sendiri ditemukan 1,6 miliar serangan cyber, berjangka dari pencurian data bahkan peretasan situs badan negara. Dari ini pemerintah masih harus meningkatkan pertahanan siber Indonesia untuk bisa mencapai visi Indonesia Emas 2045. Di sisi lain, PDB per kapita Indonesia mengalami penurunan, bahkan sampai Bank Indonesia menurunkan status Indonesia menjadi *lower-middle income*. Ini dikarenakan *e-commerce* Indonesia tinggi namun hanya di bidang jasa dan kebanyakan produknya adalah produk impor. Juga ada kemungkinan dimana lapangan pekerjaan yang sudah akan digantikan oleh digitalisasi ini. Intinya, pemerintah harus menjalankan pengawasan ketat selama proses digitalisasi ekonomi Indonesia. Keamanan cyber juga menjadi hal yang harus terus dikembangkan karena selalu muncul cara baru bagi peretas untuk menyerang.

BIODATA PENULIS

Geraldo Austin Joewono merupakan mahasiswa aktif angkatan 2020 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang.

BAGIAN 4: EKONOMI BERKELANJUTAN

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PENCIPTAAN NILAI PERUSAHAAN

Venantius Eka Prasetya, SE.

20g30014@student.unika.ac.id

Beberapa tahun terakhir istilah investasi berkelanjutan semakin populer. Bukan tanpa alasan kenapa investasi dengan tambahan istilah berkelanjutan menjadi populer. Berdasarkan data yang dipublikasi oleh *Global Sustainable Investment Review 2020* jumlah aset yang dikelola sebagai kategori investasi berkelanjutan mencapai \$35,3 triliun. Jumlah ini tumbuh 15% hanya dalam waktu 2 tahun. Investasi berkelanjutan membawa misi penyelamatan bumi atas dampak masif yang di akibat perubahan iklim yang dipicu oleh pemanasan global. Upaya memerangi perubahan iklim merupakan salah satu dari dua agenda besar PBB yang pada dasarnya saling berhubungan yaitu terkait pembangunan berkelanjutan. Dampak dari perubahan iklim berupa bencana alam seperti tanah longsor, banjir dan kebakaran hutan tentunya akan membawa dampak ekonomi yang besar, dan hal itu bukanlah masalah yang hanya dihadapi oleh sekelompok masyarakat tertentu saja, melainkan masalah

yang harus dihadapi oleh masyarakat Internasional. Oleh karena itu upaya untuk memerangi perubahan iklim juga harus diupayakan oleh masyarakat secara global.

Indonesia yang juga anggota PBB dalam hal ini juga turut serta ambil bagian dalam agenda tersebut. Komitmen pemerintah ditunjukkan dengan dikeluarkannya Undang-Undang No 16/2016 terkait Pengesahan Paris Agreement dan tujuan pembangunan berkelanjutan yang dituangkan dalam Perpres No 59/2017. Dalam konferensi perubahan iklim PBB ke 26 di Glasgow, Skotlandia tahun 2021, presiden Jokowi juga menyinggung masalah pembangunan rendah karbon yang tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah nasional (RPJMN) 2020-2024.

Aktivitas manusia dalam upaya memenuhi kebutuhan ekonomi dituduh menjadi salah satu faktor utama terjadinya masalah kerusakan lingkungan. Oleh karena itu diperlukan kebijakan dan peraturan yang dapat digunakan sebagai pedoman untuk mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan akibat aktivitas tersebut. *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki kaitan yang erat dengan tujuan untuk mencapai kegiatan ekonomi berkelanjutan. Istilah ini semakin populer sejak diperkenalkannya konsep *triple bottom line* dalam mengembangkan ekonomi berkelanjutan oleh Elkington. Pengertian ini memiliki kesamaan dengan istilah tanggung jawab sosial dan lingkungan dimana hal ini merupakan

komitmen bagi suatu perseroan untuk ikut turut serta dalam upaya mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Peraturan Pemerintah yang mengatur tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam PP No. 47 tahun 2012, ditetapkan dalam peraturan bahwa setiap perseroan dalam menjalankan aktivitasnya harus memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selanjutnya *Corporate Social Responsibility* (CSR yang dilakukan perusahaan dapat dilaporkan dalam laporan keberlanjutan sebagai laporan non keuangan yang disampaikan perusahaan kepada para pemangku kepentingan.

Banyak penelitian telah dilakukan untuk menemukan bukti hubungan antara CSR dengan kinerja perusahaan. (Dwi et al., 2017) melakukan meta-analisis dari artikel dalam kurun waktu 2000-2016 sedangkan (Firnanda Altariq & Saraswati, 2019) melakukan penelitian meta-analysis dalam kurun waktu 2014-2017, keduanya memberikan kesimpulan yang sejalan bahwa pengungkapan CSR mempengaruhi kinerja perusahaan. Bahkan sampai saat ini masih banyak ditemukan penelitian-penelitian yang serupa yang berusaha menemukan hubungan antara informasi non-keuangan dan kinerja perusahaan. Banyaknya penelitian tentang CSR menunjukkan bahwa program CSR yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari sebuah perseroan memiliki

perannya tersendiri dalam menjaga keberlangsungan perusahaan.

Teori pemangku kepentingan menurut freeman mengatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak terbatas hanya pada pemegang saham tetapi lebih luas lagi terhadap pihak-pihak lain yang terdampak dari aktivitas perusahaan baik itu konsumen, pemasok, karyawan, masyarakat sekitar dan pemerintah. CSR dalam dalam hal ini dapat dikatakan sebagai sarana komunikasi dan keterlibatan perusahaan kepada pihak-pihak tersebut. Masalah lingkungan dan sosial sampai dengan saat ini merupakan dua hal yang saling berkaitan dalam aktivitas perusahaan.

Menjaga hubungan baik dengan konsumen, masyarakat sekitar dan dengan karyawan dengan menjaga keterlibatan perusahaan untuk menjaga lingkungan dapat menjadi keuntungan kompetitif tersendiri bagi perusahaan. Hubungan baik dengan yang terjalin akan mendorong loyalitas konsumen dan memudahkan perusahaan dalam memperoleh akses terhadap sumberdaya yang diperlukan, selain itu juga akan menurunkan risiko atas tuntutan regulator sehingga kedepan akan berpotensi menurunkan biaya operasional perusahaan.

Tujuan utama perusahaan adalah menghasilkan laba, karena tanpa menghasilkan laba perusahaan tidak akan bertahan dalam menjalankan aktivitasnya, dengan

demikian untuk dapat terus menjaga eksistensinya perusahaan tidak hanya harus mampu menghasilkan laba tetapi laba yang berkelanjutan. Menjaga hubungan baik dengan aspek sosial dan lingkungan inilah yang menjaga perusahaan akan *sustainable*. Namun dalam prakteknya untuk dapat mengimplementasikan itu semua dengan baik maka diperlukan pemahaman yang baik dalam sistem tata kelola perusahaan.

Good corporate governance dalam hal ini menjadi aspek utama agar CSR dapat diimplementasikan dengan baik. Diperlukan kesadaran dan pemahaman yang baik dari manajemen agar penerapan CSR bukan hanya sekedar pemenuhan kewajiban perusahaan terhadap peraturan pemerintah atau alat marketing bagi perusahaan. Lebih dari itu penerapan CSR yang baik diharapkan akan memenuhi sasaran dan tujuannya yaitu keberlanjutan (*sustainability*), dengan demikian perusahaan akan mampu menjaga keberadaannya menghasilkan laba bagi pemegang saham dengan tidak mengabaikan kepentingan sosial dan lingkungan.

Komunikasi yang baik dengan pemangku kepentingan yang dijalin melalui penerapan CSR pada akhirnya akan menciptakan nilai bagi sebuah perusahaan. Mencermati kondisi alam saat ini dan desakan global menunjukkan bahwa menjadi *sustainable* sudah bukan lagi menjadi pilihan tetapi sudah harus mengarah pada sebuah

keharusan, dan untuk menjadi *sustainable* maka perusahaan harus berpegang pada prinsip *triple bottom line*.

BIODATA PENULIS

Venantius Eka Prasetya, SE. lahir di Kab. Semarang, Jawa Tengah, 19 Mei 1983. Saat ini masih aktif sebagai salah satu Mahasiswa Magister Akuntansi FEB Unika Soegijapranata.

REFERENSI

- Dwi, P. H., Erwin, S., & Abdul, G. (2017). *Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Financial Performance: a Meta-Analysis. Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 68(8), 41-52.
- Firnanda Altariq, F., & Saraswati, E. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan: Studi Meta Analisis. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 53(9), 1689-1699.
- Ida, T., Harahap, P., Septiani, A., Akuntansi, D., Ekonomika, F., & Diponegoro, U. (2019). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2013,2015 dan 2017). *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(3), 1-11.

MEMULIHKAN DIRI DAN MENJADI LEBIH TANGGUH DENGAN EKONOMI HIJAU

MG Westri Kekalih Susilowati, SE., ME

westrie@unika.ac.id

KONTRAKSI EKONOMI

Merebaknya Covid 19 sejak awal tahun 2020 telah menyebabkan terjadinya perlambatan ekonomi secara global bahkan menimbulkan banyak korban jiwa. Di awal kemunculannya, yang dimulai dari Wuhan-China, pandemi covid 19 menuntut organisasi-organisasi ekonomi merevisi proyeksi pertumbuhan ekonomi. Dalam World Economic Outlook bulan April 2020 (WEO, April 2020), International Monetary Fund (IMF) merilis penyesuaian proyeksi pertumbuhan ekonomi yang terdampak Covid 19 secara sangat signifikan. Tidak hanya mengalami perlambatan pertumbuhan, bahkan banyak negara mengalami pertumbuhan negatif. IMF bahkan menyatakan bahwa perekonomian global mengalami krisis karena terdapat 95 persen negara diprediksi tumbuh negatif menyerupai fenomena *Black Tuesday* September 1929 yang menyebabkan pertumbuhan ekonomi dunia menurun 15 persen. Perlambatan ekonomi yang terjadi berdampak pada peningkatan pengangguran yang diprediksi oleh

OECD sebesar 7,42 persen. Peningkatan angka pengangguran selanjutnya menciptakan kemiskinan baru. Menurut PBB, 71 juta orang telah tercatat masuk jalur kemiskinan ekstrim (Extreme poverty) dan kelaparan (Wartaekonomi.com, 2020).

Bagaimana dengan perekonomian Indonesia? Tidak berbeda dengan perekonomian dunia, perekonomian Indonesia juga berkontraksi. Angka pengangguran dan kemiskinan meningkat, ketimpangan pendapatan melebar, serta defisit APBN yang semakin besar. Sebagaimana dapat dilihat pada data-data yang dirilis oleh BPS, Produk Domestik Bruto (PDB) yang tercatat -2,07% pada 2020 setelah sebelumnya (2019) tercatat pertumbuhan positif 5,02%. Tingkat pengangguran meningkat dari 2,67 juta menjadi 9,77 juta orang pada bulan Agustus 2020 yang dalam persentase tercermin pada meningkatkan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 5,23 persen di tahun 2019 menjadi 7,07 persen di tahun 2020, serta 6,49 persen di tahun 2021. Selain itu, BPS juga mencatat bahwa sebanyak 15,72 juta orang mengalami pengurangan jam kerja akibat pandemi covid-19 pada periode yang sama (<https://www.bps.go.id>). Perusahaan startup digital tidak terkecuali terkena dampak. Sebanyak 83,4 persen perusahaan yang baru dirintis terdampak, dan 41,8% startup digital mengalami penurunan kondisi perusahaan. Tingkat kemiskinan tercatat sebesar 10,19 persen pada bulan September 2010,

0,97 persen lebih tinggi dibandingkan periode yang sama tahun 2019. Berbagai mitigasi untuk mempertahankan perekonomian serta memacu pemulihan telah dilakukan. Berbagai upaya mitigasi tersebut menyebabkan melebarnya defisit APBN yang sebelumnya berada pada kisaran 2 persen terhadap PDB menjadi 5 – 6 persen.

TRIPLE BOTTOM LINE 3P

Konsep *Triple Bottom Line* (TBL atau 3BL) adalah suatu konsep yang dikemukakan oleh John Elkington tahun 1988 yang juga dikenal 3P – *People, Planet and Profit*. Konsep ini menuntut perusahaan untuk lebih mengutamakan kepentingan *stakeholder* (semua pihak yang terlibat) daripada kepentingan *shareholder* (pemegang saham) (<https://www.investopedia.com>). Implementasi P-*People*, dilakukan dengan menerapkan praktik bisnis melindungi kepentingan tenaga kerja seperti tidak mempekerjakan anak di bawah umur, tingkat upah yang layak, serta memberikan lingkungan kerja yang aman dan nyaman serta memperhatikan kesehatan dan pendidikan tenaga kerja. P-*Planet* diimplementasikan dengan menjalankan praktik bisnis dengan pengelolaan penggunaan energi terutama yang tidak dapat diperbarui secara baik, menekan limbah produksi yang dihasilkan dan mengolah kembali sehingga aman bagi lingkungan, dan mengurangi emisi CO₂. Sementara itu, P-*Profit* dalam

konsep 3P adalah lebih dari sekedar keuntungan, tetapi juga terkait dengan persaingan usaha yang sehat serta etis.

Telah dua tahun, yakni sejak awal tahun 2020 kita (terpaksa) bersahabat dengan Covid 19. Tercipta kebiasaan-kebiasaan baru dalam rangka beradaptasi dengan Covid 19 tersebut, seperti memakai masker, mencuci tangan, transaksi non tunai, dan lain sebagainya. Akan ada kebiasaan yang akan memudar seiring dengan berlalunya pandemi Covid 19, ada pula kebiasaan yang tetap bertahan. Terlepas dari banyaknya dampak negatif yang tentu saja tidak dapat disepelekan, terdapat pula beberapa hal yang dapat dipelajari dalam proses beradaptasi dengan covid 19. Covid 19 tidak hanya terbatas pada aspek kesehatan, namun menyangkut aspek sosial, ekonomi, serta kehidupan pada masa yang akan datang. Perencanaan pembangunan harus didesain sebagai pembangunan berkelanjutan yang sesuai realitas terkini dengan tidak hanya berfokus pada pertumbuhan ekonomi, namun juga memperhatikan masalah sosial atau manusia, serta kelestarian lingkungan. Dengan penerapan 3P secara masif pada berbagai aspek kehidupan, niscaya pembangunan berkelanjutan dapat terwujud

PULIH DAN LEBIH TANGGUH DENGAN EKONOMI HIJAU

Ada pendapat yang mengatakan bahwa Covid 19 merupakan wujud dari sistem ekonomi yang meletakkan

kepentingan ekonomi di atas kepentingan sosial dan lingkungan. Covid 19 menyadarkan pentingnya harmonisasi kepentingan ekonomi, sosial dan kelestarian lingkungan sehingga memberikan tantangan tersendiri bagi perencanaan pembangunan berkelanjutan Setelah terpuruk akibat merebak pandemi Covid 19, perekonomian berangsur pulih. Meskipun diperkirakan melambat dari proyeksi awal, perekonomian dunia berhasil tumbuh pada tingkat 5,7 persen. IMF dalam WEF edisi Januari 2022 memproyeksikan pertumbuhan ekonomi akan mengalami perlambatan kembali di tahun 2022 diprediksi mengalami moderasi ke level 4,4 persen di 2022 atau turun -0,5 persen dibandingkan WEO Oktober 2021 dan 3,8 persen di 2023 karena tekanan konflik Rusia dan Ukraina. Sementara itu, perekonomian Indonesia diprediksi akan tumbuh 5,1 persen di tahun 2022 dan naik menjadi 5,3 persen di tahun 2023. Meredanya pandemi Covid 19 sekaligus menjadi momentum pemulihan ekonomi. Perekonomian diharapkan mengalami pemulihan dengan cepat dengan pertumbuhan yang berkelanjutan dan tangguh. Harapan tersebut dapat terwujud dengan menerapkan sistem ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif.

Pertumbuhan ekonomi yang diharapkan adalah pertumbuhan ekonomi yang mampu menjawab keprihatinan akan dampak negatif dari pertumbuhan yang memprioritaskan kepentingan ekonomi terhadap

kehidupan sosial dan lingkungan yang tidak diinginkan sebagai akibat dari pertumbuhan penduduk yang cepat, pertumbuhan ekonomi dan pemanfaatan sumberdaya alam secara tidak bertanggung jawab. Pertumbuhan hijau adalah pertumbuhan ekonomi yang tangguh, ramah lingkungan, serta inklusif secara sosial. Ini merupakan pendekatan praktis dan fleksibel untuk mencapai kemajuan yang nyata dan terukur yang mencakup seluruh pilar ekonomi dan lingkungan serta memperhatikan konsekuensi sosial dan lingkungan dari pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, pertumbuhan hijau dapat memberikan jaminan bahwa pemanfaatan sumberdaya secara bertanggung jawab dapat memberikan potensi ekonomi penuh secara berkelanjutan. Potensi ekonomi yang dimaksud daya dukung lingkungan dalam arti sumber daya alam seperti udara dan air bersih, tumbuh-tumbuhan, dan berbagai keanekaragaman hayati yang dibutuhkan untuk menghasilkan pangan, sandang, serta menjamin kesehatan manusia. Kebijakan pertumbuhan hijau merupakan satu kesatuan dalam reformasi struktural yang dipersyaratkan untuk mengakselerasi pertumbuhan yang kuat atau tangguh, lebih berkelanjutan, dan inklusif. Sebab, pertumbuhan hijau (*green growth*) akan berkontribusi terhadap pemanfaatan sumber daya secara lebih bertanggung jawab, mencegah dan mengurangi polusi, serta menciptakan peluang untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatl secara keseluruhan dalam

kerangka ekonomi hijau (*green economy*) (<http://greengrowth.bappenas.go.id>). Kondisi demikianlah yang pada akhirnya memungkinkan pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

Ekonomi hijau (*green economy*) merupakan perekonomian yang ditandai dengan rendah karbon, pemanfaatan sumber daya secara efisien dan inklusif secara sosial. Dalam ekonomi hijau, pertumbuhan lapangan kerja dan pendapatan didorong oleh investasi publik dan swasta ke dalam kegiatan ekonomi, infrastruktur dan aset yang memungkinkan pengurangan emisi karbon dan polusi, peningkatan efisiensi energi dan sumber daya, dan pencegahan hilangnya keanekaragaman hayati dan jasa ekosistem. Maka dapat dikatakan bahwa Ekonomi hijau (*green economy*) merupakan bentuk ekonomi yang *pro poor and marginalist*, *pro job*, *pro environment*, dan *pro disabilities*. Bentuk ekonomi ini tidak menggantikan pembangunan berkelanjutan tetapi mendukung terwujudnya pembangunan. Mengenai konsep pembangunan berkelanjutan, sebagaimana dinyatakan dalam Laporan Komisi Brundtland 1987, adalah pembangunan yang memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Implementasi ekonomi hijau yang bersifat inklusif, yakni ditandai dengan keramahannya terhadap kaum miskin

dan marginalis, lingkungan, lapangan pekerjaan, dan bahkan kaum difabel akan berdampak pada pemulihan ekonomi secara lebih cepat, menciptakan perekonomian yang lebih tangguh, dan berkelanjutan.

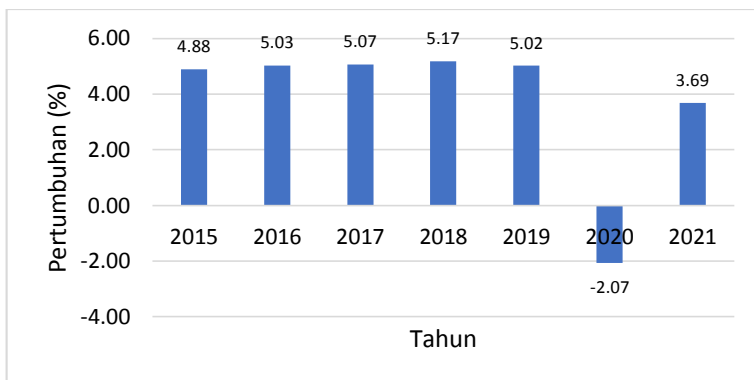
BIODATA PENULIS

MG Westri Kekalih Susilowati adalah dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen yang memiliki kepedulian pada bidang kajian terkait dengan ilmu ekonomi yang mencakup perkembangan makro ekonomi dengan kebijakan kebijakannya, baik kebijakan fiskal maupun moneter, ekonomi regional/perencanaan ekonomi regional, serta UMKM. Sebagai minor peminatannya adalah manajemen pemasaran.

PENERAPAN *CARBON TAX (PRICING)* PADA PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN

Jonathan Calvin Setiawan, S.T.P
20g30017@student.unika.ac.id










Seiring dengan peningkatan aktivitas pemulihan dari pandemi COVID-19, memicu pertumbuhan ekonomi yang signifikan sekaligus meningkatkan jumlah polutan yang sebelumnya berkurang signifikan akibat pembatasan pergerakan akibat pandemi. Gambar 1 menunjukkan pandemi Covid-19 meluluhlantakan optimisme yang dibangun dikarenakan adanya pembatasan pergerakan yang mengakibatkan turunnya aktivitas ekonomi. Namun seiring kasus COVID-19 yang menurun, ekonomi kembali bergeliat di tahun 2021 dengan mencatatkan peningkatan sebesar 3,69 (y-o-y) dibandingkan tahun 2020. Dari keadaan ini, Indonesia dapat masuk kembali dalam klasifikasi negara berpenghasilan menengah atas (*upper middle-income country*) (sumber: <https://setkab.go.id/bank-dunia-naikkan-peringkat-indonesia-jadi-upper-middle-income-country/>).



Gambar 1. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia tahun 2010-2020

Sumber: BPS (2022)

Seiring meningkatnya aktivitas, berarti juga meningkatnya jumlah partikel polusi di udara. Meningkatnya aktivitas bisnis dan perkantoran menjadikan Jakarta sebagai kota dengan jumlah polutan udara tertinggi kedua di dunia di bawah Lahore, Pakistan. Perbandingan dengan kota-kota besar di Indonesia, Jakarta hampir selalu menempati urutan pertama tingkat populasi tertinggi di Indonesia. Kota besar lainnya seperti Surabaya dan Bekasi juga termasuk dalam 10 besar kota paling tercemar hanya saja nilai yang dihasilkan tidak setinggi pencemaran pada Jakarta. Hal ini terlihat pada Gambar 2 dan Gambar 3.

Kota besar	AQI US
1  Lahore, Pakistan	172
2  Jakarta, Indonesia	167
3  Delhi, India	155
4  Santiago, Chile	115
5  Riyadh, Arab Saudi	110
6  Hanoi, Vietnam	108
7  Tehran, Iran	104
8  Dubai, Uni Emirat Arab	103
9  Kuala Lumpur, Malaysia	96

Gambar 2. Ranking kota berpolusi

Sumber : US AQI Air

(<https://www.iqair.com/id/indonesia/jakarta>)

tertinggi

#	CITY	AQI US
1	Jakarta, Jakarta	167
2	Pasarkemis, Jawa Barat	163
3	Cileungsir, Jawa Barat	157
4	Kota Bekasi, Jawa Barat	154
5	Kota Surabaya, Jawa Timur	153
6	Duri, Riau	131
7	Sedinginan, Riau	118
8	Bangkinang, Riau	116
9	Balaipungut, Riau	109
10	Kota Pekanbaru, Riau	96

Gambar 3. 10 Kota Indonesia dengan pencemaran
(Sumber gambar : US AQI air
(https://www.iqair.com/id/indonesia/jakarta_per_10_Juli_2022))

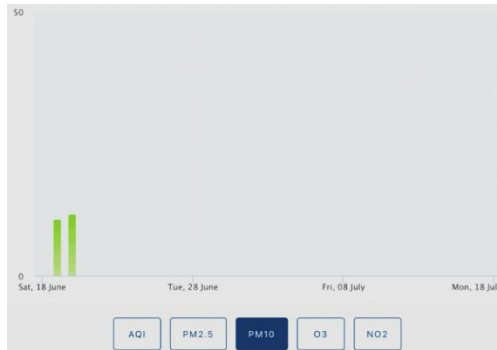
Apabila lebih dilihat lebih rinci lagi pada Gambar 4, Gambar 5, Gambar 6, dan Gambar 7 terlihat bahwa pengukuran partikel pencemaran udara pada Kota Jakarta tidak merata dan sebagian besar disumbangkan melalui pengukuran PM 2,5. Sedangkan pengukuran PM 10, O₃, dan NO₂ selama sebulan dari 18 Juni 2022 hingga 18 Juli 2022 tidak rutin dilakukan.



Gambar 4. Hasil pengukuran PM 2.5 Jakarta

Sumber : US AQI

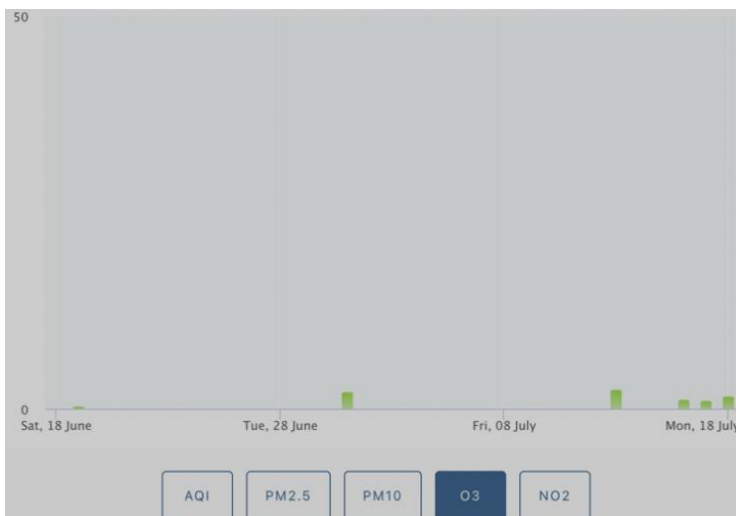
(<https://www.iqair.com/id/indonesia/jakarta>)



Gambar 5. Hasil pengukuran PM 10 Jakarta

Sumber : US AQI

(<https://www.iqair.com/id/indonesia/jakarta>)



Gambar 6. Hasil pengukuran O₃ Jakarta

Sumber : US AQI

(<https://www.iqair.com/id/indonesia/jakarta>)



Gambar 7. Hasil pengukuran NO₂Jakarta

Sumber : US AQI

(<https://www.iqair.com/id/indonesia/jakarta>)

Menurut laporan Standar and Poor's di tahun 2014, Indonesia rentan terhadap perubahan iklim. Kerentanan terhadap perubahan iklim berawal dari 17.000 pulau terdiri dari gugus kepulauan yang rentan akan risiko perubahan iklim seperti kenaikan permukaan laut (sumber:

https://www.researchgate.net/publication/270816828_Global_Climate_Risk_Index_2014) yang mana setiap tahunnya, menurut laporan Bappenas di tahun 2021, kenaikan permukaan air laut 0,8 hingga 1,2 cm/ tahun dan

65% penduduk tinggal di wilayah pesisir menjadi alarm tersendiri. Data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan di tahun 2020 menunjukkan bahwa dari tahun 2010 hingga 2018 terjadi peningkatan emisi Gas Rumah Kaca sebesar 4,3 % setiap tahunnya. Berdasarkan data BMKG di tahun 2020, dari tahun 1981 hingga 2018 terjadi kenaikan suhu di Indonesia sebesar 0,03°C setiap tahunnya (sumber : https://lcdi-indonesia.id/wp-content/uploads/2021/04/Buku-0_Ringkasan-Eksekutif-Dokumen-Kebijakan-Pembangunan-Berketahanan-Iklim.pdf).



Gambar 8. Kerentanan dalam perubahan iklim
Sumber : Standar and Poor's (2014)

Di samping beberapa tantangan, juga terdapat beberapa risiko perubahan iklim seperti air yang sulit, zamin yang suram, segara yang terpecah, pemulihan yang

terhambat, serta wana yang pelik. Menurut laporan *Nationally Determined Contribution* di tahun 2016, perubahan iklim memiliki dampak yang dahsyat salah satunya dalam hal bencana yang berhubungan dengan perubahan cuaca yang eksekif yang mencapai 80% dari seluruh bencana. Banyaknya kejadian bencana tersebut setidaknya memakan 0,66% hingga 3,45% produk domestik bruto di tahun 2030 (sumber : http://ditjenppi.menlhk.go.id/reddplus/images/resource/s/ndc/terjemahan_NDC.pdf).

Menguatnya pergerakan di tingkat dunia terhadap perubahan iklim seperti Perjanjian Paris yang terjadi di tahun 2016 mengikrarkan janji guna mengurangi laju pengeluaran arang terutama bidang usaha tahun 2030, dengan mencagak percepatan hawa global di bawah 2⁰ C terutama awal mula Revolusi Industri; komitmen bangsa-bangsa pada transformasi lingkungan, termasuk untuk pentahapan penunangan atas bahan bakar berbasis arang. G20 finance track juga membentuk *Sustainable Finance Working Group* (SFWG); Uni Eropa mewacanakan kebijakan *Border Carbon Arrangement* (bagian dari EU Green Deal) atau pengenaan pajak impor untuk barang yang menghasilkan emisi sesuai besaran emisi yang dihasilkan; sejak 2020, tren global ESG funds (dana-dana yang memperhatikan prinsip ESG dalam kegiatan investasinya) semakin meningkat (sumber:

https://unfccc.int/sites/default/files/english_paris_agreement.pdf)

PAJAK KARBON

Dalam sejarahnya, gagasan karbon dimulai dari Finlandia pada 1990 yang diikuti negara-negara Skandinavia lainnya, yaitu seperti Swedia dan Norwegia. Pelaksanaan pajak karbon lainnya kembali dilakukan pada medio 2000 menjangar ke wilayah Asia dan Australia yaitu pada negara Jepang dan Australia pada 2013, dan Tiongkok pada 2017. Untuk Kawasan Asia Tenggara, Singapura yang mempelopori kebijakan pajak karbon pada 2019

(sumber:

https://www.researchgate.net/publication/337734558_potensi_penerimaan_negara_dari_emisi_karbon_langkah_optimis_mewujudkan_pembangunan_berkelanjutan_di_indonesia).

Salah satu upaya untuk mengurangi ancaman perubahan iklim khususnya pencemaran udara melalui *carbon tax* atau *carbon pricing* (pajak karbon). Pengenaan pajak karbon atas zat arang berbasis bakar. Dikutip dari Direktorat Jenderal Pajak, pengenaan biaya atas zat arang ditujukan untuk pengurangan karbonium yang bisa dihasilkan dari *greenhouse gas*. Adapun pengenaan pajak karbon diatur dalam Undang-Undang no 7 tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan dan Peraturan Presiden 98 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan NEK (Nilai Ekonomi Karbon) (sumber: <https://jdih.kemenkeu.go.id/download/a9faab97-aca7-4f87-9fdc-faa8123d1454/7tahun2021uu.pdf>).

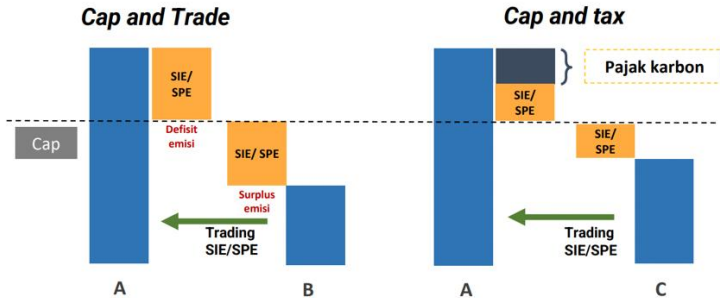
Dalam Undang-Undang no 7 tahun 2021 pasal 13 mengatur mengenai arah pengenaan, prinsip pajak karbon, dan tarif pajak karbon. Selain itu, pada pasal 58 Perpres 98/2021 mengatur mengenai pungutan pajak karbon yang didasarkan pada kandungan karbon, potensi emisi karbon, jumlah emisi karbon, kinerja aksi mitigasi. Dari kedua peraturan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pungutan atas karbon dapat berupa pungutan negara yang sudah ada (misalnya Pajak Kendaraan Bermotor, Pajak Bahan Bakar, dan PPnBM), maupun pungutan lain yang akan diterapkan (misalnya pengenaan Pajak Karbon) (sumber: <https://jdih.kemenkeu.go.id/download/a9faab97-aca7-4f87-9fdc-faa8123d1454/7TAHUN2021UU.pdf>).

Proses pengenaan pajak karbon dapat dilakukan dalam 4 mekanisme menurut Pasal 47 ayat (1) Peraturan Presiden 98 Tahun 2021 antara lain : perdagangan karbon, pembayaran berbasis kinerja, pungutan atas karbon. Dalam perdagangan karbon, negara melakukan jual beli unit karbon berbasis pasar mengurangi emisi gas rumah kaca. Perdagangan karbon dapat dilakukan dengan mekanisme perdagangan emisi dan offset emisi gas rumah kaca serta dapat dilakukan secara lintas sektor (https://jdih.maritim.go.id/cfind/source/files/perpres/salinan_perpres_nomor_98_tahun_2021.pdf).

Untuk penyeteroran kas negara, negara dapat menarik serapan dari emisi *greenhouse gas* yang sudah terafirmasi dan kegunaan di luar arang yang telah diafirmasi. Penguasa juga dapat mengenakan penarikan atas zat arang, penarikan pada barang dan jasa yang memiliki atau berpotensi mengandung karbon serta pada kegiatan yang menimbulkan keluaran berupa zat arang

tentunya dengan dampak merusak untuk seluruh semesta. Tarikan ini dapat menyerupai berbagai bentuk bisa dengan tarikan pusat dan daerah, penarikan perbandaran serta cukai. Seberapa besar penarikan didasarkan pada besaran kandungan karbon, potensi emisi karbon yang akan dihasilkan, total pengeluaran arang, atau kinerja aksi pencegahan perubahan kealaman.

Dalam sistem perdagangan karbon, terdapat dua mekanisme yang dapat dijalankan yaitu perdagangan izin emisi dan *offset* emisi. Dalam perdagangan izin emisi, entitas yang mengeluarkan buangan atau limbah udara lebih banyak membeli izin pengeluaran dari yang mengeluarkan lebih sedikit sedangkan untuk *offset* emisi, entitas yang melakukan aktivitas penurunan pengeluaran bertransaksi dengan keuntungan berupa kelebihan kapasitas zat arang yang diizinkan dikeluarkan untuk entitas yang banyak kotorannya. Penarikan biaya atas zat arang dilakukan dalam dua teknik yaitu Penarikan atas zat arang (*carbon tax*) dikenakan atas isi dari zat arang atau kegiatan menegluarkan sampah udara berbasis zat arang dan *Result Based Payment* (RBP): penarikan didasari atas hasil penurunan pengeluaran kotoran (sumber : https://gatrik.esdm.go.id/assets/uploads/download_index/files/2bb41-bahan-bkf-kemenkeu.pdf).



Gambar 9. *Cap and Trade* dan *Cap and Tax*

Sumber: presentasi Kementerian Keuangan dalam Webinar Penyelenggaraan Nilai Ekonomi Karbon di Subsektor Ketenagalistrikan (2021)

Gambar 9 memberikan implementasinya bahwa entitas yang mengemisi lebih dari cap diharuskan membeli ijin emisi (SIE) dari entitas yang mengemisi di bawah cap atau membeli sertifikat penurunan emisi (SPE/offset karbon) sedangkan defisit emisi setelah perdagangan emisi baik SIE maupun SPE baru dikenakan pajak karbon. Jika dibandingkan dari kedua mekanisme tersebut, pengenaan pajak karbon dipandang memiliki beberapa kemudahan dibandingkan skema cap dan trade seperti caranya yang lebih mudah, tidak termasuk skema kompleks pemantauan, pelaporan, dan verifikasi (MRV), dan dapat dilaksanakan dengan memanfaatkan kerangka kerja administrasi perpajakan saat ini. Namun, di sisi lain pengenaan pajak karbon juga memiliki kelemahan antara lain tidak mengizinkan emisi dalam bentuk apapun (sumber:

<https://pdfs.semanticscholar.org/5996/fca835fb1501e4c>

[948edc3c6d62ea4f6e51e.pdf?_ga=2.260741773.1217049.1658120919-1293716712.1655794677](https://pdfs.semanticscholar.org/5996/fca835fb1501e4c948edc3c6d62ea4f6e51e.pdf?_ga=2.260741773.1217049.1658120919-1293716712.1655794677)

Dalam bentuknya yang paling murni, *Cap and Trade* lebih kompleks untuk diterapkan, tetapi mereka akan mengurangi polusi dengan biaya bersih yang lebih rendah kepada masyarakat. Emitor dapat menggunakan atau menjual izin mereka kepada emitor lain yang telah jatuh tempo; mereka biasanya diizinkan untuk berdagang secara terbuka di sektor dalam diri mereka sendiri dan bahkan yurisdiksi. Karena tidak perlu mengumpulkan lisensi atau berspekulasi karena ketidakpastian, *Cap and Trade* akan mengambil keuntungan dari biaya pengurangan marjinal yang berbeda antara emitor jika bisnis beroperasi. Satu emitor merasa lebih hemat biaya hanya membeli tambahan lisensi dari bisnis lain untuk menghindari melebihi batasnya, sementara perusahaan lain mungkin merasa lebih hemat biaya dengan menginstal mesin pengurang polusi atau mendapatkan energi dari sumber terbarukan (sumber:

https://pdfs.semanticscholar.org/5996/fca835fb1501e4c948edc3c6d62ea4f6e51e.pdf?_ga=2.260741773.1217049.1658120919-1293716712.1655794677

BIODATA PENULIS

Jonathan Calvin Setiawan, mahasiswa Magister Akuntansi Universitas Katolik Soegijapranata alumni Sarjana Teknologi Pangan Universitas Katolik Soegijapranata

BUDIDAYA MAGGOT BSF ALTERNATIF SOLUSI PERMASALAHAN SAMPAH MAKANAN DAN KEMANDIRIAN EKONOMI MASYARAKAT

Veronica Kusdiartini, SE.,MSi

vero@unika.ac.id

Dalam kehidupan sehari-hari sampah menjadi pemandangan yang tidak bisa kita hindari. Kalau mau dipilah, maka ada sampah padat atau anorganik, seperti misalnya logam, plastik, kaca, karet, kaleng. Ada juga sampah basah atau organik, umumnya berupa sisa-sisa makanan, sayuran, buah-buahan, dan sejenisnya. Dengan mengambil data dari Organisasi Pangan Dunia (2013), ada kurang lebih 1,3 miliar ton makanan yang berarti kira-kira 30% dari produksi dunia hilang atau dibuang. Sementara itu, data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) tahun 2017/2018 menunjukkan bahwa sekitar 46,75% sampah di Indonesia merupakan sampah sisa makanan.

Melihat keprihatinan mengenai sampah sisa makanan yang sudah kita rasakan sejak lama, tokoh agama dunia Paus Fransiskus (2013) menyesalkan kebiasaan membuang makanan karena tidak habis. Menurutnya,

menyisakan makanan lalu membuangnya, sama artinya dengan mengambil hak makan dari orang miskin dan kelaparan. Di samping pendapat dari Paus Fransiskus tersebut, menurut Sohrabpour, Hellstrom, & Jahre (2012) secara teoretis limbah makanan juga menghasilkan jejak karbon lebih tinggi dari plastik, yang tentunya membahayakan kelestarian lingkungan hidup. Dari fakta yang memprihatinkan tersebut, apa yang seharusnya kita lakukan?

BUDIDAYA MAGGOT BSF

The Economist Intelligence Unit tahun 2017 menyatakan bahwa penyumbang terbesar sampah sisa makanan berasal dari rumah tangga. Sampah makanan banyak dihasilkan oleh individu yang melakukan hal-hal yang kurang tepat dalam mengonsumsi makanan, seperti mengambil makanan melebihi kemampuan makannya sehingga tidak habis, membuat makanan dalam porsi yang besar, atau bisa juga membeli makanan yang tidak disukai. Bahkan menurut Direktur Pengelolaan Sampah KLHK Novrizal Tahar (2022) perlu kampanye mengubah gaya hidup meghabiskan makan. Hal ini didukung dengan dikeluarkannya surat edaran untuk menggalakkan hidup minim sampah.

Mengantisipasi gerakan minim sampah, selain dengan mengajak masyarakat agar makan tanpa sisa, juga bisa dilakukan dengan membudidayakan maggot. Itu

adalah sejenis larva (belatung) yang berasal dari telur lalat tantara hitam atau *BSF (Black Soldier Fly)*. Semasa hidupnya, lalat Black Soldier ini tidak menularkan bakteri, penyakit, atau kuman pada manusia. Ketika lalat ini sudah kawin dan bertelur, tidak lama kemudian ia akan mati. Sedangkan telur yang sudah menetas akan menjadi larva (maggot). Satu ekor lalat betina bisa memproduksi 500 hingga 900 butir telur. Dari perkawinan 14-30 ekor *BSF* akan menghasilkan lebih kurang 1 gram telur, yang nantinya akan menetas menjadi 3-4 kg maggot atau larva.

Maggot inilah yang kemudian akan mengurai sisa-sisa makanan dalam waktu yang sangat singkat. 2 kg sampah sisa makanan bisa dihabiskan oleh sekitar 15 ribu larva dalam waktu hanya 24 jam. Ketika usia maggot sudah beranjak kira-kira 18 hari, maka ia akan berubah menjadi prepupa dengan ditandai perubahan warna kulit menjadi kehitam-hitaman. Setelah kurang lebih 14 hari prepupa ini akan menjadi pupa. Oleh karena itu bila diamati dari siklus metamorfosis *BSF* (telur-larva-prepupa-pupa-lalat *BSF*) membutuhkan waktu sekitar 35 sampai 40 hari.

Di tengah-tengah persoalan limbah sampah yang tak kunjung terselesaikan, kehadiran lalat *BSF* ini dirasa sungguh sangat membantu. Ajakan pemerintah melalui dinas lingkungan hidup kepada masyarakat untuk membudidayakan maggot *BSF* ini bukan semata-mata sebagai bentuk edukasi, melainkan juga karena melihat

beragam manfaat yang dihasilkan. Dari kajian-kajian yang sudah dilakukan terbukti bahwa kandungan protein maggot hidup berkisar 43%. Ketika dibuat menjadi pelet, kandungan proteinnya sedikit berkurang menjadi 30 - 40%. Tidak hanya sampai di maggotnya saja, namun sisa makanannya (kasgot) pun memiliki kegunaan. Ia bisa diolah menjadi pupuk organik atau kompos. Kendati berasal dari limbah sampah, pupuk yang dihasilkan tidaklah berbau. Disamping bisa menyuburkan tanaman, penggunaan pupuk yang berasal dari maggot ini jelas bisa mengurangi penggunaan bahan-bahan kimia bagi tanaman.

Apabila masyarakat tergerak untuk membudidayakan maggot, maka selain limbah sampah organik akan terekduksi secara signifikan, juga bisa mengurangi efek rumah kaca, dikarenakan penimbunan sampah organik yang terlalu lama berpotensi menjadi gas metan yang pada gilirannya mengakibatkan pemanasan global. Yang juga tak kalah penting adalah iming-iming yang diharapkan bisa menjadikan orang melirik usaha ini tentunya adanya nilai ekonomis. Di pasaran telur BSF dihargai 7 - 10 ribu per gram. Sedangkan satu kilo maggot dihargai 15 sampai 20 ribu.

KEMANDIRIAN EKONOMI MASYARAKAT

Berbicara tentang kemandirian merujuk pada kemampuan seseorang atau kelompok dalam mengatasi

aneka persoalan demi mencapai suatu tujuan, tanpa menutup diri terhadap kolaborasi yang bersifat simbiosis mutualisme. Di sektor ekonomi misalnya, kemandirian mempertanyakan apakah para petani lebih bebas atau justru makin dependen pada hasil industri (seperti pupuk), apakah industri dalam negeri lebih berdikari atau malah semakin menggantungkan diri pada bahan baku dari luar negeri, serta apakah negara kita lebih mampu mengupayakan modal atau sebaliknya justru tambah bergantung pada utang luar negeri.

Dalam kaitannya dengan budidaya maggot BSF, hal kemandirian ini sangat berkaitan erat dengan ketahanan pakan ternak dan ketahanan ekonomi kerakyatan. Bertambahnya kebutuhan terhadap protein hewani akan berefek pula pada kebutuhan terhadap pakan hewan ternak. Padahal, sekarang ini sektor industri masih mendominasi produksi pakan tersebut dan bukan rahasia bahwa hanya segelintir perusahaan saja yang memonopoli.

Peternak berisiko dirugikan apabila masih terlalu bergantung pada pakan industri, baik pur maupun pelet. Pasalnya, ada kecenderungan bahwa para “pemain besar” dalam sektor ini memanipulasi pasokan barang maupun harga. Kerap kali kita mendengar dan membaca berita tentang peternak yang mengalami kerugian gara-gara hasil penjualannya tidak sepadan dengan biaya produksi. Oleh sebab itu, diperlukan terobosan baru supaya para

peternak tidak melulu bergantung pada produk pabrikan. Salah satu kemungkinan solusinya adalah dengan mencari atau menciptakan pakan alternatif.

Larva (maggot) BSF dapat menjadi pakan pengganti maupun pakan pelengkap atas pakan olahan pabrik. Larva tersebut, di samping teksturnya kenyal sehingga cocok untuk pakan ternak, ternyata mampu menghasilkan enzim alami yang berkhasiat meningkatkan daya cerna hewan ternak terhadap pakan. Yang jelas, untuk merintis budidaya maggot BSF ini tidak diperlukan modal yang besar serta lahan yang luas. Budidaya larva ini dapat dilakukan hanya dengan skala rumahan. Penelitian Rizal dan Eka (2018) membuktikan bahwa maggot BSF sangat berpotensi menjadi pakan alternatif untuk ikan lele. Jika pelet dan maggot diaplikasikan pada ternak dengan perbandingan 50-50, biaya pakan bisa dihemat hingga 22,74%.

Melalui berbagai kegiatan kewirausahaan, kita dapat menggenjot budidaya maggot BSF yang kaya manfaat itu. Bonusnya, masyarakat kita pun dapat semakin diberdayakan. Budidaya maggot dapat membantu menuntaskan persoalan sampah perumahan, pasar tradisional serta mampu membuka kesempatan kerja agar angka pengangguran di usia produktif makin berkurang. Dengan demikian, mereka yang sedang memerlukan pekerjaan dapat terbantu untuk meningkatkan kesejahteraan. Dampaknya, kebutuhan hidup rumah

tangga setiap harinya dapat terpenuhi. Apabila urusan domestik ini beres, maka diharapkan terciptalah kedamaian dan kesejahteraan dalam kehidupan masyarakat kecil dan menengah.

BIODATA PENULIS

Penulis merupakan Dosen Tetap di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, sejak Tahun 1991 sampai sekarang. Pendidikan S1 ditempuh pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta Tahun 1990. Pendidikan S2 ditempuh pada Universitas Gajah Mada Yogyakarta Tahun 1998.

EFEKTIVITAS *REMOTE AUDIT* SETELAH PANDEMI COVID-19

Dian Nala Damayanti, S.Akun., Ak., ACPA

Hari Tripanto Silitonga, S.E., Ak., ACPA

20g30012@student.unika.ac.id

20g30013@student.unika.ac.id

PENDAHULUAN

Covid-19 muncul sebagai wabah yang serius dan dengan cepat menjadi pandemi. Dampak dari Covid-19 belum pernah terjadi sebelumnya. Covid-19 jauh lebih serius dalam hal tingkat kasus kematian dan epidemic di seluruh dunia. Akibatnya, WHO telah menyatakan insiden itu sebagai darurat kesehatan masyarakat yang menjadi perhatian internasional (World Health Organization, 2020). Dilansir dari CNN Indonesia, Covid-19 di Indonesia dimulai dengan kasus positif pertama pada tanggal 2 Maret 2020, dua WNI tertular dari warga negara Jepang yang terinfeksi kasus tersebut. Menanggapi hal itu, sejak Maret 2020 melalui konferensi pers di Istana Bogor Jawa Barat. Presiden Republik Indonesia menyerukan praktik *sosial distancing* serta memerintahkan larangan kegiatan tatap muka dan banyak lagi. Pedoman terkait dengan PSBB pun dikeluarkan dan

bekerja dari rumah (*work from home*) untuk mencegah penyebaran virus tersebut.

Sebagai hasil dari penerapan *work from home*, berbagai profesi pun merasakan dampaknya. Salah satunya adalah auditor eksternal atau auditor yang bekerja pada Kantor Akuntan Publik (KAP) terkait dengan kunjungan ke klien yang selalu dilakukan oleh auditor untuk kepentingan melakukan prosedur audit dan pengumpulan kertas kerja pemeriksaan. Eksternal auditor perlu menemukan alternatif untuk proses audit secara tradisional yang sangat memerlukan adanya proses tatap muka. Alternatif yang dipakai adalah proses audit jarak jauh atau *remote audit*. Ternyata, *remote audit* telah menjadi perbincangan selama beberapa tahun sebelum pandemi Covid-19. *Remote audit* adalah inovasi audit yang pada awalnya dikembangkan untuk memperluas cakupan audit, mengurangi biaya perjalanan dan meningkatkan efisiensi waktu audit (Teeter et al., 2010).

PEMBAHASAN

Istilah *remote audit* mengacu pada proses dimana auditor bekerja memanfaatkan teknologi informasi untuk menganalisis data, evaluasi, pelaporan, pengumpulan bukti serta berinteraksi dengan klien secara *daring* (Teeter et al., 2010). Seorang auditor dapat bekerja tanpa harus mengunjungi klien secara langsung. Dalam proses *remote audit*, auditor menggunakan metode elektronik antara lain

video conference, email, telepon dan lain-lain untuk memperoleh bukti audit yang cukup dan relevan.

Selama proses perikatan sampai dengan laporan audit diterbitkan, semua menggunakan teknologi guna menunjang untuk dilakukannya *remote audit* tersebut. Pro dan kontra saat penerapan *remote audit* juga menjadi salah satu perbincangan di lingkup auditor. Dalam banyak kasus, keadaan yang memaksa peralihan audit tradisional ke audit jarak jauh. Untuk membuat suatu keputusan, penting untuk memahami dalam keadaan apa *remote audit* lebih menguntungkan daripada sistem audit tradisional. Kelebihan dari penggunaan *remote audit* ini yang paling menonjol adalah berkurangnya biaya untuk akomodasi ke klien. Walaupun seringkali biaya tersebut adalah biaya yang akan dibayarkan dari klien saat proses penandatanganan surat perikatan kerja, tetapi akan tetap muncul biaya lain-lain yang dikeluarkan oleh auditor sendiri saat kunjungan ke klien tersebut. Selain hal tersebut, yang seringkali dijadikan pertimbangan adalah waktu. Penggunaan *remote audit* akan dapat mempersingkat proses pengumpulan bukti audit (*The Institute of Internal Auditors* (IIA) Indonesia, 2020). Bukti audit yang dikumpulkan akan secara langsung diproses melalui digital berupa dokumentasi, foto maupun video. Sedangkan, kekurangan dari *remote audit* yang paling menjadi dilema auditor adalah pengamatan secara langsung tidak dapat tergantikan. Dalam kasus ini, insting seorang auditor harus

benar-benar terlatih. Jika auditor melakukan pengamatan langsung ke lapangan, maka dipastikan akan menemukan “bau” yang khas dari perusahaan tersebut. Tetapi dengan kondisi penggunaan *remote audit*, auditor hanya bisa melihat “kulit” klien tersebut.

Memasuki tahun 2020, era *new normal* sudah dimulai dengan *timeline fase new normal* pemulihan ekonomi yang terbagi dalam 5 fase. Salah satu penyesuaian dalam era *new normal* adalah pengumpulan bukti audit yang dilakukan dengan jarak jauh. Hal ini disebabkan adanya PSBB yang berdampak pada mobilitas auditor. Auditor harus membuat perubahan yang relevan dalam hal ini dan harus mempertimbangkan metode pengujian alternatif. Auditor perlu memberikan pemikiran khusus terkait dengan SA 330 (respon auditor terhadap risiko yang dinilai), serta mengidentifikasi perubahan yang terkait dengan kemampuan auditor untuk memperoleh bukti audit yang memadai dan relevan.

Saat era *new normal*, auditor mengubah rencana audit mereka. Beberapa auditor juga mengubah pendekatan mereka melalui *remote audit*. Dengan audit jarak jauh, auditor melakukan semua atau sebagian proses audit secara *remote*. *Remote audit* bukanlah hal yang baru bagi auditor. Sejak munculnya gejala, perkembangan teknologi dan revolusi industri 4.0. *remote audit* berkembang dengan kebutuhan auditor dan klien itu sendiri, Covid-19 tampaknya mempercepat inovasi. Selama dekade terakhir,

pakar audit telah mendorong auditor untuk “merampingkan” teknologi jarak jauh untuk tinjauan, analisis dokumen, wawancara dan pengamatan. Namun sebelum adanya Covid-19, resistensi terhadap perubahan ini sangat tinggi. Dengan adanya Covid-19 dan kerja jarak jauh menjadi perhatian terhadap *remote audit* sangat besar. Hal tersebut sebagai salah satu komitmen auditor untuk mengumpulkan bukti audit tepat waktu dan relevan.

Pandemi Covid-19 bisa menjadi titik balik dua arah bagi auditor. Jika auditor gagal, pandemi akan menurunkan produktivitas dan menjadi tidak konsisten dengan strategi dan resiko perusahaan. Jika auditor gesit, pandemi adalah kesempatan unik untuk menunjukkan relevansi dan kontribusi audit untuk menjadi salah satu dasar pengambilan keputusan yang baik untuk perusahaan atau klien. Apa yang dilakukan oleh auditor hari ini akan membentuk “wajah” profesi ini dalam 10 atau 20 tahun mendatang. Auditor diminta tidak ragu untuk menghapus kebiasaan lama agar dapat mengikuti perkembangan yang ada. Auditor harus menunjukkan “kelincahan” selama proses pandemi dan masa era *new normal* ini.

Selain “kelincahan”, *remote audit* juga menjadi jawaban yang tepat untuk situasi era *new normal* ini. Bahkan setelah terbiasa dengan *work from home*, auditor sudah mulai terbiasa juga dengan proses *remote audit*. Dengan didukung oleh teknologi yang mumpuni, auditor diharapkan dapat menggunakan *remote audit* untuk

memperlancar proses auditnya. Dengan adanya kebiasaan baru ini, auditor dapat memaksimalkan kinerja mereka serta kemungkinan auditor yang sedikit ragu untuk kembali menggunakan prosedur audit tradisional yang harus datang ke klien untuk melakukan prosedur audit. Adanya perubahan kebiasaan tersebut, secara tidak langsung membuat digitalisasi data karena Covid-19 dipercepat karena kebutuhan data digital untuk bekerja secara *remote*. Kelincahan dan *remote audit* memberikan auditor rasa percaya diri untuk melangkah dengan standar baru untuk memasuki era *new normal*.

KESIMPULAN

Era *new normal* akan membawa perubahan perilaku untuk melanjutkan aktivitas normal dengan menambahkan protokol kesehatan untuk mencegah penularan Covid-19, penetapan blokade daerah, PPKM tingkat 1 sampai 4, sistem *work from home*, *meeting online*, dan kantor *virtual*. Auditor diharapkan terus berupaya untuk mengenali peluang pengembangan proses kerja mereka sehari-hari. Dengan adanya *remote audit*, juga menjadi salah satu cara untuk auditor dapat memaksimalkan kinerjanya, walaupun *remote audit* merupakan kebiasaan di saat pandemi. Tetapi di era *new normal* ini, *remote audit* seakan-akan menjadi kebiasaan baru yang dilakukan oleh auditor yang dianggap efektif menjadi pengganti prosedur secara tradisional.

BIODATA PENULIS

Dian Nala Damayanti lahir di Semarang, 8 Maret 1995. Menempuh pendidikan Dasar, Menengah dan Atas dari tahun 2001-2013. Melanjutkan Sarjana Akuntansi di Universitas Dian Nuswantoro (2013-2017), Pendidikan Profesi Akuntansi pada Universitas Diponegoro (2020). Sekarang menempuh Magister Akuntansi di Universitas Katolik Soegijapranata. Sejak 2017-sekarang menjadi auditor di salah satu KAP di Semarang.

Hari Tripanto Silitonga lahir di Bengkulu, 13 April 1995. Menempuh pendidikan Sarjana Akuntansi di Universitas Semarang (2013-2017), Pendidikan Profesi Akuntansi pada Universitas Diponegoro (2020). Sekarang menempuh Magister Akuntansi di Universitas Katolik Soegijapranata. Sejak 2017-sekarang menjadi auditor di salah satu KAP di Semarang

REFERENSI

- Teeter, R. A., Alles, M. G., & Vasarhelyi, M. A. (2010). The Remote Audit. *Journal of Emerging Technologies in Accounting*, 7(1), 73-88. <https://doi.org/10.2308/jeta.2010.7.1.73>
- The Institute of Internal Auditors (IIA) Indonesia. (2020). *Proses Audit Jarak Jauh Selama dan Setelah Covid-19*. The Institute of Internal Auditors (IIA) Indonesia. <https://na.theiia.org/translations/PublicDocuments/EHSKB-Remote-Auditing-for-COVID-19-and-Beyond-Indonesian.pdf>
- World Health Organization. (2020). *World Health Organization : Corona Disease (COVID-19) Pandemic*. World Health Organization. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>

IMPLEMENTASI PEMASARAN HIJAU PADA PERGURUAN TINGGI UNTUK MENDUKUNG EKONOMI TANGGUH

Ilona Tesalonika

20d10219@student.unika.ac.id

Kerusakan dan keberlanjutan lingkungan merupakan salah satu fokus dalam *Sustainable Development Goals (SDGs)*. Secara garis besar, *SDGs* bertujuan untuk menjaga peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara berkesinambungan, menjaga keberlanjutan kehidupan sosial masyarakat, menjaga kualitas lingkungan hidup serta pembangunan yang inklusif dan terlaksananya tata kelola yang mampu menjaga peningkatan kualitas kehidupan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Perguruan tinggi merupakan entitas yang dapat mengambil peran untuk mencapai tujuan *SDGs* tersebut. Salah satu peran yang dapat dilakukan oleh perguruan tinggi adalah dengan mengimplementasikan pemasaran hijau atau *green Marketing*). Secara garis besar, pemasaran hijau merupakan strategi pemasaran yang memberikan perhatian atau peduli terhadap kelestarian lingkungan.

Pemasaran ini menyangkut seluruh produk atau jasa agar dapat meraih target pasar yang sesuai yang diharapkan

dan mendapat lebih banyak pembeli atau konsumen atau mahasiswa untuk konteks perguruan tinggi. Inti dari pemasaran adalah bauran pemasaran sebagaimana dinyatakan oleh Kotler (2015) “*The hard and soul of marketing is marketing mix*”. Bauran pemasaran tersusun atas *product, price, place, dan promotion* (4P). Akan tetapi dalam bidang pemasaran jasa terdapat penambahan 3P lainnya yakni *people, process, serta physical evidence*. Perguruan tinggi bergerak dalam bidang industri jasa, yakni jasa pendidikan yang berarti memiliki memiliki bauran pemasaran jasa 7P. Oleh karena itu implementasi *Triple bottom line* bidang pemasaran sebuah perguruan tinggi hendaknya mencakup aspek 7P tersebut. Beberapa kegiatan pemasaran pada perguruan tinggi yang mendukung perilaku *go green* yang menjamin harmonisasi kehidupan manusia, bumi, serta memperoleh keuntungan (*profit, people, planet, and the profit*) adalah *green marketing* atau *ecological marketing*. Strategi *green marketing* atau *ecological marketing* merupakan suatu strategi *branding* yang menautkan antara aspek dan isu lingkungan dengan alam dalam prosesnya. Konsep ini meliputi kegiatan pengembangan keseluruhan aktivitas pemasaran untuk memberikan dorongan dan mempertahankan perilaku ramah lingkungan. Khususnya di era saat ini, sudah banyak kesadaran akan pentingnya keberlanjutan alam dan planet bumi.

Green marketing atau *ecological marketing* pada perguruan tinggi dapat dilakukan dengan menerapkan beberapa langkah sebagai berikut:

a. *Marketing Waste*

Perguruan tinggi mengkampanyekan dan menghidupkan konsep ekonomi sirkular dalam kampus, yaitu suatu konsep model produksi dan konsumsi, yang mencakup kegiatan menggunakan kembali, memperbaiki, memperbarui, dan mendaur ulang bahan dan produk yang ada selama mungkin. Dengan cara ini, siklus hidup produk diperpanjang sehingga menghasilkan limbah seminimal mungkin.

b. Promosi Hijau (*Green Promotion*).

Perguruan tinggi dapat menggantikan cara promosi manual yang menggunakan *paper pamphlet* dan segala bentuk brosur kertas menjadi sistem promosi *e-marketing* untuk mendapatkan target konsumen. Promosi *e-marketing* dilakukan melalui platform digital seperti media sosial Instagram advertisement, tiktok, youtube, facebook, website, dan line ads. Langkah ini akan mengurangi aktivitas cetak-mencetak dan berdampak pada penurunan jumlah penggunaan sampah kertas serta mengurangi polusi kendaraan dan biaya transportasi. Agar penerapan *e-marketing* dapat secara optimal mencapai sasaran mendapatkan

jumlah mahasiswa yang ditargetkan maka harus dipilih platform-platform yang paling disukai oleh calon mahasiswa dan mahasiswa. Mengenai jenis platform yang paling disukai, paling banyak digunakan masih diperlukan riset lebih lanjut. Dengan membuat konten yang relevan berupa story, video, foto, artikel, live content, audio, dan trend yang sedang booming pada saat ini. Konten ini diposting dalam waktu yang konsisten, seperti seminggu 3 kali atau seminggu sekali. Seperti contohnya pada tiktok, dengan membuat video yang menggunakan backsound yang sedang viral akan berpeluang besar menjadi FYP yang artinya masuk halaman rekomendasi pada TikTok yang berisi kumpulan video yang sedang naik daun atau populer.

- c. Merancang program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang melibatkan mahasiswa maupun alumni sebagai pelaku promosi.

Pelibatan mahasiswa dan alumni sebagai pelaku promosi dapat dilakukan dengan program kegiatan CSR sebagaimana perguruan tinggi berperan sebagai pencetus dan pelaksanaannya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan program “*Back to High School*” yang berarti Perguruan tinggi melibatkan mahasiswa maupun alumni untuk memberi kontribusi terhadap target program CSR

dengan menyediakan kebutuhan siswa SMA. Dengan begitu apabila siswa SMA menerima manfaat dan melihat dampak positif dari program CSR sehingga akan meningkatkan *intake* perguruan tinggi. Seperti contohnya perguruan tinggi menggunakan kumpulan mahasiswa yang pandai bermain basket untuk ditransfer ke salah satu SMA dan mereka akan sukarela menjadi tutor siswa SMA. Maka secara langsung ataupun tidak langsung program pemasaran ini akan berdampak pada pengenalan perguruan tinggi kepada calon mahasiswa dan diharapkan dapat meningkatkan animo untuk mendaftar di perguruan tinggi tersebut.

- d. Digitalisasi Pemasaran secara menyeluruh.
Pemasaran jasa pada perguruan tinggi tidak hanya mencakup promosi, namun mencakup keseluruhan 7P. Terdapat beberapa alasan yang mendasari pentingnya digitalisasi pemasaran secara menyeluruh pada perguruan tinggi, antara lain:

1. Keterjangkauan

Pemasaran digital jauh lebih murah daripada metode pemasaran lainnya karena kemampuannya menjangkau pasar yang luas. Penerapan pemasaran digital akan menekan biaya karena belanja promosi cenderung lebih rendah daripada bentuk

pemasaran yang mengharuskan tatap muka atau kehadiran secara fisik serta sarana pendukung yang berupa benda-benda.

2. *Mobile Access* (Akses Seluler)

Sebagian besar (bahkan mungkin semua) mahasiswa maupun calon mahasiswa menggunakan telepon cerdas untuk mencari informasi/berita, jejaring sosial, dan aktivitas lain. Pemasaran digital membantu memungkinkan menjangkau calon mahasiswa saat melakukan aktivitas-aktivitas digital tersebut. Dengan iklan pemasaran ulang, pemasaran email dan teks, serta media sosial, suatu perguruan tinggi muncul saat calon mahasiswa menggunakan banyak aplikasi berbeda di ponsel mereka.

3. *Influencer Engagement*

Penerapan pemasaran digital membuka berbagai kemungkinan untuk strategi publisitas di masa depan. Dalam hal ini perguruan tinggi dapat merekrut mahasiswa-mahasiswa khususnya mahasiswa yang populer di dunia maya atau selebgram dalam bentuk satuan tugas (satgas) untuk menjadi media influencer yang mengkampanyekan *go green university*.

Para selebgram kampus ini akan menjadi motor penggerak bagi keseluruhan mahasiswa. Secara otomatis kegiatan ini akan menjadi publikasi yang sangat-sangat masif.

4. Multimedia

Pelanggan termasuk calon mahasiswa cenderung lebih terlibat dengan materi pemasaran yang menggabungkan berbagai jenis konten, termasuk foto, klip video, dan audio. Jauh lebih mudah untuk memasukkan semua jenis konten ini ke dalam pemasaran digital daripada jenis publisitas lainnya.

5. Interaktivitas

Pemasaran digital memungkinkan komunikasi langsung dengan pelanggan yang melihat konten perguruan tinggi melalui komentar situs web, pesan, ulasan, dan pos media sosial. Selain dapat mengumpulkan informasi mengenai reaksi dan preferensi konsumen, pemasaran digital perguruan tinggi dapat menunjukkan kepeduliannya terhadap apa yang rasakan konsumen sehingga konsumen dihargai. Ini juga memungkinkan Anda untuk

mengumpulkan informasi berharga tentang reaksi dan preferensi pelanggan.

6. Otoritas

Pemasaran digital memudahkan untuk mengomentari masalah dan kontroversi yang terkait dengan produk atau jasa yang dihasilkan perguruan tinggi sekaligus menanamkan kepercayaan pada perguruan tinggi.

BIODATA PENULIS

Ilona Tesalonika, mahasiswa Program Studi Manajemen FEB Universitas Soegijapranata Semarang angkatan 2020.

MENCIPTAKAN LINGKUNGAN PERGURUAN TINGGI YANG SEHAT DENGAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA HIJAU

Yoseph Christian Asitya Candra

20d10194@student.unika.ac.id

Perguruan tinggi diharapkan memiliki peran besar dalam bertindak terhadap bumi ini karena merupakan institusi tempat berkumpul kaum intelektual. yang mampu mengembangkan gagasan-gagasan serta melakukan berbagai inovasi. Bersama seluruh civitas akademiknya, perguruan tinggi akan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi masyarakat luas dalam upaya menjaga kelestarian lingkungan sehingga menjadi tempat yang nyaman bagi manusia untuk hidup. Perguruan tinggi, sebagai lembaga pendidikan, perguruan tinggi memiliki potensi yang sangat besar sebagai *life time influencer* karena selain memiliki mahasiswa yang masih aktif, juga jutaan mahasiswa di seluruh bumi ini lulus setiap tahunnya. Namun demikian, salah satu hal penting yang harus dihadapi perguruan tinggi adalah kebutuhan akan kelangsungan hidup perguruan tinggi itu sendiri. Oleh karena itu, sebuah perguruan tinggi juga berkepentingan untuk menghasilkan profit. Adakalanya, tujuan melestarikan lingkungan agar menjadi tempat yang

nyaman bagi manusia memiliki konflik pencapaian sasaran menghasilkan profit. Oleh karena itu, perubahan mendasar dalam perilaku ekonomi dan manusia sangat dibutuhkan.

Manajemen Sumber Daya Manusia menjadi aspek yang penting mengingat segala bentuk manajemen yang dijalankan adalah manusia itu sendiri. Perguruan tinggi ikut ambil bagian terkait dengan keberlangsungan lingkungan hidup yang sehat. Fasilitas lengkap pada perguruan tinggi memberikan kemudahan dan dipandang sebagai perguruan tinggi yang maju dan modern. Seperti pada fasilitas *lift* yang memungkinkan mahasiswa, tenaga pengajar dan staff lebih banyak menggunakan *lift* tersebut daripada menaiki tangga untuk menuju lantai atas atau sebaliknya. Lahan parkir yang luas memungkinkan perguruan tinggi menampung lebih banyak kendaraan dari ratusan hingga ribuan kendaraan per hari.

Masalah lingkungan hidup yang muncul terkadang berasal dari praktik kegiatan sehari-hari yang secara tidak sadar menurunkan kualitas lingkungan hidup. Fasilitas pada perguruan tinggi seperti *lift* merupakan fasilitas yang modern dan memudahkan kegiatan manusia, tetapi hal tersebut membuat pola pikir manusia menjadi malas untuk berjalan kaki menuju lantai atas. Selain itu, penggunaan *lift* juga memberikan dampak terhadap borosnya penggunaan listrik. Setidaknya sekitar 1000 – 2000 watt yang digunakan untuk mengoperasikan *lift*.

Wijanto H. (2020) menuliskan bahwa masalah lingkungan hidup bersifat antropogenik merupakan masalah lingkungan hidup yang disebabkan oleh aktivitas manusia. Dalam hal ini aktivitas manusia yang menyebabkan polusi udara seperti aktivitas transportasi. Lahan parkir yang luas pada perguruan tinggi memberikan pandangan bahwa mereka akan dapat memarkirkan kendaraan mereka dengan leluasa tanpa hambatan karena terdapat banyak kelonggaran pada lahan parkir tersebut, bahkan jika mereka ingin berangkat siang sekalipun. Hal ini membuat aktivitas kendaraan pada area perguruan tinggi semakin leluasa dan menghasilkan polusi udara dalam bentuk partikel gas.

Beberapa tindakan yang dapat dilakukan untuk mengurangi dampak negatif dari gaya hidup yang terlalu ketergantungan menjadi lebih sehat dan mandiri sebagai berikut.

- a. Kebijakan Penggunaan Fasilitas Perguruan Tinggi.
Membuat kebijakan untuk dilakukan penghematan energi listrik pada penggunaan fasilitas perguruan tinggi. Dalam penggunaan *lift*, pihak perguruan tinggi membuat kebijakan untuk *lift* digunakan saat siang sampai sore hari menuju kegiatan kelas selesai. Seperti penggunaan *lift* dapat dioperasikan pukul 11.00 – 16.00 saja. Hal ini akan mengurangi kuota waktu penggunaan *lift* di perguruan tinggi. Kemudian, tata letak *lift* akan lebih baik jika dibangun tidak bersebelahan dengan tangga dan menjauhi pintu masuk gedung. Pembangunan *lift* diletakan pada jarak sekitar 30 meter dari tangga. Hal ini akan membuat orang saat memasuki gedung dan ingin menuju lantai atas akan lebih baik menggunakan tangga daripada harus berjalan jauh menuju *lift*, belum lagi jika harus menunggu antrian.
Menurut psikolog Astrid Wiratna, kurang gerak membuat kualitas hidup seseorang menurun sehingga sulit merasakan bahagia. Mobilitas atau aktivitas bergerak masyarakat sangat mempengaruhi untuk mendapatkan kualitas hidup lebih baik. Hal ini lah yang akan membuat gaya hidup lebih sehat dan tidak bergantung pada fasilitas yang memanjakan.

b. Car Free Day

Hari bebas kendaraan bermotor. Kegiatan yang dicerminkan pada masyarakat untuk tidak mengendarai kendaraan mereka dan lebih memilih berjalan kaki. Hal ini juga dapat diterapkan pada tingkat perguruan tinggi. Pada perguruan tinggi sudah berkontribusi untuk menghasilkan ratusan hingga ribuan kendaraan bermotor setiap hari kerja. *Car Free Day* diterapkan di tingkat perguruan tinggi bukan berarti harus berjalan kaki dari rumah ke perguruan tinggi, tetapi lebih memilih menggunakan transportasi umum untuk berangkat ke perguruan tinggi. *Car Free Day* ini dapat diterapkan setiap sebulan sekali atau pada hari yang berkaitan untuk menjaga kualitas lingkungan hidup seperti Hari Lingkungan Hidup Sedunia pada tanggal 5 Juni. Di kota Semarang seperti BRT (*Bus Rapid Transit*) dioperasikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat untuk bepergian di wilayah kota Semarang menggunakan transportasi umum. Koridor VI jurusan UNDIP-UNNES pada gambar 1.8 dioperasikan untuk memenuhi permintaan masyarakat dan mahasiswa karena melewati beberapa pusat pendidikan, yaitu UNDIP, UNNES, POLINES, Universitas 17 Agustus 1945, AKPELNI, dan UNIKA.

c. Kurikulum Digitalisasi

Pembelajaran secara *online* atau pembelajaran daring bukan berarti harus dihilangkan begitu saja, karena banyak keuntungan yang didapatkan dengan pembelajaran secara *online* seperti mahasiswa dan tenaga pengajar tidak perlu mengeluarkan biaya bensin kendaraan mereka untuk pergi ke perguruan tinggi, kualitas udara jauh lebih baik karena kurangnya volume kendaraan, orang tidak terburu-buru saat pergi bekerja karena hanya perlu menyalakan *gadget* mereka yang tersambung ke internet. Pembelajaran daring dapat diaplikasikan untuk dijadikan sistem pembelajaran kurikulum yang baru. Tidak perlu setiap hari harus pembelajaran daring karena kegiatan mengajar berbasis praktik, mengharuskan mahasiswa dan tenaga pengajar untuk datang ke perguruan tinggi agar kemampuan mahasiswa lebih meningkat daripada praktik secara daring. Hal ini adalah agar sesekali kita tidak bergantung pada kendaraan bermotor saat berangkat bekerja dan tentunya mengurangi biaya operasional dari hari biasanya.

Sebagai catatan penutup dalam tulisan ini, perlu ditegaskan bahwa perguruan tinggi dapat mengambil peran besar dalam menjaga kelestarian lingkungan, terutama melalui pembiasaan-pembiasaan kehidupan dalam

lingkungan kampus. Perubahan perilaku anggota atau civitas akademika dari berperilaku konvensional menjadi ramah lingkungan akan menciptakan budaya yang mendukung upaya pelestarian lingkungan pada masyarakat umum secara luas. Pembiasaan-pembiasaan berperilaku ramah lingkungan, secara organisatoris juga dapat meningkatkan efisiensi operasional yang menghasilkan penghematan dan memberikan profit untuk kelangsungan hidup perguruan tinggi (swasta). Kebiasaan-kebiasaan berperilaku ramah lingkungan dapat dibawa keluar dan disebarluaskan melalui berbagai kegiatan tri darma perguruan tinggi. Sebagai contoh, mahasiswa yang mengikuti program Kuliah Kerja Nyata (KKN) sebagai bentuk pengabdian kepada diharapkan mampu mengobarkan “Gerakan Hijau” di masyarakat yang lebih luas. Akhir kata, mari bersama-sama mencintai bumi. Mulai dari diri sendiri dan menjadi bersama.

BIODATA PENULIS

Yoseph Christian Asitya Candra, mahasiswa Program Studi Manajemen FEB Universitas Soegijapranata Semarang angkatan 2020

REFERENSI

Hadipuro, Wijanto. (2020). *Manajemen Lingkungan Hidup untuk Bisnis: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi

GREEN SUPPLY MANAGEMENT

Garrent Reivener Michael Hariyadi

20d10169@student.unika.ac.id

Manajemen operasi Perguruan Tinggi memiliki dampak besar terhadap lingkungan. Hal ini karena Perguruan Tinggi memiliki pemangku kepentingan yang sangat luas serta sumberdaya sarana prasarana pendukung berskala besar. Pada bidang operasional, diasumsikan sebuah Perguruan Tinggi diperkirakan memiliki setidaknya 70% biaya operasional rutin yang bersumber dari biaya listrik. Persoalannya, sementara ini, sebageian besar listrik masih diproduksi dari sumber energi primer, yakni sumber yang diambil dari alam. Secara persentase, sumber energi pembangkit listrik yang terbesar adalah dari batu bara dan gas alam, masing-masing sebesar 38% dan 23%. Selebihnya air, nuklir, panas bumi dan lain sebagainya. Memanfaatkan *green supply management* pada *green manufacturing*, dan pemanfaatan *clean technology* untuk operasional perguruan tinggi merupakan langkah konkret perguruan tinggi untuk berkontribusi dalam pelestarian lingkungan dan akan menghasilkan penghematan biaya operasi perguruan tinggi. Ketika beban operasional terhadap listrik yang tinggi berhasil diefisienkan, bukan tidak mungkin profit yang didapat atau kemudian diinvestasikan akan maksimal dan berbuah baik untuk memberikan keberlangsungan bisnis jangka panjang.

Pemanfaatan *green supply management* dalam *green manufacturing*, dan pemanfaatan *clean technology* pada perguruan tinggi dapat dilakukan dengan menerapkan beberapa inovasi penyesuaian seperti berikut ini :

a. Pemilihan sumber pencahayaan

Hal paling mudah yang dapat dilakukan adalah dalam pemilihan pencahayaan. Seperti yang akan kita lihat pada Gambar 1.1 dinyatakan bahwa ada perbedaan pada masa pakai lampu LED lebih tahan lama dengan dapat bertahan sekitar 20 ribu jam dibandingkan dengan pemilihan lampu bohlam yang hanya bisa bertahan selama 2 ribu jam untuk masa pakainya. Selain itu dari segi watt yang digunakan, bahwa lampu LED mampu menghasilkan cahaya 115 lumen hanya dengan 2,5 watt, apabila dibandingkan dengan lampu bohlam memerlukan 15 watt yang kita tahu lebih banyak energi dengan menghasilkan daya listrik lumen yang sama. Dari sini secara penggunaan akan lebih efisien karena perguruan tinggi dapat menghemat lebih banyak uang untuk mengganti komponen lampu secara berkala dan juga secara tidak langsung menjadikan pengurangan limbah bagi lingkungan.

b. Pemanfaatan Panel Surya

Selanjutnya, dalam rangka melakukan penghematan listrik, perguruan tinggi perlu untuk berinvestasi dalam teknologi bersih. Perguruan

tinggi perlu untuk memfokuskan dalam menggunakan energi yang dapat diperbaharui. Contoh yang bisa dipergunakan adalah bagaimana pemanfaatan sistem energi surya akan dimanfaatkan sebagai energi bersih dan juga terbarukan. Ini tentu akan dapat memberikan penghematan biaya dan perguruan tinggi dapat mencapai tujuan terhadap lingkungan mereka. Energi Surya Adalah Blok Bangunan Utama Masa Depan Energi Bersih Bebas polusi, hampir tidak ada habisnya, aman dan efisien, energi surya adalah alternatif yang bersih dan terbarukan untuk bahan bakar fosil. Energi matahari begitu melimpah sehingga ini akan dapat menghasilkan listrik jauh lebih banyak dari instalasi tenaga surya seperti. Energi surya adalah kunci untuk membantu masyarakat kita beralih dari sistem energi saat ini yang dibangun di atas bahan bakar fosil yang mencemari.

Perguruan tinggi dapat Memanfaatkan Peluang Energi Matahari. Kita dapat melakukan inovasi dengan Energi surya pada pemanfaatan penggunaan atap gedung sebagai tempat pemasangan Panel surya seperti pada gambar 1.6. Ini tentu akan dapat menawarkan banyak peluang dalam Penghematan biaya. Harga instalasi panel surya telah turun lebih dari dua pertiga selama

delapan tahun terakhir ini. Energi surya ini juga bisa menjadikan inovasi dengan menggunakan optik yang lebih murah untuk memusatkan sinar matahari ke sel surya sehingga dapat lebih efisien. Sistem penyimpanan energi yang membantu kampus memenuhi tujuan ketahanan dan kesiapsiagaan darurat juga dapat mendukung penerapan energi surya. Investasi yang dilakukan pada pemanfaatan energi solar panel selain pada atap sekolah, perlu juga dilakukan inovasi untuk diterapkan pada tempat parkir seperti pada gambar 1.7 sehingga dapat mencegah emisi karbon dioksida yang setara dengan yang dihasilkan oleh tiap kendaraan penumpang. kendaraan penumpang. Dengan perguruan tinggi yang memiliki panel surya akan dianggap sebagai perguruan tinggi yang maju dan dapat menjadi sebuah ketertarikan bagi calon-calon mahasiswa berbakat dan perguruan tinggi dapat menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luas.

c. RFID switch card

Selanjutnya dalam rangka menghemat listrik, perlu bagi perguruan tinggi untuk berinvestasi pada teknologi saklar RFID card seperti pada gambar 1.5 yang tersambung di tiap ruang kelas. Seluruh daya yang berada pada tiap ruang kelas akan tersambung pada saklar hemat energi. Sehingga ketika kelas

sudah tidak terpakai, dapat dipastikan tidak ada daya yang terbuang sia-sia karena setiap lampu, ac, alat elektronik yang tersambung ke listrik tidak akan dapat digunakan. Efisiensi energi listrik ini akan memberikan pencegahan pemborosan listrik dan dengan sistem yang akan mendeteksi otomatis apabila kartu tidak ada pada saklar RFID tersebut maka akan menonaktifkan semua daya listrik.

d. *Green Architecture*

Dalam langkah untuk mendapatkan sustainability pada perguruan tinggi. Dapat dilakukan salah satunya melalui bagaimana pembangunan gedung menggunakan konsep *green architecture* Ini tentang bagaimana mengambil langkah-langkah penting untuk mengimbangi jumlah energi yang digunakan dalam memberi daya pada bermacam jenis bangunan. Perguruan tinggi bisa dikatakan sebagai pemboros energi, ketika sebuah gedung perguruan tinggi dipergunakan untuk berbagai kegiatan belajar mengajar hingga bermacam kegiatan kampus, ini akan memerlukan Strategi *Green Architecture*. Dan dengan cara paling sederhana namun efektif untuk membantu mengurangi konsumsi energi di kampus adalah dengan menerapkan strategi desain pasif. Pertama pada segi pencahayaan, dimana dengan berjam-jam dihabiskan di ruang kelas, perpustakaan, strategi

pencahayaan pasif dapat memiliki dampak positif yang besar pada produktivitas untuk meningkatkan kesejahteraan siswa dan tiap staf di perguruan tinggi.

Nantinya hasil Arsitektur akan dirancang untuk memungkinkan banyak cahaya dapat masuk ke dalam ruang kelas melalui jendela eksterior, serta melalui jendela interior yang memungkinkan cahaya masuk pada lorong tinggi. Ini akan menghasilkan kebutuhan cahaya yang cukup pada siang hari. Dari segi aliran udara masuk dan keluar juga akan perlu diperhatikan dengan merancang ventilasi yang memungkinkan udara segar masuk ketika cuaca sedang cerah adalah satu metode yang fantastis untuk mengurangi konsumsi energi. Selain itu, mirip dengan efek pencahayaan alami pada tiap mahasiswa dan staf, hubungan biofisik dengan alam bebas melalui jendela terbuka yang menawarkan variabilitas suhu dan aliran udara cenderung memberi efek positif pada kenyamanan dan kepuasan siswa dan staf. Pada Orientasi Bangunan, penting untuk mempertimbangkan orientasi bangunan relatif terhadap akses matahari. Jika perguruan tinggi terletak di kawasan yang dingin, dapat dirancang jendela besar yang berhadap ke arah. Pembuatan sirkulasi udara juga cahaya yang cukup dan juga adanya ruang terbuka

ataupun taman pada bangunan-bangunan yang berada di dalam perguruan tinggi juga merupakan contoh bangunan yang ramah lingkungan. Selain itu, dengan memikirkan penggunaan fitur surya pada masa depan, nantinya juga dapat meningkatkan ke energi terbarukan secara bertahap untuk mencapai tujuan akhir dari kampus energi bersih menuju emisi nol.

BIODATA PENULIS

Garrent Reivener Michael Hariyadi merupakan mahasiswa Program Studi Manajemen FEB Universitas Katolik Soegijapranata Semarang angkatan 2020.

MELAWAN “*CLIMATEFLATION*”

MG Westri Kekalih Susilowati

westrie@unika.ac.id

FENOMENA PERUBAHAN IKLIM

Perubahan iklim merupakan isu global yang menjadi salah satu agenda prioritas pembahasan dalam Presidensi G20. Menurut United Nations Framework Convention on Climate Change/UNFCCC), perubahan iklim adalah perubahan iklim yang disebabkan oleh aktivitas manusia yang menyebabkan perubahan komposisi Gas Rumah Kaca (GRK) dan variabilitas iklim alami pada periode waktu yang dapat diperbandingkan baik secara langsung atau tidak langsung. Adapun, Gas Rumah Kaca (GRK) di antaranya Karbon Dioksida, Metana, Nitrogen, dan sebagainya. Aktivitas manusia telah meningkatkan konsentrasi Gas Eumah Kaca sehingga terjadi penebalan atmosfer yang mengukut panas bumi sehingga meningkatkan suhu bumi yang dikenal sebagai pemanasan global.

Pemanasan tidak hanya menyangkut masalah naiknya tepmeratur bumi namun juga dampaknya yang luas melalui perubahan sistem iklim. Beberapa fenomena yang menandai terjadinya pemanasan global antara lain naiknya suhu dan permukaan air laut, mencairnya es kutub, kekeringan ekstrim yang menimbulkan kebakaran hutan, banjir, serta cuaca ekstrim dan tidak menentu dan

lain sebagainya. Ada ancaman berkurangnya luas daratan dan kerusakan ekosistem, curah hujan terlalu tinggi, hambatan mobilitas sumber daya antara wilayah, menurunnya biodiversitas dan lainnya.

GANGGUAN KESEIMBANGAN PASAR

Dengan berbagai fenomena yang menyertainya, perubahan iklim dapat menghambat proses produksi serta pertumbuhan. Tingginya emisi gas rumah kaca yang dapat mengancam aktivitas perekonomian. Kegagalan panen di sektor pertanian yang sangat bergantung pada iklim dan cuaca untuk pertumbuhan tanaman, hambatan mobilitas sumberdaya yang mendistorsi rantai pasok maupun distribusi barang dan jasa adalah beberapa contoh kanal dampak perubahan iklim. Berdasarkan beberapa penelitian dikatakan bahwa peningkatan suhu bumi sekitar 3,2 derajat Celcius menyebabkan kerugian output yang tercermin pada PDB global sebesar 18 persen.

USAID tahun 2016 dalam *Indonesia: Coasts of Climate Change 2050. Brief Policy*, menyatakan bahwa dampak tertinggi dari perubahan iklim terjadi pada sektor properti dan kegiatan perekonomian di kawasan pesisir dan laut (USAID, 2016). Perubahan iklim teridentifikasi dapat menghilangkan 4% dari *output* ekonomi tahunan global pada tahun 2050. Menurut perusahaan asuransi Swiss Re., banjir, badai, dan kebakaran hutan teridentifikasi menyebabkan kerugian sekitar 0,3% dari

Produk Domestik Bruto secara global setiap tahun. Sementara itu, World Meteorology Organization (WMO) menyatakan bahwa bencana terkait cuaca atau iklim selama 50 tahun terakhir menyebabkan 115 kematian per hari dengan kerugian harian lebih dari US\$202 juta. Menteri keuangan Menurut sebuah penelitian, Indonesia akan terkena dampak sebesar 0,66 persen hingga 3,45 persen dari PDB (produk domestik bruto) kita pada tahun 2030 karena perubahan iklim,” kata Menkeu secara daring dalam acara B20-G20 Dialogue: Energy, Sustainability, and Climate Task Force pada Selasa (30/08).

Keseimbangan pasar pada dasarnya merupakan hasil proses tarik menarik permintaan dan penawaran. Berbicara mengenai keseimbangan pasar, di sisi yang satu perubahan iklim berpotensi menurunkan output global. Sebaliknya, pada sisi permintaan akan barang maupun jasa (terutama energi) cenderung meningkat seiring dengan meredanya pandemi Covid 19 dan pertumbuhan penduduk. Melemahnya sisi penawaran dan menguatnya sisi permintaan secara bersama-sama akan membentuk kesimbangan pasar baru pada berbagai jenis komoditas, barang serta jasa pada tingkat harga yang lebih tinggi. Jika kenaikan harga ini terjadi secara menyeluruh - harga umum, kita menyebutnya sebagai inflasi.

CLIMATEFLATION

Mengacu pada pidato yang disampaikan oleh Isabel Schnabel yang anggota dewan eksekutif European Central Bank (ECB), *climateflation* adalah inflasi yang disebabkan oleh kejadian-kejadian yang merupakan dampak dari perubahan iklim. Cuaca ekstrim serta tidak menentu menyebabkan terganggunya rantai pasok pada sektor-sektor yang bergantung musim seperti sektor pertanian dan kehutanan, energi, dan pariwisata. Pada sektor pertanian, frekuensi kejadian yang dipicu oleh iklim ekstrem seperti banjir (yang juga sering menyebabkan tanah longsor), kekeringan atau kemarau berkepanjangan menyebabkan turunnya produktifitas atau bahkan gagal panen secara langsung maupun tidak langsung melalui terganggunya distribusi pupuk. Akibatnya, harga kelompok bahan pangan dan makanan jadi yang berbasis hasil pertanian mengalami peningkatan. Terjadi inflasi pada kelompok komoditas pangan. Kebakaran hutan, selain menimbulkan kerugian berupa hilangnya hasil hutan dan hilangnya keanekaragaman hayati, juga berpengaruh terhadap rantai pasok. Asap tebal sebagai akibat dari kebakaran hutan terbukti berpengaruh terhadap inflasi pada kelompok transportasi, dan kelompok kesehatan.

Dewasa ini, perekonomian juga dihadapkan pada era baru inflasi yakni inflasi energi. Perubahan iklim mendorong kenaikan harga minyak dan gas secara signifikan pada saat ketergantungan pada sumber energi

fosil belum sepenuhnya berhasil dikurangi. Sementara itu, harga energi terbarukan masih tinggi karena membutuhkan sejumlah besar logam dan mineral, seperti tembaga, litium, dan kobalt, terutama selama masa transisi. Diperlukan investasi yang besar untuk menciptakan energi terbarukan yang terjangkau. selama periode transisi. Oleh karenanya, permintaan terhadap logam dan berbagai mineral yang dibutuhkan akan menguat dan mendorong kenaikan harga barang logam dan mineral tersebut.

PERAN KEBIJAKAN MONETER

Membahas inflasi, tidak dapat dilepaskan dengan kebijakan moneter yang berada dalam otoritas Bank sentral. Kepentingan Bank Setral dalam pengendalian inflasi dimungkinkan berpengaruh terhadap upaya menekan perubahan iklim yang berdampak negatif. Sebagai contoh, suku bunga tinggi yang dimaksudkan untuk menekan inflasi menyebabkan tingginya biaya modal sehingga menjadi disinsentif untuk berinvestasi dalam teknologi yang lebih hijau. Padahal, menurut ECB, transformasi energi membutuhkan dua kali lipat investasi tahunan global. Dari contoh ini, berarti kebijakan moneter tidak bisa begitu saja mengabaikan efek transisi hijau padahal dapat membahayakan pencapaian mandat utama stabilitas harga umum.

Timbul pertanyaan di sini, yakni apakah kebijakan mengendalikan inflasi merupakan kebijakan yang tidak pro

terhadap upaya menekan perubahan iklim? Tentu saja tidak. Prinsip kehati-hatian perlu ditekankan untuk meminimalkan dampak negatif yang dapat ditimbulkan oleh perubahan arah kebijakan moneter. Seperti yang dikemukakan oleh Paul Krugman dalam “*Addicted to Inflation*”, bahwa inflasi memiliki efek “candu” yang berarti ada pihak-pihak yang mengharapkan inflasi tetap tinggi karena motivasi keuntungan. Ini sejalan dengan teori ekspektasi adaptif yang menyatakan bahwa jika inflasi meningkat dalam satu tahun terakhir, masyarakat akan memiliki ekspektasi tingkat inflasi tahun depan akan lebih tinggi. Sebagaimana telah diketahui, orang cenderung bereaksi atas apa yang diekspektasikan akan terjadi sehingga pada akhirnya inflasi tahun depan benar-benar naik. Dalam kondisi demikianlah, konsistensi kebijakan moneter sangat penting. Konsistensi dalam upaya mengendalikan inflasi digunakan untuk menciptakan ekspektasi yang optimis akan kestabilan harga maupun pertumbuhan ekonomi. Dengan demikian, tindakan-tindakan spekulatif sebagai reaksi atas ekspektasi akan naiknya inflasi dapat ditekan, dan inflasi akan terkendali.

BIODATA PENULIS

MG Westri Kekalih Susilowati adalah dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen yang memiliki kepeminatan pada bidang kajian terkait dengan ilmu ekonomi yang mencakup perkembangan makro ekonomi dengan kebijakan kebijakannya, baik kebijakan fiskal maupun moneter, ekonomi regional/perencanaan ekonomi regional, serta UMKM. Sebagai minor peminatannya adalah manajemen pemasaran.

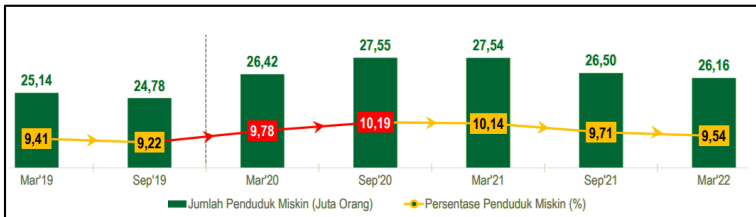
PENGUATAN LITERASI KEUANGAN UNTUK PERTUMBUHAN EKONOMI BERKELANJUTAN

Shresta Purnamasari, S.E., M.Sc

shresta@unika.ac.id

Pandemi Covid-19 terjadi selama kurang lebih dua tahun terakhir, meskipun lamanya masa pandemi mungkin bergantung perspektif masing-masing individu mengenai waktu dimulainya masa new normal. Namun, bagaimanapun pandangan masing-masing individu mengenai linimasa pandemi tentu kita sepakat bahwa pandemi ini dan memberikan dampak yang sangat signifikan bagi umat manusia. Di awal pandemi, kepanikan dan ketakutan akan bahaya dari virus ini membuat Pemerintah Pusat maupun Daerah melakukan beberapa kegiatan preventif dan penanggulangan seperti pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dengan berbagai variasi nama dan tingkat keketatannya, pemberlakuan isolasi mandiri, penyediaan fasilitas kesehatan khusus pasien Covid-19, vaksinasi dasar untuk tenaga kesehatan, dan sebagainya. Pembatasan kegiatan masyarakat seperti bekerja, bersekolah, berjalan-jalan di area publik berdampak pada potensi penutupan akses masyarakat untuk mencari nafkah. Meskipun Pemerintah juga sudah berusaha memberikan respon dan stimulus

melalui Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) untuk membantu menjaga daya beli masyarakat, namun angka kemiskinan tetap saja meningkat. Gambar 1 menunjukkan jumlah penduduk miskin saat pandemi lebih tinggi dibanding pada periode sebelum pandemi.



Gambar 1. Jumlah penduduk miskin

Sumber: Biro Pusat Statistik (bps.go.id, 2022)

Sudah banyak artikel yang membahas yang mengenai dampak dari pandemi ini bagi perekonomian negara, sektor dan subsektor industri (termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM), maupun kelompok masyarakat. Hal-hal tersebut membuat kita menyadari bahwa sebagai manusia kita amat sangat terbatas dan meskipun bukan sebuah black swan, namun pandemi memberikan dampak yang sangat signifikan bagi kehidupan. Taleb (2007) menentukan tiga properti dari sebuah black swan yaitu: 1) kejadian yang mengejutkan, outlier, data historis tidak pernah menunjukkan kemungkinan kejadian; 2) kejadian yang memberikan dampak yang ekstrim; 3) meskipun peristiwa tersebut

adalah outlier namun peristiwa tersebut dapat dirasionalisasikan dengan menelusur kembali data historis sehingga dapat diprediksi dan dimitasi. Properti-properti tersebut tidak semuanya dimiliki oleh pandemi ini.

Pandemi ini memberikan pembelajaran untuk mempersiapkan diri dari dalam berbagai siklus hidup manusia. Hipotesis siklus hidup (*life cycle hypothesis*) membagi siklus hidup manusia menjadi tiga periode, yaitu: periode belum produktif yaitu ketika individu melakukan konsumsi namun belum memiliki pendapatan karena belum mampu bekerja misalnya ketika individu kanak-kanak dan harus bersekolah; periode produktif misalnya setelah tamat sekolah maka individu bekerja dan memiliki pendapatan; serta periode tidak produktif yaitu ketika individu sudah tidak mampu bekerja misalnya karena sudah pensiun dan secara implisit menunjukkan peluang bahwa individu dapat berhenti bekerja kapanpun karena berbagai hal buruk seperti kecelakaan kerja, pemecatan, kondisi perusahaan, atau mikro/makro ekonomi negara yang memburuk, bahkan termasuk akibat pandemi.

Hipotesa tersebut menyatakan bahwa individu memiliki kecenderungan untuk meratakan (*smoothing*) pola konsumsinya meskipun pendapatan seseorang bervariasi secara sistematis (Modigliani, 1966). Konsumsi atas produk dan jasa individu dapat dibedakan berdasarkan intensitas, sifat, subjek, dan waktu

pemenuhannya. Menurut intensitas dibedakan menjadi kebutuhan primer, sekunder, tersier. Sedangkan menurut sifatnya terbagi menjadi kebutuhan jasmani dan rohani. Kebutuhan berdasar subjeknya dibagi menjadi kebutuhan individual maupun kebutuhan bersama (kelompok). Waktu pemenuhan kebutuhan dibagi menjadi dua yaitu kebutuhan yang harus dipenuhi sekarang ataupun masa depan. Dalam konteks pandemi, maka individu cenderung berkeinginan untuk mempertahankan pola konsumsinya atas produk dan jasa pada saat pandemi seperti saat sebelum pandemi. Dengan constraints yang dialami individu selama masa pandemi, yang tentu berbeda dibandingkan periode sebelum pandemi, maka pemerataan pola konsumsi akan sulit dipenuhi. Misal dengan adanya pengurangan/tidak adanya pekerjaan sehingga terjadi penurunan pendapatan yang mempengaruhi pola konsumsi. Data Kamar Dagang dan Industri Indonesia per Juni 2020 menunjukkan bahwa jumlah pekerja dirumahkan dan terkena PHK dampak Covid-19 sebanyak 6 juta pekerja (Ginting, 2021). Penting bagi setiap individu untuk memiliki dana darurat untuk mengamankan hidupnya dan keluarga dalam masa-masa kritis seperti ini.

Dana darurat (*emergency fund, precautinary savings*) adalah sejumlah dana yang tersimpan untuk memenuhi kehidupan diri pribadi maupun keluarga inti sejumlah nominal dan bulan tertentu bila terjadi kejadian yang

tidak diinginkan seperti: sakit, kehilangan pekerjaan, kondisi ekonomi buruk dan lain sebagainya sehingga tidak ada pemasukan yang diperoleh dan dengan asumsi bahwa kejadian-kejadian tersebut tidak ditanggung asuransi. Besaran nominal dan lama waktu sangat personal, misalnya Babiarz dan Robb (2014) menyatakan bahwa besaran jumlah dana darurat setara dengan minimal tiga kali pengeluaran bulanan untuk individu lajang. Jumlahnya akan semakin berlipat seiring dengan peningkatan jumlah tanggungan individu (pasangan, anak, orangtua atau anggota keluarga lainnya). Lebih disarankan bahwa dana ini merupakan dana segar (fresh money) dan bukan dalam bentuk tertentu sehingga menghilangkan potensi fluktuasi harga, mudah diakses kapanpun dan dimanapun, serta harus likuid atau mudah dicairkan.

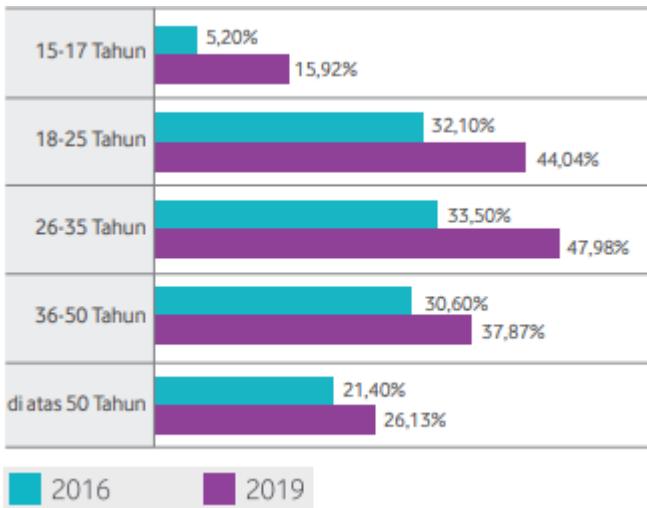
Survei yang dilakukan oleh perusahaan asuransi, Lifepal, menunjukkan bahwa hanya 9,3% dari 500 responden di Indonesia yang memiliki dana darurat dalam jumlah ideal, dan sisanya tidak memenuhi standar minimum dana darurat (blog.bibit.id, 2022). Hal ini menunjukkan rendahnya *awareness* masyarakat atas keamanan finansial pribadi dan keluarga. Studi menunjukkan bahwa individu dengan literasi keuangan yang baik juga akan membuat keputusan keuangan dengan lebih baik, seperti: mempersiapkan simpanan darurat, memiliki keinginan untuk menabung dan

berinvestasi secara rutin selama usia produktif, membuat perencanaan pensiun, berinvestasi pada aset tertentu yang memberikan imbal hasil yang tinggi, tidak berhutang kepada lembaga non-keuangan, dan sebagainya (Anderson, Baker, dan Robinson, 2017; Babiartz dan Robb, 2014; French dan McKillop, 2016; Nguyen, Rózsa, Belás, dan Belásová, 2017; van Rooij, Lusardi, dan Alessie, 2011)

Literasi keuangan didefinisikan sebagai didefinisikan sebagai pengetahuan spesifik tentang keuangan yang digunakan untuk membuat keputusan keuangan sehari-hari yang mendukung pemberdayaan masyarakat, kesejahteraan individu, perlindungan konsumen, dan peningkatan inklusi keuangan. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilaksanakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan tingkat literasi dan inklusi keuangan masyarakat pada tahun 2013; 2016; 2019 yaitu 21.84%; 29.66%; 38.03% untuk literasi keuangan dan 59.74%; 67.82%; 76.19%. Dari tahun ke tahun ada peningkatan tingkat literasi dan inklusi keuangan masyarakat, meski begitu tetap terlihat ada ketimpangan (*gap*) antara tingkat literasi dan inklusi keuangan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat belum memahami karakteristik produk dan jasa keuangan yang mungkin sudah dipilihnya dan dikuatirkan bahwa pengambilan keputusan individu atas produk dan jasa keuangan

dipengaruhi oleh faktor lain diluar literasi keuangan seperti: dorongan orang sekitar maupun faktor-faktor psikologi (emosi, prestise, dsb).

Untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat, Pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) meluncurkan berbagai infrastruktur literasi keuangan, salah satunya melalui Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI). Otoritas Jasa Keuangan Indonesia (2021) dalam studinya memetakan tingkat literasi keuangan responden berdasarkan tingkat pekerjaan. Gambar 2 menunjukkan persentase literasi keuangan yang dihitung dengan cara membandingkan jumlah responden dalam kategori *well literate* dengan jumlah total responden untuk setiap kategori usia. Berdasarkan Gambar 2 terlihat bahwa kelompok usia 15-17 tahun memiliki persentase literasi keuangan terendah. Kelompok usia ini merupakan kelompok usia rentan terhadap pengambilan keputusan keuangan yang mungkin akan berpengaruh terhadap kinerja akademik maupun keuangan dalam jangka panjang.



Gambar 2. Persentase Literasi Keuangan berdasarkan Usia

Sumber: SNLIK (Otoritas Jasa Keuangan Indonesia, 2021)

Studi dari Agnew dan Harrison (2015) menjelaskan bahwa pada usia sekolah individu kemungkinan mempertimbangkan mengambil pinjaman untuk membiayai jenjang pendidikan lanjutan. Hal ini karena dengan pendidikan yang tinggi dapat meningkatkan pengembalian jangka panjang melebihi biaya atas pinjaman. Dalam hal ini pendidikan dianggap sebagai sebuah investasi jangka panjang. Individu dengan literasi keuangan yang baik akan membayar cicilan tepat waktu. Sedangkan dalam konteks di negara-negara maju,

individu usia sekolah/kuliah dengan literasi keuangan buruk dan sudah memiliki kartu kredit akan berpotensi mengalami risiko finansial yang tinggi (Cude et al., 2006). Kondisi keuangan ini secara langsung maupun tidak dapat mempengaruhi kinerja akademik, mental dan kesejahteraan fisik dan bahkan kemampuan mencari pekerjaan setelah kelulusan (Bodvarsson & Walker, 2004; Lyons, 2003, 2004 dalam Cude et al., 2006)

Program literasi keuangan untuk individu sekolah dapat dimasukkan ke dalam kurikulum sekolah. Cude et al. (2006) menunjukkan beberapa kegiatan pengenalan/peningkatan literasi keuangan individu usia sekolah dengan menyisipkan materi-materi keuangan dasar dalam mata pelajaran ekonomi. Mata pelajaran ekonomi pada jenjang sekolah mempelajari pemanfaatan sumber daya yang terbatas dengan segala tingkah laku manusia atas kebutuhan berupa asas-asas produksi, distribusi dan konsumsi yang tidak terbatas sedangkan literasi keuangan lebih pada konseptual mengenai pengetahuan yang dibutuhkan dalam membuat keputusan keuangan sebagai seorang pribadi.

Untuk kelompok usia yang lebih kecil, maka dapat menggunakan pendekatan yang berbeda. Grody, Grody, Kromann, dan Sutliff (2011) menunjukkan cara efektif untuk meningkatkan literasi keuangan individu anak dengan membuat buku cerita anak dengan gambar-gambar menarik terkait konsep keuangan, membacakan

buku cerita tersebut serta melakukan karyawisata ke bank. Gerakan menabung sejak dini baik pada celengan (*piggy bank*) maupun rekening bank dapat menjadi titik awal untuk mengajak individu anak perhatian terhadap keputusan-keputusan keuangan.

Cude et al. (2006). menunjukkan skema lain bahwa ada kursus ekonomi yang membantu individu dalam melakukan pengambilan keputusan keuangan pribadi, selanjutnya akan ada tes akhir yang menjadi kontributor nilai akhir sebesar 15%. Kelulusan akan kursus ini akan menjadi syarat kelulusan pada jenjang pendidikan tingkat menengah atas. Dengan ‘memaksa’ individu untuk mengikuti kursus ini maka diharapkan dapat membekali individu yang hampir lulus untuk membuat keputusan keuangan entah nanti individu tersebut memilih bekerja dan menghasilkan pendapatan, atau melanjutkan pendidikan. Beberapa sekolah/kampus juga mensyaratkan asesmen literasi keuangan sebagai penerima bantuan keuangan (beasiswa). Hal ini membantu calon penerima beasiswa untuk dapat mengambil keputusan keuangan dengan lebih bijak sehingga penerima beasiswa dapat berfokus pada proses pendidikan tanpa harus memikirkan kesulitan keuangan.

Dengan mempersiapkan generasi ini menjadi generasi penerus yang melek dan bijaksana dalam mengambil keputusan keuangan maka pertumbuhan ekonomi di masa depan dapat terjaga. Kontribusi semua

pihak amat dibutuhkan untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, regulator dan pihak terkait dapat mendesain berbagai program atau kegiatan untuk berbagai segmentasi usia seperti yang diutarakan sebelumnya untuk kategori pelajar dan mahasiswa, masing-masing individu dapat berkontribusi dengan memberi teladan mandiri dan bertanggungjawab dalam keputusan keuangannya serta mulai mengedukasi kalangan terdekatnya. Babiarz dan Robb (2014) menjelaskan bahwa literasi keuangan dapat berdampak pada pertumbuhan ekonomi secara mikro (individu maupun rumah tangga) maupun secara makro sebuah negara di masa mendatang.

BIODATA PENULIS

Penulis merupakan staf pengajar Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Penulis memiliki ketertarikan dalam bidang manajemen keuangan berperilaku.

REFERENSI

- Agnew, S., & Harrison, N. (2015). Financial literacy and student attitudes to debt: A cross national study examining the influence of gender on personal finance concepts. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 25, 122-129.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.04.006>
- Anderson, A., Baker, F., & Robinson, D. T. (2017). Precautionary savings, retirement planning and misperceptions of financial literacy. *Journal of Financial Economics*, (15).
<https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2017.07.008>
- Babiarz, P., & Robb, C. A. (2014). Financial Literacy and Emergency Saving. *Journal of Family and Economic Issues*, 35(1), 40-50.
<https://doi.org/10.1007/s10834-013-9369-9>
- blog.bibit.id. (2022). Cara Mengumpulkan Dana Darurat untuk Keluarga Muda dengan 1 Anak. Retrieved from <https://blog.bibit.id/blog-1/cara-mengumpulkan-dana-darurat-untuk-keluarga-muda-dengan-1-anak>
- Cude, B., Lawrence, F., Lyons, A., Metzger, K., LeJeune, E., Marks, L., & Machtmes, K. (2006). College Students and Financial Literacy: What They Know and What We Need to Learn. *Eastern Family Economics and Resource Management Association*, (June), 102-109. Retrieved from <http://mrupured.myweb.uga.edu/conf/22.pdf>
- French, D., & McKillop, D. (2016). Financial literacy and over-indebtedness in low-income households.

- International Review of Financial Analysis*, 48, 1-11.
<https://doi.org/10.1016/j.irfa.2016.08.004>
- Ginting, M. L. B. (2021). Perluasan Kesempatan Kerja Bagi Freshgraduate di Masa Pandemi Covid-19, Apa Peran Pemerintah? *Jurnal Ketenagakerjaan*, 16(2).
<https://doi.org/10.47198/naker.v16i2.106>
- Grody, A. D., Grody, D. D., Kromann, E., & Sutliff, J. (2011). A Financial Literacy and Financial Services Program for Elementary School Grades - Results of a Pilot Study. *SSRN Electronic Journal*, (May).
<https://doi.org/10.2139/ssrn.1132388>
- Modigliani, F. (1966). The life cycle hypothesis of saving, the demand for wealth and the supply of capital. *Social Research*.
- Nguyen, T. A. N., Rózsa, Z., Belás, J., & Belásová, Ľ (2017). The effects of perceived and actual financial knowledge on regular personal savings: Case of Vietnam. *Journal of International Studies*, 10(2), 278-291. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2017/10-2/19>
- Otoritas Jasa Keuangan Indonesia. (2021). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021 - 2025*. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-2021-2025.aspx>
- Taleb, N. N. (2007). *The black swan: The impact of the highly improbable. The Black Swan: The Impact of the Highly Improbable*. London: Random House Publishing Group.
- van Rooij, M., Lusardi, A., & Alessie, R. (2011). Financial

literacy and stock market participation. *Journal of Financial Economics*, 101(2), 449-472.
<https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2011.03.006>

BAGIAN 5: PAJAK UNTUK KITA JUGA

PROGRAM PENGUNGKAPAN SUKARELA (PPS) PAJAK IKUT MEMACU PEMULIHAN EKONOMI INDONESIA MENUJU PERTUMBUHAN BERKELANJUTAN

Drs. Harie Moeljono Wiknjoprano

20g30016@student.unika.ac.id

Pembangunan nasional dapat terus berjalan dan semakin tumbuh berkembang dapat terus bergulir karena ketersediaan dana yang bersumber dari penerimaan negara. Hingga saat ini sumber penerimaan negara masih didominasi dari sektor pajak sedangkan penerimaan negara bukan pajak (PNBP) hanya sekitar 22% saja. Penerimaan negara dari sektor pajak tahun 2020 sebesar Rp. 1.285.136,32 milyar atau memberikan kontribusi sebesar 78,9 % bagi penerimaan negara dan ditahun 2021 mencapai Rp.1.375.832,70 milyar atau sebesar 79,4 % dari total penerimaan negara.

Penerimaan pajak sebagai sokoguru atau penopang utama perekonomian negara perlu terus ditingkatkan. Hal ini dapat ditempuh dengan cara memperluas basis pajak dan peningkatan perekonomian itu sendiri. Upaya intensifikasi dan ekstensifikasi di bidang perpajakan terus dijalankan pemerintah guna meningkat penerimaan pajak.

Meski begitu, pandemi Covid-19 telah mengakibatkan terjadinya perlambatan pertumbuhan

ekonomi global termasuk untuk Indonesia. Pandemi Covid-19 telah membebani keuangan negara karena ada tambahan pengeluaran negara untuk biaya penanggulangan Covid-19. Pemerintah mengandalkan penerimaan pajak untuk menutup anggaran pengeluaran pemerintah akibat pandemi ini. Upaya yang telah dilakukan untuk menambah penerimaan pajak diluar basis pajak yang sudah ditargetkan dilakukan oleh Menteri Keuangan dengan cara menambah penerimaan pajak dari sektor pajak penghasilan , yaitu salah satunya melalui Program Pengungkapan Sukarela (PPS).

Aturan teknis terkait pelaksanaan PPS diatur dengan PMK-196/PMK.03/2021 dan pelaksanaannya berlangsung selama 6 bulan dimulai tanggal 1/1/2022 - 30/6/2022 yang lalu. Melalui PPS diharapkan dapat menambah penerimaan negara dari sektor pajak yang berasal dari pembayaran Pajak Penghasilan (PPh) Wajib Pajak (WP). Manfaat PPS bagi Wajib Pajak, PPS akan menghindarkan Wajib Pajak dari denda pajak karena dengan ikut PPS berarti semua harta sudah terlapor sesuai ketentuan perpajakan. Disamping itu dengan mengikuti program PPS maka Wajib Pajak akan dengan leluasa menginvestasikan hartanya tanpa ketakutan akan sanksi pajak karena sumber dananya sudah diungkapkan dalam PPS. Diharapkan paska PPS gairah investasi semakin meningkat sehingga meningkatkan perekonomian

Indonesia sekaligus secara otomatis meningkatkan penerimaan pajak.

Setelah diberi kesempatan mengikuti *Sunset Policy* di tahun 2008 dan *Tax Amnesty* di tahun 2016-2017, wajib pajak diberi kesempatan untuk mengikuti Program Pengungkapan Sukarela atau sering disebut sebagai *Tax Amnesty II*. Program Pengungkapan Sukarela dipaparkan oleh DJP dalam berbagai seminar sebagai berikut :

- a. Wajib Pajak diberi kesempatan secara sukarela melaporkan harta yang belum dilaporkan dengan cara membayar PPh dengan tarif yang lebih murah dari tarif normal.
- b. Program Pengungkapan Sukarela berasaskan kesederhanaan, kepastian hukum serta berasaskan kemanfaatan.

PPS dibedakan menjadi Kebijakan I dan Kebijakan II. Bagi WP Badan dan WP Orang Pribadi yang pernah mengikuti Amnesti I namun ada kekayaan per 31/12/2015 yang belum dilaporkan, diberi kesempatan mengikuti Kebijakan I. Tarif PPh yang harus dibayar untuk yang mengikuti Kebijakan I adalah:

- a. sebesar 11% untuk pelaporan kekayaan yang berada di luar negeri.
- b. sebesar 8% untuk pelaporan kekayaan diluar negeri namun akan dibawa kembali ke Indonesia dan untuk pelaporan kekayaan dalam negeri.

- c. sebesar 6% untuk kekayaan yang berada diluar negeri dan kekayaan dalam negeri, yang diinvestasikan dalam Surat Berharga Negara /hilirisasi/renewable energy di Indonesia.

Kebijakan II diperuntukan hanya bagi WP Orang Pribadi yang dalam SPT Tahunan 2020-nya belum melaporkan Harta perolehan tahun 2016-2020. Tarif yang harus dibayar adalah :

- a. sebesar 18% untuk deklarasi kekayaan yang berada di luar negeri.
- a. sebesar 14% untuk kekayaan yang berada diluar negeri dan dibawa kembali ke Indonesia dan kekayaan yang berada dalam negeri.
- b. sebesar 12% untuk kekayaan yang berasal dari luar negeri dan kekayaan yang berada di dalam negeri , yang diinvestasikan dalam Surat Berharga Negara/hilirisasi/renewable energy.

Besaran tarif PPS ini lebih rendah dari tarif normal sehingga sangat disayangkan kalo PPS ini tidak dimanfaatkan oleh Wajib Pajak yang memenuhi syarat untuk mengikuti PPS ini. Disamping berguna bagi Wajib Pajak, dana setoran PPh dari PPS akan menjadi penerimaan negara yang akan berguna memulihkan perekonomian dan menjadi modal utama bagi negara dalam mewujudkan pertumbuhan berkelanjutan. Indonesia bersama sama dengan negara -negara lain ikut dalam aksi global memerangi kemiskinan, melestarikan

lingkungan dan mewujudkan pembangunan berkelanjutan.. Untuk itu diperlukan APBN yang semakin membesar yang didanai secara mandiri dengan mengurangi ketergantungan pada hutang luar negeri yaitu didanai melalui penerimaan pajak.

PPS telah berakhir pada tanggal 30 Juni 2022 yang lalu dan hasil PPS dinyatakan oleh Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati cukup baik. Hasil PPS dalam angka adalah sebagai berikut:

- a. Jumlah peserta yang mengikuti PPS sebanyak 247.918 peserta
- b. Jumlah harta bersih yang diungkapkan Rp.594,82 triliun, yang terdiri dari :
 - a. Deklarasi dalam negeri Rp.512,57 triliun.
 - b. Deklarasi luar negeri Rp.59,91 triliun.
 - c. Investasi sebesar Rp.22.34 triliun.
- c. Jumlah setoran PPh sebesar Rp.61,01 triliun.

Penerimaan negara melalui setoran PPh dari Program Pengungkapan Sukarela ini memberikan kontribusi bagi Target penerimaan pajak dan otomatis memberikan kontribusi bagi APBN kita. PPS ini memberikan kontribusi 4,04 % bagi target penerimaan pajak dan memberikan kontribusi 3,30 % bagi target APBN.

Kontribusi setoran Pajak Penghasilan dari Program Pengungkapan Sukarela ini akan sangat membantu pemulihan ekonomi kita dan harta bersih yang

diungkapkan dengan nilai sebesar Rp.594,82 triliun yang semula disembunyikan “ dibawah bantal “ akan menjadi dana investasi legal yang hasilnya akan meningkatkan penerimaan pajak. Kegairahan investasi karena tidak adanya ketakutan akan asal usul dana yang sudah diungkapkan akan menjadi faktor pendorong Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan. Bagi masyarakat, meningkatnya penerimaan dari sektor pajak akan memberi manfaat yang sangat besar, yaitu makin masifnya pembangunan yang bisa dilakukan pemerintah sehingga akan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat. Pembangunan infrastruktur berupa jalan tol, bandara, pelabuhan laut , dan pembangunan infrastruktur diluar Jawa telah menghasilkan multiplier efek yang menghasilkan pertumbuhan ekonomi kita. Menjadi pendorong tercapainya tujuan pembangunan nasional yaitu pembangunan berkelanjutan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara berkesinambungan, pembangunan yang meningkatkan kualitas hidup.

Bagi Wajib Pajak sendiri keikutsertaan mengikut Program Pengungkapan Sukarela akan memberikan manfaat mengingat saat ini DJP bisa memanfaatkan big data analitic guna menilai kepatuhan Wajib Pajak dalam menjalankan kewajibannya perpajakannya sehingga harta yang masih disembunyikan akan ketahuan dan wajib pajak akan terkena denda yang besar apabila ada harta yang

ketahuan belum dilaporkan. Manfaat penting dari PPS adalah terjadinya keadilan pajak yang dirasakan oleh masyarakat sehingga akan meningkatkan kepatuhan masyarakat sebagai wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakannya.

Program Pengungkapan Sukarela sudah berakhir dan Negara mendapatkan tambahan penerimaan APBN yang akan sangat berguna bagi pemulihan ekonomi akibat Pandemi-Covid-19 dan juga terjadi perluasan basis pajak yang akan mendukung pertumbuhan berkelanjutan baik dari sisi ekonomi maupun dari sisi sosial dan lingkungan. Bagi Wajib Pajak PPS memberi kesempatan mengungkapkan harta yang belum pernah dilaporkan sehingga Wajib Pajak terbebas sanksi pajak dan leluasa menginvestasikan dananya tanpa rasa takut dan PPS juga memberikan kesempatan Wajib Pajak menjadi “Orang Bijak Taat Pajak”.

BIODATA PENULIS

Drs. Harie Moeljono Wiknjopranoto merupakan mahasiswa FEB Unika Soegijapranata jurusan Magister

Akuntansi. Penulis bekerja pada berbagai perusahaan dengan jabatan sebagai komisaris maupun direktur yang banyak membidangi keuangan dan perpajakan.

REFORMASI PERPAJAKAN: UPAYA PERCEPATAN PEMULIHAN EKONOMI PADA ERA *NEW NORMAL*

Paskalia Puan Linggani, Satria Weilly, Intan Elistianta

21h10014@student.unika.ac.id

21h10040@student.unika.ac.id

21h10030@student.unika.ac.id

PERAN PAJAK DALAM PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN

Pemberlakuan era *new normal* pada pertengahan tahun 2021 memberikan secercah harapan bagi perekonomian Indonesia yang mengalami penurunan sebagai dampak pandemi Covid-19 yang membatasi kegiatan perekonomian negara. Keterbatasan kegiatan perekonomian yang dialami oleh masyarakat tentunya berdampak pada penghasilan pribadi masyarakat pada umumnya dan pendapatan pajak yang diperoleh negara pada khususnya selama masa pandemi. Padahal pendapatan pajak merupakan sumber dana terbesar bagi APBN. Ketergantungan pendanaan negara terhadap pendapatan pajak sangat besar. Berdasarkan APBN 2020, kontribusi pajak terhadap pendapatan negara pada tahun tersebut sebesar 83,54 persen dari total pendapatan negara.

Sedangkan menurut APBN 2021, kontribusi pajak terhadap pendapatan negara sebesar 82,84 persen dari total pendapatan negara sebanyak Rp1743,6 T.

Pajak berperan penting untuk mendanai pembangunan berkelanjutan yang memperhatikan aspek lingkungan yang sedang dijalankan pemerintah seperti yang telah tertulis dalam tujuan dan target *Sustainable Development Goals (SDGs) 2030*. *SDGs* sendiri merupakan sebuah komitmen pembangunan dunia yang telah disepakati oleh para pemimpin dunia bertempat di markas besar PBB pada tahun 2015 lalu yang berisikan 17 tujuan dan 169 target pembangunan dunia serta ditargetkan berakhir pada tahun 2030 (Hoelman dkk, 2015). Tujuan dan target *SDGs* menekankan pada pembangunan berkelanjutan yang berguna untuk memajukan kehidupan rakyat dengan tetap mempertahankan dan melanggengkan ekosistem lingkungan beserta sumber daya alam bagi kehidupan di masa mendatang.

Salah satu sumber pendanaan *SDGs* yang dijalankan Indonesia berasal dari APBN. Pajak yang menjadi sumber utama penerimaan APBN justru mengalami penurunan selama masa pandemi. Pada tahun 2019 realisasi penerimaan pajak mencapai Rp1545,3 T, kemudian turun menjadi Rp1072,1 T pada tahun 2020. Hal ini disebabkan tidak hanya karena alasan pandemi, tetapi juga karena kesadaran masyarakat terutama wajib pajak yang tergolong masih rendah. Salah satu penyebab rendahnya tingkat

kepatuhan wajib pajak disebabkan karena regulasi di bidang perpajakan masih dirasa rumit.

Meskipun tidak sepenuhnya didanai APBN, penurunan penerimaan pajak tetap berdampak bagi pemenuhan target SDGs. Upaya yang dapat dilakukan pemerintah di bidang perpajakan untuk mempercepat pemulihan ekonomi salah satunya adalah dengan reformasi di bidang perpajakan itu sendiri. Perubahan sistem perpajakan secara berarti dan menyeluruh yang melibatkan pembenahan pada administrasi perpajakan, perbaikan peraturan di bidang perpajakan, dan peningkatan dasar pajak akan berdampak positif bagi penerimaan pajak. Oleh karena itu reformasi perpajakan sangat dibutuhkan guna meningkatkan kepatuhan pemenuhan kewajiban perpajakan yang berimbas pada peningkatan pendapatan pajak dalam upaya memenuhi target SDGs di era *new normal*.

TINGKAT KESADARAN MEMBAYAR PAJAK MASIH RENDAH

Tingkat kesadaran masyarakat yang sudah menjadi wajib pajak maupun yang belum terhadap pemenuhan kewajiban perpajakan masih tergolong rendah. Berdasarkan data DJP, rasio kepatuhan wajib pajak tahun 2019 sebesar 73 persen, naik menjadi 78 persen pada tahun 2020 yang meleset dari target yang diperkirakan sebesar 80 persen. Masih rendahnya kesadaran wajib pajak

untuk memenuhi kewajiban perpajakan yang dimiliki dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor atau alasan paling umum adalah kurangnya pemahaman mengenai sistem perpajakan. Masyarakat masih menganggap sistem perpajakan di Indonesia rumit. Berbagai jenis pajak dan regulasinya cukup merepotkan bagi sebagian orang jika tidak diiringi dengan edukasi dan sosialisasi dari pihak yang berwenang kepada seluruh lapisan masyarakat. Minimnya pemahaman yang baik mengenai sistem dan peraturan perpajakan tentu berimbas pada pendapatan pajak yang diterima negara. Situasi pandemi Covid-19 yang mewabah di Indonesia di awal tahun 2020 menjadi faktor tambahan penyebab menurunnya pendapatan pajak. Di era pandemi, pemerintah telah berupaya memberikan insentif dan relaksasi pajak bagi wajib pajak yang terkena imbas pandemi Covid-19.

Berdasar data laporan realisasi insentif pajak tahun 2021 oleh Kemenkeu bulan Januari 2022, insentif pajak dunia usaha atau PMK-9 sudah dimanfaatkan wajib pajak sebesar Rp62,72 T meliputi insentif untuk mendorong peningkatan daya beli masyarakat (PPh Pasal 21) sebesar Rp5,23 T, insentif untuk membantu likuiditas dan keberlangsungan usaha (PPh Pasal 22 Impor sebesar Rp17,87 T, PPh Pasal 25 sebesar Rp26,89 T, dan restitusi PPN sebesar Rp6,13 T), insentif penurunan tarif PPh Badan yang berlaku secara umum (PPh Pasal 25) sebesar Rp 5,79 T, dan insentif untuk membantu Usaha Mikro,

Kecil, dan Menengah (PPh Final PP-23 UMKM) sebesar 0,8 T. Insentif PMK-21 (PPN DTP Rumah) yang bertujuan untuk mendorong peningkatan daya beli dan mendukung sektor dengan produk *multiplier* tinggi telah dimanfaatkan wajib pajak sebesar Rp0,79 T. Insentif PMK-31 tentang PPnBM DTP Kendaraan Bermotor yang bertujuan untuk meningkatkan guna kapasitas produksi otomotif dan sarana pembangkit konsumsi telah dimanfaatkan wajib pajak sebesar Rp4,63 T diikuti oleh 6 pabrikan kendaraan bermotor.

Kebijakan pemberian insentif tersebut diharapkan dapat meringankan beban wajib pajak. Selain itu insentif pajak bertujuan menjaga kepatuhan pemenuhan kewajiban perpajakan meskipun dalam kondisi pandemi sehingga pendapatan negara yang berasal dari sektor perpajakan dapat meningkat dan dapat dimanfaatkan untuk membiayai program pembangunan berkelanjutan di Indonesia.

PENTINGNYA REFORMASI PERPAJAKAN

Pemerintah perlu melakukan reformasi perpajakan yang berkaitan dengan bidang pembangunan sosial dan ekonomi. Covid-19 ini memiliki imbas sangat besar bagi kesehatan serta ekonomi dunia, termasuk Indonesia. Terjadi penurunan terhadap angka kesehatan masyarakat, sedangkan angka kematian, angka pengangguran, angka kemiskinan bahkan angka konsumsi rumah tangga juga

ikut meningkat. Pengangguran terjadi karena adanya pemutusan hubungan kerja dan angkatan kerja baru yang telah memasuki pasar tenaga kerja, tempat pariwisata serta industri telah mengalami kontraksi karena dibatasi dan dihentikan sementara sehingga mengakibatkan penurunan pada penerimaan pajak secara drastis. Oleh karena itu pemerintah harus bergerak strategis untuk pemulihan ekonomi pasca Covid-19 dengan diberlakukannya kembali industri, investasi pariwisata, dan ekspor guna mengaktifkan kembali mesin pergerakan ekonomi sebagai upaya penyerapan tenaga kerja yang kehilangan pekerjaan serta menggerakkan usaha dalam bidang yang terkait. Usaha-usaha strategis untuk meningkatkan kembali gejolak perekonomian sangat memerlukan peran penting penerimaan pajak. Dalam hal ini peran reformasi perpajakan dibutuhkan untuk mempercepat pemulihan ekonomi dalam rangka mencapai target dan tujuan SDGs di era *new normal*.

REFORMASI PERPAJAKAN SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KEPATUHAN

Menurunnya pendapatan pajak ketika Covid-19 melanda negara Indonesia pada tahun 2020 mengharuskan pemerintah melakukan reformasi perpajakan yang membawa perubahan guna meningkatkan kepatuhan dalam pemenuhan kewajiban perpajakan agar pendapatan pajak dapat meningkat sesuai target SDGs.

Perubahan yang termasuk di dalamnya adalah membenah kembali administrasi perpajakan, peraturan perpajakan serta peningkatan basis pajak yang berdampak positif bagi pendapatan negara. Beberapa perubahan UU HPP dengan mengubah serta menambah peraturan yang terkait dengan perpajakan seperti mengubah UU KUP, mengubah UU PPh, mengubah UU PPN, mengatur pajak karbon, mengubah UU Cukai serta mengatur program pengungkapan pajak sukarela. Dalam UU HPP juga menjadikan NIK sebagai pengganti NPWP bagi wajib pajak sesuai dengan landasan hukum.

Reformasi perpajakan tersebut dan reformasi-reformasi perpajakan lain yang akan direalisasikan dalam era *new normal* dapat memberikan stimulasi terhadap pemulihan perekonomian yang berdampak pada percepatan pemenuhan target dan tujuan SDGs 2030 serta menyederhanakan dan memperbaharui sistem serta peraturan perpajakan menjadi lebih mudah dipahami serta memberi efek pada peningkatan kepatuhan pemenuhan kewajiban perpajakan di Indonesia.

REKOMENDASI

Langkah-langkah yang perlu dilakukan pemerintah dalam reformasi sistem perpajakan di Indonesia sehingga dapat mempercepat pemulihan ekonomi lewat peningkatan kepatuhan pemenuhan kewajiban perpajakan yang berdampak pada pengoptimalan penerimaan pajak

adalah dengan menyederhanakan sistem perpajakan sehingga lebih mudah dipahami dan dijalankan, memperkuat regulasi pajak sehingga bentuk penghindaran yang dilakukan wajib pajak dapat diminimalisasi, mengencangkan sosialisasi sistem perpajakan agar dapat memperkuat kesadaran dan pengetahuan masyarakat, serta meningkatkan bantuan teknologi dalam praktik perpajakan yang tetap disertai dengan pengenalan yang gencar pula kepada masyarakat.

BIODATA PENULIS

Paskalia, Satria dan Intan Elistianta merupakan mahasiswa D-III Perpajakan Unika Soegijapranata yang aktif dalam berbagai organisasi, kepanitiaan dan kegiatan mahasiswa baik di dalam maupun di luar kampus.

REFERENSI

- Agustiyanti. (2021, November 4). UU HPP Resmi Terbit, Berikut Poin-poin Pentingnya. From katadata.co.id: <https://katadata.co.id/agustiyanti/finansial/6182bea059378/uu-hpp-resmi-terbitberikut-poin-poin-pentingnya>
- APBN KITA. (n.d.). From kemenkeu.go.id: <https://www.kemenkeu.go.id/media/19149/apbn-kita-januari-2022.pdf>
- Bernadheta Aurelia Oktavira, S. (2021, November 19). Ragam Kebijakan Insentif dan Relaksasi Pajak Selama Pandemi. From hukumonline.com: <https://www.hukumonline.com/klinik/a/ragam-kebijakan-insentif-dan-relaksasipajak-selama-pandemi-lt5facf01d6ff5f>
- Fatimah. (2020). Perincian Reformasi Perpajakan 2021-2024. From pajakku.com: <https://www.pajakku.com/read/5f3c95742712877582238609/PerincianReformasi-Perpajakan-2021-2024>
- Fernandez, M. N. (2021, September 29). Reformasi Perpajakan Dunia Berjalan di Tengah Pandemi. From m.bisnis.com: <https://m.bisnis.com/amp/read/20210929/259/1448335/reformasi-perpajakandunia-berjalan-di-tengah-pandemi>

Hoelman, M. B. (2015, November). PANDUAN SDGs Untuk Pemerintah Daerah (Kota dan Kabupaten) dan Pemangku Kepentingan Daerah. From batukarinfo.com:

<https://www.batukarinfo.com/referensi/panduan-sdgs-untukpemerintah-daerah-kota-dan-kabupaten-dan-pemangku-kepentingan-daerah>

Hutrianto, F. M. (2021, Desember 31). Reformasi Perpajakan dalam UU HPP bagi Perekonomian Negara. From pajak.com:

<https://www.pajak.com/pwf/reformasiperpajakan-dalam-uu-hpp-bagi-perekonomian-negara/>

Ini 3 Tujuan Reformasi Pajak yang Ingin Dicapai Negara Anggota SGATAR-ADB. (2020, September 17).

From kemenkeu.go.id:
<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/ini-3-tujuan-reformasi-pajakyang-ingin-dicapai-negara-anggota-sgatar-adb/>

Jayani, D. H. (2021, Januari 18). Rasio Kepatuhan Wajib Pajak PPh pada 2020 Meleset dari Target. From databoks.katadata.co.id:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/18/rasio-kepatuhan-wajibpajak-pph-pada-2020-meleset-dari-target>

Komala, H. (2022, Januari 28). Ringkasan Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP). From pajakstartup.com:

<https://pajakstartup.com/2022/01/28/ringkasan-undang-undang-harmonisasi-peraturan-perpajakan-uuhpp/#:~:text=UU%20HPP%20dibentuk%20de>

ngan%20tujuan,meningkatkan%
20kepatuhan%20sukarela%20Wajib%20Pajak
Kontribusi Pajak ke Negara Naik Jadi 65 Persen dalam 20
Tahun. (2021, September 13). From
cnnindonesia.com:

<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210913192407-532-693705/kontribusi-pajak-ke-negara-naik-jadi-65-persen-dalam-20-tahun#:~:text=Menkeu%20Sri%20Mulyani%20mengungkapkan%20pajak,Ilustrasi>

Menakar Penerimaan Pajak di Tahun Pandemi. (2021, Juni
2). From [kemenkeu.go.id](https://www.kemenkeu.go.id):

<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/menakar-penerimaan-pajak-ditahunpandemi/#:~:text=Dari%20data%20realisasi%20APBN%20tahun,shortfall%20berkisar%20Rp126%2C7%20triliun>

Menkeu : Reformasi Perpajakan Kunci Memperbaiki
Penerimaan Negara. (2021, Juli 14). From
[kemenkeu.go.id](https://www.kemenkeu.go.id):

<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/menkeu-reformasi-perpajakankunci-memperbaiki-penerimaan-negara/>

Pengaruh COVID-19 Terhadap Tujuan Pembangunan
Berkelanjutan. (n.d.). From [kkp.go.id](https://www.kkp.go.id):

<https://www.kkp.go.id/an-component/media/upload-gambarpendukung/DitJaskel/publikasi-materi-2/SDGs-Talks-MenjagaMomentum/20200506%20Final%20Papar>

[an%20Deputi%20KSDA%20SDG%20IPB%20%20sec.pdf](https://www.kkp.go.id/an-component/media/upload-gambarpendukung/DitJaskel/publikasi-materi-2/SDGs-Talks-MenjagaMomentum/20200506%20Final%20Papar)

- Putri, D. A. (2019, Desember 20). REFORMASI PERPAJAKAN DI INDONESIA. From journal.unsika.ac.id:
<https://journal.unsika.ac.id/index.php/positum/article/view/5825#:~:text=reformasi%20perpajakan%20bertujuan%20untuk%20mewujudkan,dan%20latar%20belakang%20reformasi%20pajak>
- Redaksi PajakOnline. (2021, Juni 9). Pemerintah Hitung Dampak Ekonomi Reformasi Perpajakan. From pajakonline.com:
<https://www.pajakonline.com/pemerintahhitung-dampak-ekonomi-reformasi-perpajakan/>
- Reformasi perpajakan. (n.d.). From id.m.wikipedia.org:
https://id.m.wikipedia.org/wiki/Reformasi_perpajakan
- Reformasi Perpajakan Berpotensi Menurunkan Selisih Pajak ke Level Normal. (2021, Juni 28). From kemenkeu.go.id:
<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/reformasi-perpajakan-berpotensimenurunkan-selisih-pajak-ke-level-normal/>
- Reformasi Perpajakan untuk Penciptaan Keadilan, Peningkatan Kepatuhan, dan Penguatan Fiskal. (n.d.). From fiskal.kemenkeu.go.id:
<https://fiskal.kemenkeu.go.id/publikasi/siaran-pers-detil/326>

- Terhambat Pandemi, Siasat Negara Agar Tetap Capai SDGs. (2022, Maret 24). From uii.ac.id: <https://www.uii.ac.id/terhambat-pandemi-siasat-negara-agar-tetapcapai-sdgs/>
- Triwulan I 2022, Penerimaan Pajak Tumbuh 41,36%. (2022, April 22). From ortax.org: <https://ortax.org/triwulan-i-2022-penerimaan-pajak-tumbuh-41-36-persen#:~:text=Dalam%20konferensi%20pers%20APBN%20Kita,36%25%E2%80%9D%20ungkap%20Sri%20Mulyani>

PENTINGNYA PERAN PAJAK DAN SERUAN KITA DALAM PERTUMBUHAN EKONOMI PASCA PANDEMI

Apelina Teresia

apelina@unika.ac.id

Sepekan ini jagat *twitter* dihebohkan dengan tagar #st0pb4y4rp4j4k yang tidak diketahui dengan pasti asal usul penyebabnya. Tagar tersebut dikhawatirkan terus menyebar menjadi isu liar yang menciptakan pemikiran negatif di kalangan masyarakat. Seruan bernada negatif tersebut diduga timbul karena ketakutan masyarakat bahwa pemerintah akan berhenti memberikan serangkaian subsidi atau insentif pasca pandemi Covid-19. Timbul kekhawatiran juga di masyarakat bahwa Indonesia akan mengalami kebangkrutan karena hutang yang terlalu besar. Maraknya kasus korupsi tentunya juga menjadi *trigger* munculnya pemikiran negatif dan *trust issue* dari masyarakat. Hal-hal tersebut yang menyebabkan masih banyak masyarakat yang enggan membayar pajak.

Selain itu munculnya tagar bernada negatif tersebut tentu ditanggapi dengan kepentingan politik sebagian golongan yang berseberangan dengan pemerintah yang kemudian diikuti dengan ajakan untuk tidak menggunakan produk-produk tertentu. Banyaknya

kekhawatiran tidak mendasar dari masyarakat tentu membutuhkan peran pemerintah untuk memberikan pemahaman, terutama peran Kementerian Komunikasi dan Informasi untuk menekan berita bohong atau isu negatif yang dapat menyebabkan kondisi negara menjadi gaduh. Narasi-narasi yang beredar di berbagai media sebenarnya membutuhkan filter yang sangat ketat agar tidak menjadi isu liar yang terus berkembang dan menimbulkan perpecahan.

Sebagian masyarakat mungkin merasa bahwa jika pemerintah berhenti memberikan subsidi atau insentif maka rakyat pun punya hak yang sama untuk berhenti membayar pajak. Apabila masyarakat memiliki pemikiran semacam itu maka apakah dapat diartikan bahwa ketergantungan masyarakat terhadap pemerintah menjadi sangat tinggi? Hal ini mungkin dapat disebabkan karena pada saat pandemi banyak sekali insentif yang diberikan oleh pemerintah. Masyarakat yang terbiasa diberikan bantuan mungkin akan merasa tidak nyaman apabila subsidi tersebut dihentikan. Situasi ini yang mungkin menimbulkan gejolak di masyarakat dalam menghadapi situasi pasca pandemi.

Seiring dengan kondisi pandemi yang berangsur-angsur pulih, belanja barang dan bantuan sosial untuk penanganan Covid-19 dan masyarakat terdampak menurun masing-masing sebesar 33,99 persen dan 30,22 persen (Badan Pusat Statistik, 2022). Data ini

menunjukkan bahwa pemerintah perlahan mulai mengurangi porsi anggaran untuk subsidi atau bantuan sosial dan mengalihkannya untuk keperluan lain. Namun apakah kecenderungan masyarakat untuk bergantung pada bantuan pemerintah dapat diartikan bahwa kondisi perekonomian masih sulit pasca pandemi? Ketergantungan yang tinggi dikhawatirkan akan menyebabkan dampak lainnya seperti masyarakat yang tidak mandiri, pengangguran meningkat, kreativitas dan inovasi menurun, iklim kewirausahaan lesu dan akhirnya menuju pada kemunduran ekonomi.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2022) diketahui bahwa perekonomian Indonesia triwulan I-2022 tumbuh sebesar 5,01 persen (*y-on-y*). Dari sisi produksi, lapangan usaha Transportasi dan Pergudangan mengalami pertumbuhan tertinggi sebesar 15,79 persen. Sementara dari sisi pengeluaran, komponen Ekspor Barang dan Jasa mengalami pertumbuhan tertinggi sebesar 16,22 persen. Tren positif ini menunjukkan bahwa mobilitas masyarakat semakin tinggi dengan dicabutnya aturan pembatasan sosial dan dunia usaha mulai bangkit yang ditandai dengan arus keluar masuk barang yang semakin tinggi.

Aktivitas produksi, konsumsi dan investasi kuartal I-2022 meningkat. Jumlah wisman melalui pintu utama tumbuh sebesar 228,24 persen. Pada triwulan I-2022 (*y-on-y*), Konsumsi Rumah Tangga menjadi sumber pertumbuhan tertinggi, yakni sebesar 2,35%. Hal ini

menandakan bahwa ekonomi yang sebelumnya lesu karena dampak pandemi, kini perlahan mulai tumbuh. Pernyataan tersebut dapat diperkuat dengan adanya data mengenai peningkatan pekerja informal sebesar 3,33 persen dan Tingkat Pengangguran Terbuka menurun di seluruh provinsi di Indonesia. Berdasarkan data tersebut maka sebenarnya dapat kita ketahui bahwa dunia usaha mulai tumbuh, masyarakat yang sebelumnya terkena Pemutusan Hubungan Kerja dapat bangkit dengan menciptakan lapangan kerja sendiri atau berwirausaha dan menyerap tenaga kerja lainnya sehingga tingkat pengangguran semakin rendah walaupun jumlah penduduk usia kerja yang terdampak pandemi Covid-19 juga masih cukup besar.

Aktivitas ekonomi yang menunjukkan pertumbuhan tersebut seharusnya diikuti dengan seruan-seruan yang positif untuk semakin memajukan perekonomian negara, seperti ajakan untuk patuh membayar pajak. Seperti dikutip dari Badan Pusat Statistik (2022), pada kuartal 1-2022 penerimaan PPh Pasal 21 tumbuh sebesar 18,8 persen dan penerimaan PPh Badan tumbuh sebesar 136,0 persen. Data tersebut sebenarnya menunjukkan bahwa masyarakat sadar akan kewajibannya dengan tetap melakukan pembayaran pajak. Walaupun penerimaan pajak justru mengalami peningkatan, namun suara bernada sumbang tentu tetap harus diminimalkan agar stabilitas negara tetap terjaga.

Tren pemulihan ekonomi Indonesia terus berlanjut yang ditunjukkan oleh pertumbuhan ekonomi yang semakin menguat, penurunan tingkat pengangguran terbuka, dan pergerakan inflasi yang menguat sepanjang triwulan 1-2022. Hal ini menandakan bahwa sebenarnya perekonomian masyarakat menguat. Dunia usaha kembali bergeliat, banyak usaha-usaha baru tumbuh, pariwisata juga sudah mulai bangkit. Konsumsi masyarakat yang meningkat pada masa pasca pandemi tentu menunjukkan respon positif terhadap perekonomian. Namun mengapa kekhawatiran untuk membayar pajak justru kembali muncul? Padahal pajak adalah sumber utama pendapatan negara Indonesia.

Berdasarkan data Kementerian Keuangan, porsi penerimaan perpajakan dalam APBN 2022 mencapai lebih dari 85%. Besarnya kontribusi pajak terhadap pendapatan negara Indonesia juga ditunjukkan melalui persentase kontribusinya yang selalu mencapai lebih dari 80% per tahun. Oleh karena itu jangan sampai suara sumbang seperti tagar #st0pb4y4rp4j4k berpengaruh pada masyarakat luas terutama generasi muda yang merupakan pengguna terbesar sosial media seperti *twitter*. Padahal seharusnya generasi muda bisa memperoleh informasi yang benar dan tepat mengenai perpajakan. Hal ini juga menunjukkan betapa pentingnya literasi perpajakan bagi generasi muda Indonesia agar bisa menyaring informasi

dari berbagai sumber dan tidak mudah terpengaruh seruan negatif.

Apabila pajak lemah, maka APBN pun akan lemah. Apabila penerimaan pajak tidak mencapai target maka pos-pos pengeluaran yang sudah dianggarkan dalam APBN juga harus ditekan. Hal ini tentu akan berdampak ke masyarakat luas karena pemerintah pasti sudah merancang program pemulihan ekonomi dengan sebaik mungkin. Upaya pemerintah untuk terus meningkatkan penerimaan pajak juga terlihat dari diberlakukannya kenaikan tarif PPN, Program Pengungkapan Sukarela (PPS) sebagai *Tax Amnesty* jilid 2 dan reformasi perpajakan yang terus berlanjut dan diperbaharui. Tren positif penerimaan pajak yang saat ini terjadi diharapkan terus berlanjut. Pembentukan sistem perpajakan menuju ke arah yang lebih baik juga diharapkan dapat terus diupayakan oleh pemerintah. Dengan demikian pajak akan semakin kuat dan perekonomian Indonesia terus bertumbuh.

Dalam rangka mencapai target pemulihan ekonomi nasional, maka dibutuhkan peran serta dari seluruh masyarakat Indonesia. Salah satu upaya yang dapat kita lakukan adalah dengan tetap patuh membayar pajak sesuai dengan kewajiban kita sebagai warga negara Indonesia. Sebagai masyarakat, kita juga sebaiknya berpikir positif bahwa pemerintah sudah melakukan segala upaya yang terbaik. Maka akan lebih baik juga apabila kita sebagai pengguna media sosial untuk mengunggah hal yang baik

dan bermanfaat untuk bangsa. Mari kita perangi segala bentuk ujaran kebencian dan seruan negatif dengan tetap memberikan suara positif kita baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam bersosial media. Pajak Kuat, Indonesia Maju!

BIODATA PENULIS

Apelina Teresia merupakan dosen D3 Perpajakan Universitas Katolik Soegijapranata.

KESADARAN WAJIB PAJAK DALAM PEMULIHAN EKONOMI NASIONAL

Agnes Arie Mientarry Christie, SE, MSi, Akt, BKP, CA
agnes@unika.ac.id

PANDEMI BERKEPANJANGAN

Pandemi Covid-19 yang terus berkepanjangan sejak ditemukan di tahun 2019 dan merambah di Indonesia pada awal tahun 2020 mengakibatkan terpuruknya perekonomian diseluruh penjuru dunia, tak terkecuali Indonesia. Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) tahun 2020 yang mulanya difokuskan pada Akselerasi Daya Saing Melalui Inovasi dan Penguatan Kualitas Sumber Daya Manusia pada akhirnya banyak dilakukan *refocusing* penanganan pandemi Covid-19.



Gambar 1. APBN selama masa pandemi
Sumber: Kementerian Keuangan Republik
Indonesia

Situasi pandemi yang berkepanjangan dan sangat tidak terduga bahkan hingga saat ini, memaksa pemerintah untuk segera melakukan penanganan dengan salah satunya melakukan paket-paket kebijakan baik untuk penanganan pandemi covid-19 itu sendiri maupun penanganan atas keterpurukan perekonomian sebagai dampak dari pandemi tersebut. Fokus APBN tahun 2021 adalah Percepatan Pemulihan Ekonomi dan Penguatan Reformasi, hal ini menjadi fokus pemerintah dikarenakan dampak pandemi yang tak kunjung usai, dan fokus pada tahun 2022 pun masih Melanjutkan Dukungan Pemulihan Ekonomi dan Reformasi Struktural. Fokus pemerintah pada pemulihan ekonomi sangat serius, karena situasi pandemi yang tidak menentu dapat memberikan ancaman krisis ekonomi bahkan ancaman kebangkrutan ekonomi seperti yang telah terjadi pada negara Sri Lanka, sehingga dalam 2 (dua) tahun terakhir setiap pos anggaran difokuskan pada bangkitnya dunia usaha agar jangan sampai perekonomian di Indonesia jatuh terpuruk meskipun mau tidak mau tetap mengalami dampak secara nasional, namun harapannya tidak sampai mengakibatkan dampak yang parah.

INSENTIF PAJAK

Dari sekian paket kebijakan yang dikeluarkan dalam Pemulihan Ekonomi Nasional karena dampak pandemi

covid-19 salah satunya adalah program Insentif Pajak yang dituangkan dalam PMK 23 Tahun 2020 tentang Insentif Pajak bagi Wajib Pajak Terdampak Covid-19, yang berkelanjutan diperbaharui di sepanjang tahun 2020 hingga di sepanjang tahun 2021. Tercatat selama tahun 2020 Insentif Pajak bagi Wajib Pajak Terdampak Covid-19 diperbaharui hingga 3 (tiga) kali atau 4 (empat) kali menerbitkan PMK, dan di sepanjang tahun 2021 tercatat 3 (tiga) kali juga dikeluarkannya perubahan PMK terkait Insentif Pajak bagi Wajib Pajak Terdampak Covid-19 tersebut dan hingga bulan Juli 2022 ini tercatat 2 (dua) kali diterbitkannya perubahan PMK yang sama.



Gambar 1. Insentif Pajak WP Terdampak Covid-19

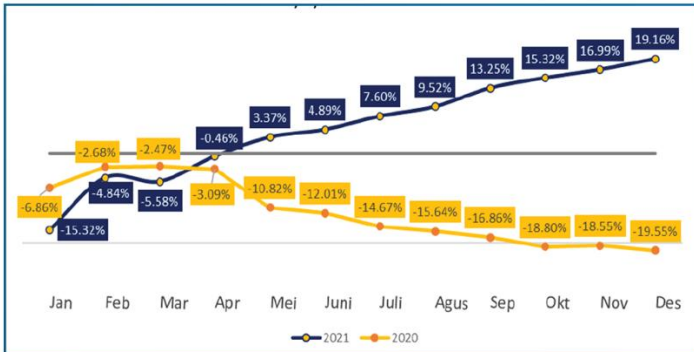
Adapun Insentif Pajak yang diberikan oleh pemerintah secara umum mencakup 5 hal, yakni:

- a. PPh Pasal 21 Ditanggung Oemerintah (PPh 21 DTP)

- b. PPh Final UMKM 0,5% Ditanggung Pemerintah (PPh Final UMKM DTP)
- c. Pembebasan PPh Pasal 22 Impor
- d. Pengurangan PPh Pasal 25 sebesar 30% hingga 50%
- e. Pengembalian Pendahuluan PKP Resiko Rendah dengan maksimal pengembalian sebesar Rp 5 M

Apabila kita mencermati lebih lanjut mengenai isi dari setiap perubahan pada PMK terkait Insentif Pajak bagi Wajib Pajak Terdampak Pandemi Covid-19 tersebut, di sepanjang tahun 2020 lebih pada penambahan Klasifikasi Lapangan Usaha (KLU) yang mendapatkan insentif pajak, hal ini sejalan dengan semakin meluasnya sektor yang terdampak akibat pandemi covid ini. Namun di sepanjang tahun 2021 isi perubahan pada PMK justru semakin berkurangnya jumlah KLU yang mendapatkan insentif pajak, hal ini seiring pula dengan mulai meredanya kasus covid-19 dan kondisi perekonomian yang berangsur membaik dan juga mulai berjalannya program **Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN)** sebagai fokus dalam APBN 2021. Pada tahun 2022 ini, perubahan peraturan justru lebih pada pengurangan jenis insentif yang diberikan. Mulai tahun 2022, insentif pajak terkait PPh pasal 21 DTP dan PPh Final UMKM DTP tidak lagi diberikan. Namun hal ini seiring dengan perubahan tarif

PPh Orang Pribadi serta adanya sejumlah penghasilan yang tidak dikenakan PPh Final UMKM (penghasilan sampai dengan Rp 500 Juta dalam 1 tahun tidak dikenakan PPh Final UMKM 0,5%).



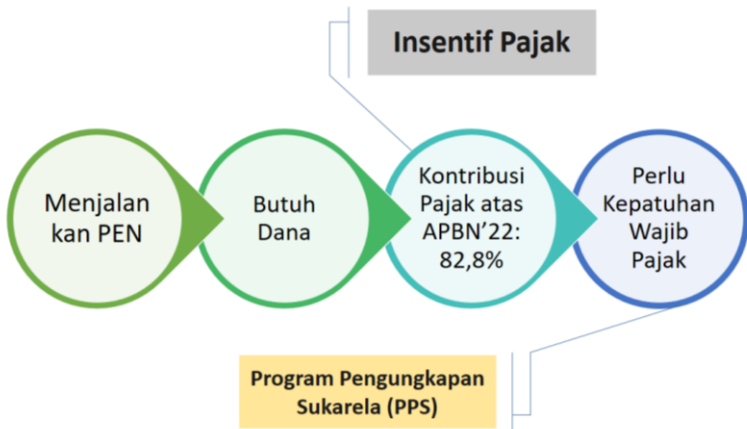
Gambar 2. Pertumbuhan Kumulatif 2020 dan 2021
(y.o.y)

Sumber: APBN Kita Januari 2022, Kementerian
Keuangan Republik Indonesia

Bagaimanapun semua kebijakan yang diambil oleh pemerintah melalui kementerian keuangan merupakan bagian dari Pemulihan Ekonomi Nasional akibat pandemi dan beberapa situasi global seperti perang antara Rusia dengan Ukraina yang semakin mengakibatkan penurunan ekonomi secara global pula.

KESADARAN WAJIB PAJAK

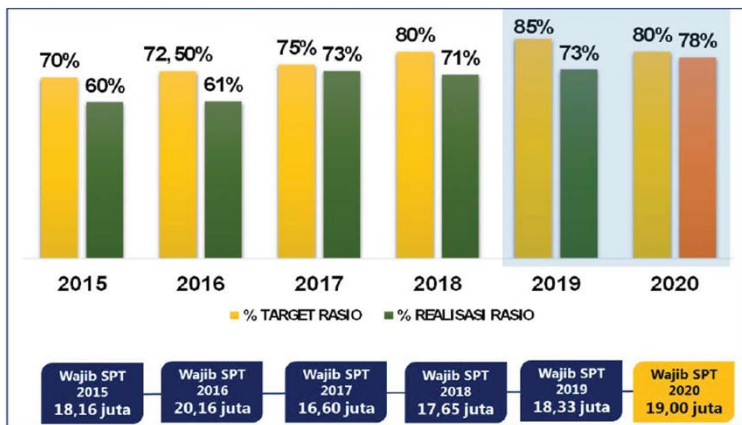
Fokus pemerintah pada program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) tertuang dalam APBN tahun 2021 dan terus dilanjutkan pada APBN tahun 2022 dengan banyaknya paket kebijakan dalam penanganan pandemi tentunya membutuhkan dana yang cukup besar, sedangkan sumber penerimaan negara terbesar hingga saat ini memang bersumber dari penerimaan pajak. Tercatat dalam APBN tahun 2022, kontribusi pajak dalam penerimaan negara ditargetkan hingga mencapai 82,8%, oleh karena itu guna memenuhi target penerimaan negara tidak dapat terlepas dari peran masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.



Gambar 3. Dukungan Wajib Pajak terhadap Pemulihan Ekonomi Nasional

Masyarakat yang sadar akan pajak dan menjalankan kewajiban perpajakannya akan berdampak pada ketercapaian target penerimaan pajak, sehingga kebutuhan belanja negara dalam menjalankan pemulihan ekonomi nasional dapat berjalan lancar. Apabila kita melihat dari sisi rasio kepatuhan Wajib Pajak, dari tahun 2015 hingga tahun 2019 mengalami peningkatan, namun target rasio yang ditetapkan tidak pernah terpenuhi, bahkan di tahun 2020 mengalami penurunan baik dari sisi target yang dicanangkan maupun ketercapaian rasio kepatuhan wajib pajak. Hal ini dapat dipastikan akibat dampak pandemi covid-19 yang berpengaruh pada dunia usaha. Namun karna ketergantungan penerimaan pajak

pada APBN, maka pemerintah berusaha untuk meningkatkan rasio kepatuhan Wajib Pajak agar target penerimaan pajakpun dapat dicapai. Berikut adalah rasio kepatuhan Wajib Pajak selama kurun waktu tahun 2015-2020.



Gambar 4. Rasio Kepatuhan Wajib Pajak
Sumber: APBN Kita Januari 2022, Kementerian
Keuangan Republik Indonesia

Jika kita lihat dari jumlah Wajib Pajak yang telah memenuhi syarat Subyektif dan Obyektif dalam kewajiban pelaporan SPT (Wajib Pajak Aktif) dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia sekitar 272,68 juta jiwa pada pertengahan 2021, maka Wajib Pajak Aktif di Indonesia masih tercatat rendah, oleh karena itu berbagai macam upaya dilakukan oleh pemerintah baik melalui

intensifikasi pajak maupun melalui ekstensifikasi pajak guna meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak, salah satunya dengan adanya Tax Amnesty di tahun 2016 dan Program Pengungkapan Sukarela di tahun 2022 ini.

OPTIMISME DAN KESADARAN BERSAMA

Meskipun target penerimaan pajak tahun 2022 direvisi dengan dinaikkan sebesar 16%, namun tercatat per Mei 2022 realisasi penerimaan pajak telah mencapai Rp 1.265 Triliun atau sebesar 55,8% dari Rp 1.485 Triliun yang ditargetkan, dan berdasarkan konferensi pers APBN Kita, penerimaan pajak per Juni 2022 telah mencapai Rp 1.035,9 Triliun atau sebesar 58,3% dari Total pendapatan negara (detik.com).

Tabel 1. Realisasi Penerimaan pajak Tahun 2022

Uraian	Target 2022 (Triliun)	Realisasi s.d. 31 Mei 2022		
		Rp (Triliun)	$\Delta\%$ '21-'22	% Realisasi
Pajak Penghasilan (PPh)	680,88	454,74	63,84	66,79
- Non Migas	633,56	418,70	62,48	66,09
- Migas	47,31	36,04	81,49	76,18
PPN & PPhBM	554,38	247,82	39,72	44,70
PBB	18,36	0,71	28,74	3,87
Pajak Lainnya	11,38	2,55	-37,71	22,41
Jumlah	1.265,00	705,82	53,58	55,80

Sumber: APBN Kita Juni 2022, Kementerian Keuangan
Republik Indonesia

Diperkirakan penerimaan ini juga dipengaruhi adanya Program Pengungkapan Sukarela yang dikenakan PPh Final. Yang jelas hal ini menunjukkan bahwa optimisme ketercapaian penerimaan pajak tahun 2022 sangatlah besar. Bahkan Realisasi APBN hingga Juni 2022 tercatat mengalami surplus sebesar Rp 73,6 Triliun atau sebesar 0,39% terhadap Produk Domestik Bruto, hal ini menunjukkan bahwa pemulihan dunia usaha mulai nampak, sehingga pemenuhan kebutuhan negara dalam penanganan pemulihan ekonomi nasional pun dapat dijalankan dengan baik pula.

Pandemi Covid-19 beserta semua turunannya hingga saat ini memang membawa kita pada kondisi yang serba tidak menentu, akan tetapi dengan kerja keras dan kerja cerdas bersama serta adanya kesadaran pada setiap warga negara Indonesia bahwa Pemulihan Ekonomi Nasional merupakan tanggung jawab bersama, maka perekonomian kita secara nasional akan terpulihkan sesuai dengan yang ditargetkan dan dicanangkan oleh pemerintah dalam 2 (dua) tahun terakhir ini. Dengan dukungan kita semua sebagai masyarakat yang dengan penuh kesadaran dalam menjalankan kewajiban kita masing-masing sebagai Wajib Pajak, maka paling tidak bersama-sama kita dapat meminimalisir keterpurukan perekonomian ditengah terpuruknya perekonomian global. Dalam nama Tuhan; Bersama, Kita Bisa...!!!

BIODATA PENULIS

Penulis lulus S1 pada Universitas Gadjah Mada Yogyakarta (2004) dan S2 pada Universitas Diponegoro Semarang (2012). Pernah menjabat sebagai Kaprodi Perpajakan (2012–2016 dan 2016–2020) serta WD Bidang Kemahasiswaan dan Alumni (2020–2022 dan 2022–sekarang). Selain pengajar juga Praktisi Konsultan Pajak dengan Ijin Praktek Konsultan Pajak Sertifikasi C.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Unika SOEGIJAPRANATA

ISBN 978-623-5997-29-2 (PDF)



9 786235 997292

©Universitas Katolik Soegijapranata 2022